



PERSONAJE <
ESTRELLA <

JORGE
CABEZAS
PÁGINA 59

A FONDO <

12 MIRADAS
RIVERSIDE
PÁGINA 24

ACTUALIDAD <

III CAMPEONATO DE
TIRAJE DE CERVEZA
ESTRELLA GALICIA
PÁGINA 20

EN PRIMERA <
PERSONA <

LUIS
ALVAR
PÁGINA 26



CABREIROÁ



IGNACIO RIVERA / CEO HIJOS DE RIVERA S.A.U.

Estamos en un año histórico para nuestra Compañía, un año en el que celebraremos nuestro 110 aniversario, con múltiples actos y eventos, como el lanzamiento de nuestra cerveza de homenaje a nuestro fundador, y si me permitís un hecho central, la creación de MEGA, nuestro museo.

Este proyecto marcará un hito importante y tendrá el objetivo de, además de ser nuestro “templo” que transmita nuestra cultura cervecera y nuestro amor por lo que hacemos, convertirse en un referente cultural de la oferta de nuestra ciudad y de nuestra tierra.

Estamos inmersos en un plan estratégico sólido, que está avanzando con velocidad gracias a todos vosotros, sin duda hoy somos referencia de nuestro sector y últimamente, inspiración de muchos. Esto nos debe hacer sentirnos orgullosos de lo que hacemos, y animarnos a seguir buscando caminos para ser y transmitir nuestra oferta diferenciada de los demás, nuestra estrategia premium.

Feliz Aniversario a todos. Os envío un fuerte abrazo.

NOTICIAS

CAMPAÑA CULTURA DE CERVEZA 2016



11

ACCIÓN RESPONSABLE > 40

ACTUALIDAD

III CAMPEONATO DE TIRAJE DE CERVEZA ESTRELLA GALICIA



2

UNIVERSO 2.0 > 30
MERCADOS > 34

A FONDO

RIVERSIDE



24

A FONDO > 24
EN PRIMERA PERSONA > 26
HR POR DENTRO > 28

MERCADOS

CABREIROÁ LLEGA A BRASIL



34
NOTICIAS > 06
ACTUALIDAD > 20

MAYO 2016 | No 26

mundohr | TEXTO: Corporación Hijos de Rivera | DIRECCIÓN Y REDACCIÓN: Comunicación Corporativa | DISEÑO Y MAQUETACIÓN: Bolanda

FOTOGRAFÍA: Xurxo Lobato, Xosé Durán, Héctor Cortés, Manu Torres, Pablo Meila, Melissa Adams, Georgie Uris, Juan Rodríguez | COLABORACIONES: Mónica Vizcaíno, Laura Piñeiro, David Fernández, Manel Pérez Piñón, Carlos López, Cristina Dosil, Santiago Migúlez, Víctor Mantiñán, Laura Vázquez, José Carlos Rodríguez Caamaño, Yves Constantiniidis, Antonio Simões

FACTOR H > 44

SABÍAS QUE > 48

MÚSICA > 51

PERSONAJE ESTRELLA > 59

DEPORTES > 60

GASTRONOMÍA > 64

VIAJES > 67

GUÍNO AL PADADO > 70



70

ACCIÓN RESPONSABLE

MERCADO DE LA COSECHA

EN PRIMERA PERSONA

LUIS ALVAR



26

DEPORTES

LA CERVEZA MÁS MOTERA



COMER Y BEBER

POR ANTONIO SIMÕES



64

EN ENERO PRESENTAMOS EN NUESTRA CERVECERÍA DE CUATRO CAMINOS DE A CORUÑA EL PROGRAMA DE ACTIVIDADES QUE DESARROLLAREMOS A LO LARGO DEL AÑO CON EL OBJETIVO DE CELEBRAR EL 110 ANIVERSARIO DE NUESTRA COMPAÑÍA. UNA FECHA MUY ESPECIAL QUE QUEREMOS COMPARTIR CON TODOS NUESTROS CONSUMIDORES Y CLIENTES.

En la rueda de prensa estuvo presente el artista coruñés Jorge Cabezas, autor del logo que preside todos los actos de este aniversario y del mural que está presente en la fachada de nuestro edificio de cocimiento. Cabezas nos trasladó su agradecimiento en el que supone su primer encargo tras su vuelta al trabajo, tras el percance sufrido hace dos años.

Acompañando a Cabezas, estuvo en la presentación nuestro consejero delegado de Hijos de Rivera SAU, Ignacio Rivera, el cual reconoció que celebrar los 110 años no es algo muy común pero, según sus palabras, "somos cerveceros y cualquier momento es bueno para una celebración". Además de eso "tenemos muchos motivos de celebración, todos los que nos dan nuestros consumidores cada día cuando nos eligen, así que queremos compartir con todos ellos este aniversario".

Junto a él, nuestro maestro cervecero, Luis Alvar, responsable del lanzamiento de las cervezas del 110 aniversario de la empresa. Presentó la edición limitada de cerveza Estrella Galicia 110 Aniversario, una cerveza que recupera el sabor del que nació una tradición cervecera que ha llegado hasta hoy. Un homenaje a todo el saber cervecero, a nuestro origen y a cuatro generaciones de la familia Rivera. Una German Pils que sigue siendo tan actual como hace 110 años.



¡110 AÑOS!

ESTRELLA GALICIA RECETA ORIGINAL

De color ámbar, transparente, con giste blanco, la nueva edición limitada 110 Aniversario es una cerveza de cuerpo ligero, agradable carbonatación y moderada sensación alcohólica. Su aroma está balanceado por el aporte de las maltas y de los lúpulos con el dominio de estos últimos. En boca muestra un amargor elegante y persistente. El conjunto de estos atributos da lugar a una cerveza equilibrada y redonda, fácil de beber.

Su presentación recupera la estética de los primeros años, con una botella más alta y estilizada y un grabado que hace honor a nuestra tradición, "Maestros Cerveceros desde 1906", al que acompañan dos espigas. La etiqueta frontal replica, mediante la técnica de la serigrafía, el diseño de una de nuestras primeras botellas y la chapa está diseñada con el logotipo del 110 aniversario creado por Jorge Cabezas. El pack transmite el carácter artesanal de nuestra cerveza, con acabado tipo papel craft e ilustraciones de flores de lúpulo.

En un primer lanzamiento, llegarán al mercado 210.000 litros para los canales de alimentación y hostelería de España y Reino Unido. Estará disponible hasta el mes de diciembre, para acompañar los actos del 110 aniversario.

Como en otras ocasiones en la web www.110aniversario.estrellagalicia.es, a la que se puede acceder a través de un código bidi que incluye la etiqueta, nuestros consumidores podrán dejar sus valoraciones, lo que nos ayudará a decidir si esta German Pils se incorporará a nuestro portfolio de productos, como en su día se hizo con 1906 Red Vintage o Black Coupage.



MUSEO MEGA

110 años nos permiten echar la vista atrás y hacer un repaso de los acontecimientos más importantes de nuestra historia, algo que haremos en un museo, el Museo de Estrella Galicia (MEGA), que ya se ha empezado a construir en nuestras instalaciones del polígono de A Grela. Un espacio abierto al público, de 3000 metros cuadrados, en el que los visitantes podrán conocer más de cerca el proceso de elaboración de nuestras cervezas, desde las materias primas hasta que la cerveza está en el mercado. En este proceso narrativo, contará con la familia Rivera como elemento nuclear y se presentará como materia prima básica de nuestras cervezas.

El museo será único en el mundo, ya que estará dentro de la propia fábrica de cerveza, permitiendo que los visitantes puedan conocer el proceso productivo de primera mano.



ESTRELLA GALICIA 110 ETIQUETAS

Durante la presentación del 110 aniversario, el ilustrador Manel Cráneo expresó los pormenores de lo que será uno de los grandes proyectos del año, el lanzamiento de 110 tipos diferentes de etiquetas en las botellas de Estrella Galicia, elaboradas por 53 diseñadores e ilustradores nacionales e internacionales. Serán 110 millones de botellas de 33 cl. y otras 110 millones de 25 cl. que estarán en el mercado de junio a septiembre. Cráneo no quiso adelantar nombres pero sí que contó que todos ellos han tenido como premisa principal el reflejar valores de tradición cervecera o de elaboración de la cerveza.

La amplia diversidad de estilos y caracteres que ofrecerá esta iniciativa dará como consecuencia una colección de botellas histórica. Cráneo presentó en primicia la primera etiqueta, elaborada por él mismo como avance de lo que será una propuesta que "reúne cerveza y cultura por primera vez" y que, en sus propias palabras, "es un proyecto que será objeto de deseo para coleccionistas por su carácter único, son 110 pequeñas obras de arte".

CRÁNEO PRESENTÓ EN PRIMICIA LA PRIMERA ETIQUETA ELABORADA POR ÉL MISMO



AECOC CONGRESO DE HOSTELERÍA

EL CASO DE NUESTRA COMPAÑÍA SE EXPUSO COMO UN EJEMPLO DE ÉXITO EN ESTE FORO, PARA LOS MÁS DE 500 DIRECTIVOS Y ALTOS CARGOS DE EMPRESAS DE NUESTRO PAÍS REUNIDOS POR LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE GRAN CONSUMO (AECOC).

Los días 1 y 2 de marzo tuvo lugar en Madrid uno de los foros de hostelería más importantes de España, el Congreso Anual AECOC que reúne a los principales directivos, profesionales y empresarios, para analizar la situación económica, de recuperación, que vive el sector y que representa un 7 % del PIB en España.

Nuestro consejero delegado de Hijos de Rivera SAU, Ignacio Rivera tuvo la ocasión de explicar, durante su intervención, las claves estratégicas que promovieron la evolución de nuestro negocio, desde nuestras raíces históricas hasta lo que somos hoy en día, la estructura, los hitos de nuestra actividad y la trayectoria, que han hecho posible nuestro crecimiento, en un período poco favorable para el mercado, y que para el sector ha estado caracterizado por una fuerte crisis económica.



BALANCE DE RESULTADOS CON LA PRENSA

EL DÍA 3 DE MARZO NOS REUNIMOS CON LA PRENSA EN NUESTRAS INSTALACIONES DE LA FÁBRICA PARA HACER BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL AÑO 2015.

Durante un desayuno informativo, Ignacio Rivera presentó los datos referidos a un año en el que la facturación ha superado los 330 millones de euros, lo que supone un 18,5 % más que el año anterior y un 97 % con respecto al 2009.

En cuanto a la inversión de estos tres años (2013-2015), nuestra Compañía ha invertido 142 millones de euros, 59,3 millones solo en 2015. Este 2016 la inversión rondará los 150 millones de euros, para cubrir así los gastos de ampliación de la fábrica actual y así aumentar nuestra capacidad de producción.

La producción de cerveza ha superado por primera vez la barrera de los 200 millones de litros. Esta cifra duplica la de 2009 y supera un 17,4 % la de 2014. En cuanto al mercado de aguas, nuestros tres manantiales (Cabreiroá, Agua de Cuevas y Fontarel) han envasado 152 millones de litros de agua.

En términos de empleo, solo en 2015 se han incorporado 86 personas nuevas a la Compañía, lo que supone un crecimiento de un 10 % respecto al ejercicio anterior.



FIESTA DEL AGUARDIENTE DE PORTOMARÍN

IGNACIO RIVERA EJERCIÓ DE PREGONERO Y FUE INVESTIDO COMO CABALLERO DE LA SERENÍSIMA ORDEN DE LA ALQUITARA, EN ESTA DESTACADA FIESTA POPULAR QUE SE CELEBRÓ LOS DÍAS 26 Y 27 DE MARZO EN PORTOMARÍN (LUGO).



La villa lucense celebró la XLVI edición de la Fiesta del Aguardiente en la que nuestro consejero delegado, de Hijos de Rivera SAU, fue nombrado Caballero de la Serenísima Orden de la Alquitara, además de oficiar el pregón de las fiestas y dar paso a un fin de semana repleto de actividades para todos los públicos.

Junto a Ignacio Rivera recibieron el nombramiento otros quince Caballeros y Damas más, hombres y mujeres de perfiles y ámbitos profesionales muy variados, a los que se les reconoció públicamente su labor de promoción del aguardiente.

Portomarín volvió así a rendir homenaje a una de sus señas de identidad gastronómica más reconocidas, el aguardiente, durante un fin de semana en el que también hubo tiempo de probar los productos típicos de esta localidad, como el caldo y la empanada de anguila. A lo largo de este fin de semana, se desarrollaron también numerosas actividades dirigidas a un público diverso entre las que destacaban la celebración de la II Carrera popular, que finalizó en la Plaza Mayor de la villa.

Consumo promedio: desde 2,0 hasta 6,5 l/100 km. Emisiones de CO₂: desde 46 hasta 152 g/km.

BMW Empresas



Novomóvil

¿Te gusta conducir?



SIETE DÍAS A LA SEMANA

NUEVOS BMW SERIE 2 ACTIVE TOURER Y GRAN TOURER

Nosotros: empresa, familia, clientes, suegros, viajes de negocios y vacaciones en la playa. Yo: el placer de conducir un BMW en cualquier situación. Todo cabe en los nuevos monovolúmenes BMW Serie 2. Porque con hasta 7 plazas le ofrecen toda la amplitud y versatilidad que necesitan su empresa, su familia y usted. Disfrute del nosotros, pero nunca renuncie al yo.

Novomóvil

Ctra. N-VI, Madrid-A Coruña, km 589

Tel.: 981 63 57 50

Oleiros

Pol. Ind. de La Gándara

Tel.: 981 37 29 37

El Ferrol

www.novomovil.bmw.es

DISTRIBUIDORES DE LOS VINOS GRANBAZÁN

DESDE COMIENZOS DE ESTE AÑO 2016 DISTRIBUIMOS EN GALICIA LOS VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN RÍAS BAIXAS PROCEDENTES DE LA BODEGA GRANBAZÁN.

La bodega, rodeada de viñedos, se encuentra en pleno corazón del valle del Salnés, en Vilanova de Arousa. Desde principios de los años 80, trabaja para elaborar diferentes vinos con uva albariña. Este acuerdo nos permite reforzar la gama de productos que ofrecemos a nuestros clientes con una marca de vinos emblemática en la zona Rías Baixas.

El terruño, la experiencia y los medios tecnológicos de última generación han contribuido a que los vinos de Granbazán hayan cosechado importantes premios a nivel nacional e internacional. El vino más famoso de la familia, el Granbazán etiqueta Ámbar, lleva hasta el momento 30 cosechas y se vende en 30 países de todo el mundo.

Este vino será uno de los que comercializaremos gracias al nuevo acuerdo, junto con el Granbazán etiqueta verde, Granbazán Don Álvaro de Bazán y Granbazán Limousin.



TANQUES DE FERMENTACIÓN Y MADURACIÓN

CON ESTA RENOVACIÓN INCREMENTAMOS LA CAPACIDAD DE FERMENTACIÓN Y DE MADURACIÓN EN MÁS DE UN 30 % EN AMBOS CASOS Y REDUCIMOS EL CONSUMO DE ENERGÍA.

Hasta ahora los tanques de maduración que utilizábamos se refrigeraban mediante una bodega a temperatura ambiente controlada de 0 °C. Los nuevos tanques se enfrían mediante unas camisetas adheridas a las paredes y por las que circula interiormente el agua glicolada (a -4 °C).

Estos nuevos tanques regulan automáticamente la temperatura y la presión, manteniendo la cerveza a 0 °C durante toda la maduración. De esta forma, conseguimos una homogeneización de la calidad en todos los lotes de fabricación.

Por otro lado, estos tanques tienen sistemas de limpieza automáticos, lo que supone también una reducción del 50 % de consumo de agua con respecto a los antiguos, horizontales.



GRUPO DE ENVASADO

EN 2015 INCORPORAMOS UN NUEVO GRUPO DE ENVASADO DE 50.000 BOTELLAS POR HORA.

Gracias al nuevo grupo de envasado aumentamos un 83 % nuestra capacidad de envasado de botellas no retornables; ahorramos agua, vapor y electricidad; ganamos flexibilidad, al pasar de una a dos líneas de botellas no retornables, y aumentamos nuestra capacidad de innovación, al envasar diferentes formatos.



CAMPAÑA "CULTURA DE CERVEZA" 2016

ESTRENAMOS UNA NUEVA CAMPAÑA PARA ESTRELLA GALICIA Y ESTRELLA GALICIA 0,0 EN LA QUE UTILIZAMOS EL RECURSO CREATIVO DE LA NEGACIÓN PARA DEMOSTRAR QUE, CON ESFUERZO Y PASIÓN, ES POSIBLE CONSEGUIR ALGO EXAGERADAMENTE BUENO.

La nueva película narra un viaje, el de todos los que formaron y formamos parte de Hijos de Rivera a lo largo de estos 110 años. Un camino en el que, durante cuatro generaciones de la familia Rivera, se han superado muchas dificultades, demostrando que con el trabajo de todos, con voluntad, con esfuerzo y con pasión se puede alcanzar cualquier objetivo.

La campaña desarrolla los territorios tradición y saga cervecera familiar. Nuestra cerveza sigue siendo la protagonista, el eje de nuestra comunicación, pero aportando nuevos argumentos para que nuestros consumidores sepan por qué es "Exageradamente buena".

El spot utiliza el recurso creativo de la negación, muy notorio en un entorno publicitario en el que lo positivo domina la comunicación. Un recurso que trabaja para asociar a la marca, valores como esfuerzo, pasión, excelencia, tradición cervecera familiar, amor por la cerveza y, sobre todo, superación. El anuncio tiene dos versiones, de 10 y 20 segundos, y la música ha sido compuesta en exclusiva por Nicolás Casal, que también compuso la del cortometraje 'Stutterer' ganador de un Óscar este año 2016.

CON CARLOS SAINZ JR Y MARC MÁRQUEZ

Siguiendo esta línea, un mes más tarde estrenamos la versión de esta campaña para Estrella Galicia 0,0. En ella contamos con la participación de Carlos Sainz Jr y Marc Márquez como protagonistas. Dos pilotos que han conseguido grandes resultados en su corta carrera deportiva y trabajan cada día más para superarse y conseguir los mejores resultados.



MÓNICA VIZCAÍNO /
SÍ ES LUGAR PARA
ELABORAR CERVEZA

DIRECTORA DE
MARKETING
HIJOS DE RIVERA SAU

Cada vez que lanzamos una campaña al aire nos toca un poco el corazoncito a todos lo que trabajamos en Hijos de Rivera, porque al final es nuestra imagen más pública, el mensaje que queremos que llegue a todos nuestros consumidores y a los que aún no lo son. Pero creo que esta última lo ha hecho aún más, que como ninguna otra refleja la pasión, el esfuerzo, la dedicación, el compromiso, la voluntad y el resultado del trabajo bien hecho a lo largo de 110 años para conseguir una cerveza exageradamente buena.

Después de seis años comunicando publicitariamente a nivel nacional no era fácil sorprender de nuevo con una campaña de Estrella Galicia, y menos aún lo que pretendíamos este año, resumir una historia tan larga y toda nuestra cultura cervecera en cada spot, cada gráfica y cada pieza. Sinceramente, pienso que lo hemos conseguido, que con esta campaña seguimos luchando de tú a tú con marcas que son mucho más grandes que nosotros, pero no mejores.

Podemos sentirnos orgullosos de seguir siendo el David que tiene que luchar contra Goliat, de ponernos en el papel de Astérix y Obélix para defendernos de los que creen que ésta es solo una esquina del mapa. Lo que no saben es que nosotros sí que tenemos una poción verdaderamente mágica.

Nos seguirán diciendo que NO, que esto es imposible o que aquel sueño es irrealizable, lo que está claro es que trabajar y formar parte de esta gran familia es un orgullo y que sí, que éste es el mejor lugar para elaborar cerveza.

EL ORIGEN

DE 110 AÑOS DE CULTURA DE CERVEZA



*Echamos la vista atrás 110 años
y recuperamos la receta con la que la
Primera Generación de nuestra Familia
comenzó su tradición cervecera*

ESTRELLA GALICIA RECETA ORIGINAL

*110 años de Cultura de Cerveza con
la que los Maestros Cerveceros de Hijos
de Rivera nos devuelven aquella
German Pils original de 1906
con un sabor
Exageradamente Bueno*



ESTRELLA GALICIA, EDICIONES LIMITADAS



LAURA PIÑEIRO / PRODUCT MANAGER EG HIJOS DE RIVERA SAU

EL RETO DE SEGUIR SORPRENDIENDO

Cada año, desde hace 4, lanzamos distintas ediciones limitadas de nuestra cerveza Estrella Galicia, que nos permiten acercarnos a nuestros consumidores y vincular la imagen de nuestra marca con valores como la innovación o la modernidad.

El lanzamiento de estas ediciones suponen un gran esfuerzo por parte de todos los departamentos implicados en el proceso: compras, comercial, envasado... sin los cuales esta actividad no sería posible.

Hemos lanzado ya más de 20 diseños desde que iniciamos este camino, en el que vestimos las botellas de nuestra cerveza más emblemática con motivo de fiestas, tradiciones y eventos culturales de diferentes regiones de España.

Para cada una de ellas se crea un diseño diferente, vinculado a la temática a la que se rinde homenaje. Un diseño que mantenga nuestro carácter premium, que sea a la vez llamativo y que apele al sentimiento del público objetivo para cada edición. El objetivo, y nuestro reto, es encontrar un diseño que describa de la mejor forma posible el evento protagonista en cada una de ellas.

Por ejemplo, en el caso de la edición limitada Ferias de Andalucía, de la que hemos lanzado ya 5 diseños, seguir sorprendiendo es todo un reto. Es por ello que, en esta ocasión y a diferencia de años anteriores, nos hemos rodeado de auténticos artistas. Hemos querido plasmar en nuestras etiquetas la visión de estos ilustradores, que son nativos de cada mercado, y el resultado son auténticas obras de arte, en cada una de las etiquetas.

En este sentido, próximamente lanzaremos la edición limitada 110 Etiquetas con las que vestiremos nuestra marca hasta el mes de septiembre. Una acción encuadrada dentro de la celebración del 110 aniversario de la compañía en la que han colaborado 53 ilustradores nacionales e internacionales.

NOS SUMAMOS A DISTINTAS CELEBRACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES. ESTA TEMPORADA, NUESTRA CERVEZA HA ACOMPAÑADO AL OBRADOIRO EN LA DISPUTA DE LA COPA DEL REY, SE HA VESTIDO DE LARGO PARA LAS FERIAS DE ANDALUCÍA Y HA DISFRUTADO DEL CARNAVAL DE BRASIL.

CON EL OBRADOIRO

Con motivo de la celebración de la Copa del Rey de baloncesto en el mes de febrero, envasamos la edición limitada de Estrella Galicia Obradoiro 2016. El CAB de Santiago de Compostela ejerció de anfitrión en un evento que volvió a la ciudad de A Coruña después de 23 años.

Al diseño de esta edición limitada se aplicaron motivos que hacían referencia a este deporte, tanto en la etiqueta frontal como en el collarín, donde se podía leer "Obradoiro & Estrella Galicia".

FERIAS DE ANDALUCÍA

Celebramos la temporada de Ferias en Andalucía desde el mes de abril. La edición limitada de este año, la cuarta, ha estado marcada por el color, las referencias al baile y el mensaje: "Nos vemos en la feria".

En esta ocasión, ha sido el artista andaluz Joaquín López Cruces, diseñador e ilustrador granadino, el autor del nuevo diseño. De esta nueva edición limitada se han comercializado 1.180.800 botellas.

CARNAVAL BRASIL

Celebramos el Carnaval de Brasil con nuestros consumidores y clientes con una edición limitada de nuestra cerveza. Ésta ha sido la primera personalización de Estrella Galicia para Brasil. La botella estaba decorada con un antifaz de colores muy vivos y se comercializó desde el Pre-Carnaval.





PROYECTO 'WASH OFF', DE CABREIROÁ

REVOLUCIONAMOS EL MERCADO DEL AGUA ENVASADA AL INCORPORAR UNA TÉCNICA DE ETIQUETADO PIONERA EN ESPAÑA PARA FORMATOS RETORNABLES.

En marzo Cabreiroá culminó el proyecto 'Wash Off', que consiste en incorporar etiquetas adhesivas a los formatos de vidrio retornables. Se convierte así en la primera marca española que utiliza esta técnica en el sector de hostelería de nuestro país.

Nuestra marca, que además es líder en formato vidrio en hostelería en España, ha sustituido sus etiquetas de papel por etiquetas adhesivas, consiguiendo crear una imagen más actual y homogeneizada para todos sus formatos. Con esta nueva técnica logramos un mayor reconocimiento en el punto de venta y reforzamos el compromiso con nuestros clientes.

Cabreiroá modificará también el tapón de sus botellas de vidrio que ahora tendrá grabada la imagen del templete que alberga la fuente del manantial. Este cambio subraya el origen monomanantial de las aguas de Cabreiroá, un elemento característico y diferencial en el mercado del agua mineral.

DOCE NUEVAS ETIQUETAS

El giro en los formatos de vidrio viene acompañado por la incorporación de nuevas etiquetas en todos los formatos de Cabreiroá, con imágenes alusivas a diferentes momentos de consumo relacionados con la vitalidad. En total se presentan doce nuevos diseños que refuerzan la imagen de la marca como un agua vitalista, de origen gallego, centenaria y de composición equilibrada.

Por otra parte, las nuevas etiquetas reflejan los diferentes premios y reconocimientos que ha recibido recientemente, como las 9 Estrellas de Oro que el International Taste and Quality Institute de Bruselas otorgó a Cabreiroá y Magma de Cabreiroá por su sabor y calidad.



DAVID FERNÁNDEZ / PRODUCT MANAGER AGUAS HIJOS DE RIVERA SAU VISTIENDO EL PRODUCTO

Dentro de nuestra estrategia, el packaging se ha convertido en un elemento clave. En el caso de Cabreiroá y de Magma de Cabreiroá se trabajan dos líneas. Por un lado, las características propias de la botella y, por otro lado, cómo vestimos este envase para comunicar lo más relevante para la marca.

Hasta hace unos años, el packaging era un elemento de menor valor en el sector del agua envasada, pero es una realidad que la categoría y el consumidor ahora lo tienen muy en cuenta. Principalmente, por la necesidad de adaptar el envase al tipo de consumo y al consumidor (fuera de casa, en el gimnasio, adaptado para niños, envase ergonómico para deportistas, etc.), pero también, y no menos importante, porque buscamos transmitir el posicionamiento de nuestros productos a través de la imagen.

La apariencia es de vital importancia para el producto porque ayuda a generar una idea, buena o mala, de lo que representa. Por ejemplo, cuando hace unos años se lanzó la nueva botella de Cabreiroá se convirtió en un hito clave para nuestra marca. Su envase pasó a ser un elemento icónico, reconocido y que transmite fortaleza, modernidad y pureza... tan solo observando la botella.

En 2016, nos hemos propuesto seguir construyendo sobre esta sólida base. En este caso, vistiendo un poco más, si cabe, la botella con la intención de que más consumidores se sientan atraídos por ella. El objetivo es subir un peldaño más en la percepción que tienen sobre nosotros, y lo hacemos destacando el origen de nuestro producto, comunicando el mensaje de monomanantial, y trasladando los premios obtenidos al envase.

Así surgen el proyecto 'Wash off', que recupera las etiquetas adhesivas del PET y las traslada al vidrio, unificando nuestra imagen para que nos reconozcan allí donde nos vean y el nuevo diseño de etiquetas de Cabreiroá, que incorpora nuevas imágenes relacionadas con la vitalidad. En definitiva, el packaging es un pilar clave de la estrategia de Cabreiroá por eso seguiremos vistiendo nuestro producto en éste y años venideros.

medo aos lobishomes? hoxe o que dá medo de verdade é quedar sen datos!



nova tarifa R

2GBx10€

chamadas ilimitadas e
datos ilimitados con wificlientes R

tarifa R: liña adicional para clientes con combos de 50, 150 ou 350 megas e unha tarifa plana 22; máximo 3 liñas con tarifa R por cliente

tarifa R 2 GB, só activábelo para liñas adicionais se a primeira liña é unha tarifa plana 22 ou 32 e ten ou comenza un combo con internet con velocidade 5G, 150 ou 350 na mesma liña e só dispoñible para clientes de residencial • no caso de liñas de plano 22 ou 32, a tarifa R 2 GB pasará a custar 10 €/mes • máximo 3 liñas R 2 GB por cliente • límite por chamada 60 minutos, ou máximo 21 conexións • para resto de tarifas, consultar mobilizandoR.com • todos os prezos leván IVA incluído • detalles da promoción, tarifas e penalizacións en tarifas.mobilizandoR.com • anulación: R Galde y Telecomunicaciones Galicia, S.A. [A15474201]

móbilR
1445 R.gal

'PRODUCT PLACEMENT'

CABREIROÁ Y ESTRELLA GALICIA HAN ESTADO PRESENTES EN LOS CAPÍTULO DE LAS SERIES DE TELEVISIÓN BAJO SOSPECHA Y ALLÍ ABAJO TRAVÉS DE LA TÉCNICA DEL 'PRODUCT PLACEMENT'.

BAJO SOSPECHA

A comienzos de año arrancaba la nueva temporada de esta serie con numerosas incorporaciones y una nueva trama centrada en un asesinato en el Hospital Policlínico Montalbán de Cienpозuelos, donde todos eran sospechosos.

En estos nuevos capítulos Cabreiroá ha estado presente, por primera vez, durante las reuniones de los médicos del hospital y también hemos visto a Lluís Homar, comisario de policía, beberse una Estrella Galicia mientras pensaba en cómo resolver los crímenes que allí estaban sucediendo.

Por segundo año consecutivo Estrella Galicia aparecía en esta serie de Antena 3, sin embargo, para Cabreiroá esta era la primera vez que aparecía en una serie de ficción en 'prime time' a través de esta técnica.

ALLÍ ABAJO

También a principios de año daba comienzo la nueva temporada de "Allí abajo" con una trama centrada en contarnos la historia de Iñaki (Jon Plazaola) y su novia Carmen (María León) a quienes les suceden una serie de acontecimientos entre el sur y el norte. En estos nuevos capítulos podemos ver a Koldo y Antxon disfrutando de nuestra cerveza Estrella Galicia mientras planean la despedida de soltero de Iñaki o mientras pasan el rato en el bar de su amigo, regentado ahora por su madre, Maritxu.

Los nuevos capítulos están teniendo muy buena acogida y, desde la cadena, ya han confirmado una tercera temporada para esta serie de comedia que consigue reunir cada martes a más de 3 millones de espectadores.



➤
LA TÉCNICA DEL 'PRODUCT PLACEMENT' PERMITE SITUAR EL PRODUCTO EN ALGUNAS ESCENAS Y AYUDA A QUE EL ESPECTADOR LO RETENGA EN SU MEMORIA DURANTE MAS TIEMPO



FERIAS PROFESIONALES

DURANTE ESTE 2016 HEMOS ESTADO PRESENTES EN ALGUNOS DE LOS EVENTOS MÁS DESTACADOS DEL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS EN NUESTRO PAÍS. EN ELLOS HEMOS REALIZADO CATAS DE NUESTROS PRODUCTOS, 'SHOWCOOKINGS' Y ACTIVIDADES DE DIVULGACIÓN CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER NUESTROS PRODUCTOS.

ALIMENTARIA

Del 25 al 28 de abril, se celebró en Barcelona el salón gastronómico Alimentaria. Un evento internacional por el que pasaron unas 140.000 personas y reunió a más de 3.800 expositores en su 40 edición.

Hemos aprovechado nuestra presencia en la feria para dar a conocer la nueva Estrella Galicia 110 Aniversario. Además, se celebraron en nuestro stand diferentes catas, 'showcookings' y actividades de divulgación.

En el marco de Alimentaria tuvo lugar el primer Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia de Cataluña en el que nuestro piloto de Moto2, Alex Rins, fue el encargado de entregar el premio al ganador de este certamen, que es pionero en nuestro país.

Cocineros de referencia en el mundo gastronómico como Yayo Daporta, Miguel Campos, Iñaki Brental y Álvaro Billa-sante prepararon diferentes platos maridados y elaborados con algunas de nuestras cervezas para el disfrute de los asistentes.

SALÓN GOURMETS

El Salón de Gourmets de Madrid reunió este año a más de 1.300 expositores. La 30ª edición del Salón se celebró del 4 al 7 de abril en el pabellón de IFEMA en Madrid y más de 80.000 personas acudieron al recinto para conocer las últimas novedades del sector.

En nuestro stand se realizaron catas de distintos productos y durante este evento se celebró la final del III Campeonato Nacional de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia del que salió el Mejor Tirador de Cerveza de España. El Salón acogió también la IV edición del Campeonato Gourmetapa Estrella Galicia.

Nuestro proyecto de compromiso social, el Mercado de la Cosecha irrumpió en el Salón, destacando tanto por su estética como por su autenticidad.

El stand estaba inspirado en un ultramarinos y en él se llevaron a cabo catas de productos que se estaban exhibiendo durante la feria. Por otro lado, en nuestro local de La Tita Rivera, se realizó una semana temática con productos del Mercado.



MAD GLUTEN FREE

Nuestra Compañía también estuvo presente en la segunda edición de MAD Gluten Free, la feria internacional más destacada de productos y dieta sin gluten. Nuestra cerveza Estrella Galicia Sin Gluten fue la bebida oficial del evento, que contó con la presencia de más de 200 empresas expositoras y recibió a más de 8.000 visitantes.

Ricardo Nafría, uno de los blogueros más influyentes entre el público celiaco en España, dirigió una cata de cervezas sin gluten y también se realizó un 'showcooking' de la mano de Manuel Costiña (restaurante O Retiro da Costiña, con una Estrella Michelin).

XANTAR 2016

Del 3 al 7 de febrero se celebró en Ourense la 17ª edición del Salón Internacional de Turismo Gastronómico Xantar 2016. Al recinto se acercaron más de 20.000 personas para disfrutar de la amplia oferta gastronómica de este año. En esta edición se realizaron catas guiadas de nuestros vinos Ponte da Boga y vinos de distribución, nuestras cervezas y nuestras sidras.

1906 TRIUNFA EN LOS PREMIOS MONDE SELECTION



UN AÑO MÁS NUESTRAS
CERVEZAS 1906 LOGRAN LAS
MÁXIMAS DISTINCIONES DEL
INSTITUTO INTERNACIONAL
DE SELECCIONES DE CALIDAD.

1906 Reserva Especial y 1906 Red Vintage han obtenido el máximo reconocimiento del certamen, con sendas Medallas de Oro y nuestra cerveza negra, 1906 Black Coupage se ha hecho con el mayor galardón del concurso, el Gran Gold, que certifica el grado más alto de calidad señalado por los expertos que forman parte del jurado en cada edición. La gala de entrega de premios se celebra el 30 de mayo en Budapest.

Nuestra gama de cervezas 1906, fruto de la Interpretación Más Personal de nuestros maestros cerveceros, cuenta en su haber con un sinfín de reconocimientos entre los que destacan especialmente los Monde Selection, que hemos recibido en varias ocasiones, el World Beer Challenge, que siempre elige a 1906 entre las mejores cervezas del mundo, o los Superior Taste Awards del International Taste and Quality Institute de Bruselas.



BACCHUS DE ORO PARA PONTE DA BOGA

ESTE PREMIO RESALTA
LA GRAN CALIDAD DE
NUESTROS VINOS CON
DENOMINACIÓN DE
ORIGEN RIBEIRA SACRA.

La Unión Española de Catadores, que cada año distingue a los mejores vinos, ha otorgado una medalla Bacchus de Oro a nuestro Godello Ponte da Boga, salido de la centenaria bodega enclavada en el municipio de Castro Caldelas, en la Ribeira Sacra ourensana.

Los Premios Bacchus se celebraron del 18 al 21 de marzo en el Casino de Madrid, donde un elenco de 80 jueces valoraron los vinos participantes en el evento en una cata a ciegas. El jurado estaba compuesto por diez Masters of Wine, dos Masters Sommelier, responsables de compras de algunas cadenas de distribución, periodistas especializados y representantes de las principales instituciones vitivinícolas a nivel mundial.

CAMPEONATO DE CHOCOLATES VALRHONA

NUESTRA CERVEZA BLACK
COUPAGE SE UTILIZÓ PARA
ELABORAR UNO DE LOS
POSTRES PARTICIPANTES,
QUE FUSIONABA SABORES
GALLEGOS Y PERUANOS.



En el mes de abril tuvo lugar en París la semifinal de la competición C3Valrhona, realizada por la prestigiosa marca de chocolates, que buscaba premiar al mejor repostero del mundo. El chef Jesús Hevia, del Hotel Attica 21, participó en esta semifinal después de haber superado una primera fase en la que debía presentar distintas recetas y competir frente a reposteros de toda España.

En la segunda fase del concurso, Hevia tuvo que presentar 10 postres y 20 bombones elaborados con chocolate Valrhona Illanka, de origen peruano. Nuestra 1906 Black Coupage formó parte de una de sus recetas, como ingrediente principal del bizcocho realizado con chocolate, cacahuets garrapiñados y frutos rojos.



sidras
MAELOC

SIN GLUTEN
Servir frías.

ecológicas

extra natural dulce

PREMIADAS
INTERNACIONALMENTE
INTERNATIONAL COOK CHALLENGE

elaboradas con manzana 100% gallega y ecológica, procedente de
más de mil cultivadores autóctonos.

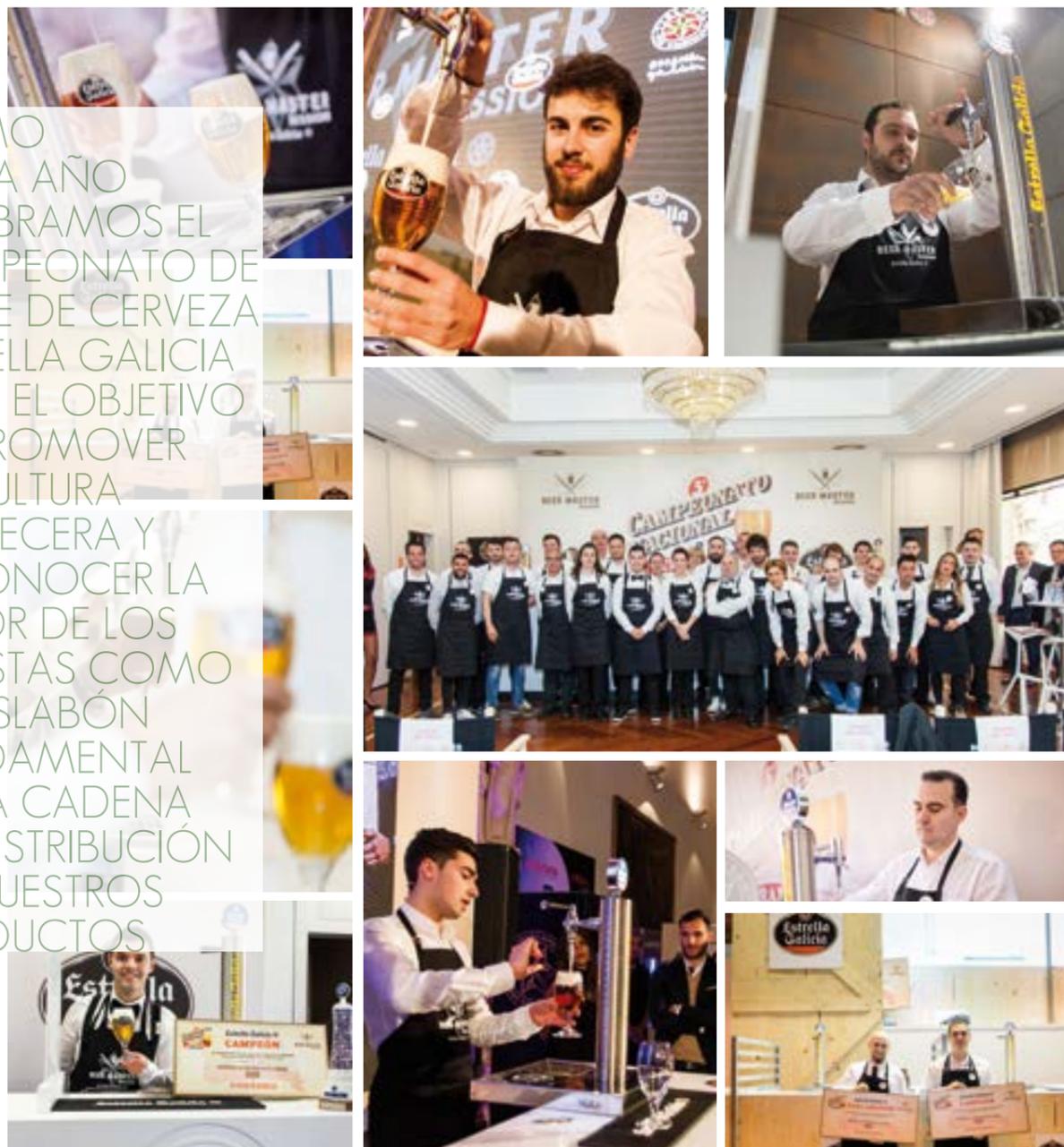
{ Cosecha de Galicia }

MAELOC
SIDRAS
Cunha de Galicia

#DOITYOURWAY @maelocway WWW.MAELOCWAY.COM

III CAMPEONATO DE TIRAJE DE CERVEZA ESTRELLA GALICIA

COMO CADA AÑO CELEBRAMOS 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.



LA FINAL DEL III CAMPEONATO DE TIRAJE DE CERVEZA ESTRELLA GALICIA TUVO LUGAR EN EL MARCO DEL SALÓN DE GOURMETS DE MADRID. PERO ANTES SE CELEBRARON LAS DIFERENTES FASES REGIONALES

MADRID

Dos madrileños se hicieron con el título de campeón y subcampeón en el certamen que se celebró en el marco del Salón de Gourmets de Madrid. Víctor Rivas Camacho, de The Passenger, y Carlos Hugo de Leonardo, del Restaurante Torres de la Alameda, fueron el campeón y subcampeón del certamen, respectivamente. Al día siguiente participarían en el Campeonato Nacional, celebrado también en el Salón de Gourmets.

VALENCIA

En Benidorm se quedó el título de Mejor Tirador de Cerveza de la Comunidad Valenciana. Luis Miguel García, de la cafetería Haití II, recibió este reconocimiento en el certamen realizado en el Mercado de Colón de Valencia. En segundo lugar, el valenciano José Vicente Miralles, del Duppy Café, consiguió el título de subcampeón y ambos estuvieron en el campeonato nacional de Madrid representando a su comunidad.

CANTABRIA

Borja Gutiérrez Aguirre, del Clandestino Gin&Soul de Los Corrales de Buelna, fue el campeón del Beer Master celebrado en Santander. El título de subcampeón se lo llevó Rubén González Castañeda, del Café Vinilo de Cabezón de la Sal. Ambos destacaron entre los 30 participantes del evento por su buen saber en el arte de servir cerveza y sus conocimientos sobre cultura cervecera, que demostraron tener al responder correctamente a las preguntas que les formularon los miembros del jurado. Campeón y subcampeón representaron a Cantabria en el Campeonato Nacional.

GALICIA

El Campeonato de Tiraje de Galicia fue el más numeroso de todos los que se celebraron durante esta III edición. El evento tuvo lugar el 28 de marzo en el Hostal de los Reyes Católicos, en Santiago de Compostela, y reunió a 40 participantes que lucharon por hacerse con el título de Mejor Tirador de Cerveza Estrella Galicia de Galicia. Las fases iniciales de la competición se celebraron en horario de mañana y cinco participantes consiguieron clasificarse para la fase final, que tuvo lugar durante la tarde.

Los aspirantes tuvieron que demostrar su destreza en el arte de servir cerveza y contestar a distintas preguntas sobre el mundo cervecero. A la gran final llegaron cinco aspirantes y, tras una competición muy reñida, donde el nivel era muy alto, Gustavo Rey, de la Cervecería Encontro de Ribadumia (Pontevedra) consiguió alzarse con la victoria. El título de subcampeón fue a parar a Vilalba, a manos de Iñaki Rivas, de Taberna do Labrego.

Los cinco finalistas recibieron un premio de su peso en cerveza, además de una dotación económica de 600 euros para el campeón y 400 euros para el subcampeón. Los tres accésit, de 150 euros cada uno, se entregaron a Diego Otero, de Cervecería Varadero (Sanxenxo), Francisco Barreiro del restaurante Tío Paco (Santa Comba) y Nuria Iglesias de A Bodeguilla (Silleda).

A la entrega de premios acudieron los deportistas Lucas Pérez (RC Deportivo), Iago Aspas (RC Celta) y el entrenador Moncho Fernández (Río Natura Monbus Obradoiro) que, además, asistieron a una demostración de tiraje de cerveza hecha por el Mejor Tirador de la pasada edición, Alberto Fuentes, y compitieron entre ellos por ver quién era el mejor tirador, mérito que recayó en Moncho Fernández, quien declaró tener experiencia previa por haber participado ya en otros de nuestros eventos.

Además, aprovechando que el derbi gallego se celebraba unos días más tarde, los jugadores de ambos equipos gallegos respondieron a las preguntas de los asistentes.

Por otro lado, los cuatro primeros clasificados –campeón y subcampeón, los dos mejores accésit Diego Otero de Sanxenxo y Francisco Barreiro de Santa Comba–, representaron a Galicia en el Campeonato Nacional celebrado días más tarde en Madrid.

LOS FINALISTAS DE TODOS LOS CAMPEONATOS REGIONALES SE DIERON CITA EN LA FINAL DEL CAMPEONATO NACIONAL DE TIRAJE ESTRELLA GALICIA CELEBRADO EL 5 DE ABRIL EN EL MARCO DEL SALÓN DE GOURMETS EN MADRID.

FINAL NACIONAL DEL CAMPEONATO DE TIRAJE DE CERVEZA ESTRELLA GALICIA



MANEL P. PIÑÓN / DIRECTOR DE TRADE MARKETING HIJOS DE RIVERA SAU
PASIÓN EN CADA CAÑA

El servicio en barra, la calidad y la formación de nuestros BeerMan es el objetivo que perseguíamos cuando pusimos en marcha el proyecto Beer Master Sessions, integrado en el contenido del Fórum Gastronómico de A Coruña.

Los objetivos de este proyecto han superado nuestras expectativas, tanto de participación como en la calidad de los profesionales que participan en cada uno de los certámenes. Son más de 2000 profesionales los que han participado y podemos presumir de un proyecto pionero y valorado en el sector, sin ninguna duda, con el trabajo y la coordinación de todas las áreas que participamos en el mismo.

En cada certamen comunicamos la razón de ser de este proyecto “queremos poner en valor el trabajo de los BeerMan que cada día miman nuestros productos en su servicio hacia los consumidores”. Como fabricantes de cervezas premium queremos cerrar el círculo de servicio colaborando y aportando formación a los profesionales del sector para obtener el mayor y mejor beneficio de nuestras cervezas.

Beer Master Sessions va más allá del certamen de tiraje de cerveza. Es un proyecto sólido que agrupa actividades que trabajan para la puesta en valor de nuestros productos, la formación y la rotación entre nuestros clientes. La colaboración del equipo comercial y trade marketing en cada coordinación, el área de spv, comunicación corporativa y el departamento de cultura de cerveza son piezas clave para su éxito y dimensión.



Tiradores de Andalucía, Extremadura, Canarias, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Cantabria, Galicia y Madrid participaron en la III edición del certamen en el que, tras superar las diferentes fases, se proclamó campeón Francisco Calamonte del restaurante La Centinela del Montijo, en Badajoz, quedando subcampeón Luis Miguel García, del restaurante Haití II de Benidorm.

Los cinco finalistas recibieron como premio su peso en cerveza y el ganador, además, 1.000 euros y un trofeo. El subcampeón fue premiado con 600 euros y se entregaron tres accésit de 350 euros a los finalistas. Además, todos los participantes recibieron un diploma acreditativo.

El jurado de la final estuvo presidido por Fernando Iglesias y Xabier Cubillo, responsable y técnico de cultura de cerveza de Hijos de Rivera, respectivamente; el crítico gastronómico Carlos Maribona y Juan Crujeiras, reconocido chef con Estrella Michelin del restaurante La Estación (A Coruña).

EL CAMPEÓN

Francisco Calamonte se define como un cervecero de profesión, enamorado de la cerveza y autodidacta. Su secreto para tirar bien una cerveza es “la sonrisa hacia el cliente y la pasión por la profesión”. Cree que el peor error a la hora de servirla es no mojar el vaso y, además de seguir fielmente las indicaciones de cada maestro cervecero tiene muy en cuenta la espuma, que “garantiza que, tardes lo que tardes en beber la cerveza, esta se muestra como quiere el maestro cervecero”.

EL SUBCAMPEÓN

El segundo Mejor Tirador de Cerveza de España, Luis Miguel García, confesaba que había sido un orgullo convertirse en subcampeón nacional. Según él, “para servir bien la cerveza es fundamental respetar los tiempos y seguir los seis pasos recomendados: mojar las copas, descarte, inclinación del vaso, precisión, coronación y presentación”.

CERTAMEN GOURMETAPA ESTRELLA GALICIA

En el marco del Salón de Gourmets se celebró el IV certamen Gourmetapa Estrella Galicia en el que los participantes debían elaborar una tapa que armonizase con alguna de nuestras cervezas o incluir alguna de ellas en la propia receta. Participaron 25 cocineros y el ganador fue el ermutarra Jesús González con su tapa de “Yogur al bacalao”, que se llevó un premio de 2.000 euros, trofeo y diploma acreditativo. El segundo y tercer clasificado recibieron dos accésit de 1.000 euros cada uno.

ARRANCA LA IV EDICIÓN, EN ALIMENTARIA

El día 29 de abril arrancó en el Salón Alimentaria de Barcelona el IV Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia. En el marco de esta feria internacional, se celebró el Certamen de Tiraje de Cataluña, dando el pistoletazo de salida a la nueva edición de este programa. Marc Supervía del Beerivins, en Barcelona, fue el ganador, quedando subcampeona Sandra García del restaurante La Toja en Castelldefells. Nuestro piloto de Moto2, Álex Rins fue el encargado de hacer entrega del premio al campeón.



MECENAZGO



NACE 12 MIRADAS RIVERSIDE

PRESENTAMOS UN NUEVO PROYECTO DE MECENAZGO CORPORATIVO QUE TIENE COMO OBJETIVO IMPULSAR LA CREATIVIDAD Y EL ARTE, PERMITIENDO QUE LA INSPIRACIÓN FORME PARTE DE NUESTRO DÍA A DÍA.

La creatividad y el arte han formado, desde siempre, parte de nuestra identidad como Compañía; como parte intrínseca de la cultura y de los valores que mueven nuestra actividad. Somos tradición y vanguardia e incorporamos la creatividad a nuestro día a día en lo que hacemos. Esta sensibilidad no es ajena a nuestros centros productivos, sino que hemos convivido con ella al menos los últimos 44 años.

La creatividad tiene presencia en nuestros centros de trabajo, como el mural que preside ambos lados de la antigua sala de cocimiento, obra de los hermanos Atienza, que en pocos meses se convertirá en la pieza principal de nuestro nuevo museo, o más recientemente el mural de Jorge



Cabezas, que preside el moderno edificio del nuevo cocimiento.

Con esta filosofía y de la mano de la Galería Vilaseco de A Coruña, ponemos en marcha un proyecto que pretende inspirar y acercar la creatividad y el arte a nuestras vidas, a nuestro trabajo diario, y al resto de la sociedad. Así es como nace el proyecto "12 miradas, Riverside", que se desarrollará en dos entornos: uno urbano y otro rural.

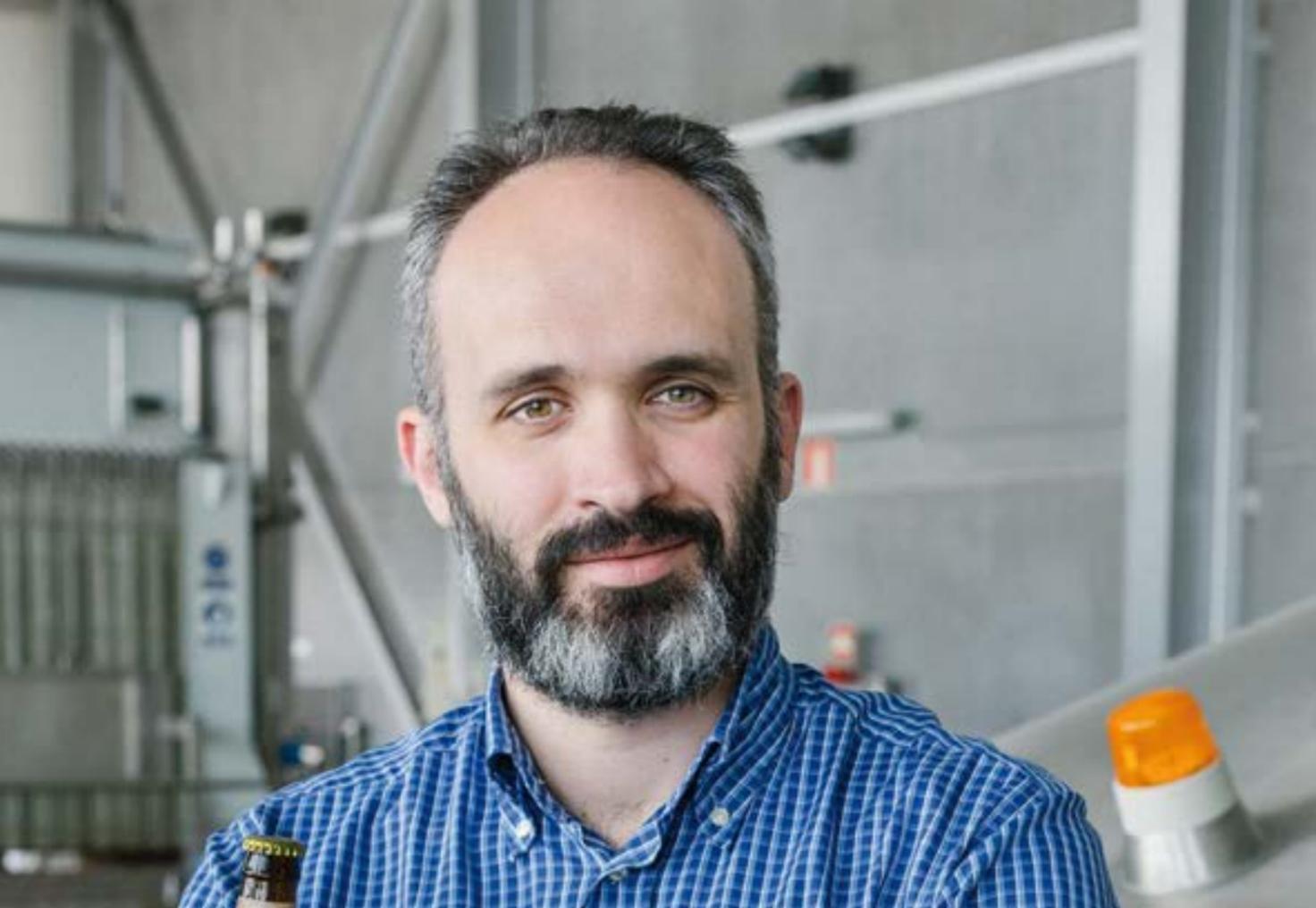
Este programa hará posible que prestigiosos artistas de vanguardia –arquitectos, diseñadores, cineastas...– nos presenten sus 12 miradas, llenas de inspiración, durante una exposición mensual, que tendrá lugar en la galería de arte y que haremos rotar por los diferentes centros de producción de la Compañía. Se completará con una conferencia del artista, abierta al público, en la que cada uno de los creadores nos ofrecerá su propia visión del arte.

La vertiente rural del proyecto, Riverside, se desarrollará en la Ribeira Sacra, con talleres en nuestras instalaciones de Ponte da Boga y Custom Drinks. En estos talleres participarán diversos artistas, que tutelarán la actividad de jóvenes creadores e investigadores de arte de vanguardia, cumpliendo un objetivo de apoyo, promoción y estímulo a proyectos que representen un avance de conocimiento, experimentación y desarrollo en el ámbito rural. La participación de estos jóvenes investigadores se realizará a través de una convocatoria de becas.

12 EXPOSICIONES

El arquitecto Patxi Mangado inauguró el programa en enero con su exposición. Tras él, fue el turno del ceramista Toni Cumella, que acercó al público su visión sobre la creatividad y el arte, mostrando 12 fotografías, sus 12 miradas, con las que se inspira o que tienen importancia destacada en su vida como artista.

Dentro del programa de esta edición, tenemos también la oportunidad de conocer la obra de las diseñadoras María Barros y Rosario Froján (D-due), el diseñador de luminarias Arturo Álvarez, los muebles reciclados de Tomás Alonso, el diseño de Martín Azúa, la obra de los arquitectos Toni Gironés y Manolo Gallego, al cineasta Lois Patiño, entre otros. El calendario de actividades está disponible en la web www.12miradasriverside.com.



LUIS ALVAR

MAESTRO CERVECERO HIJOS DE RIVERA SAU

AL FRENTE DEL ÁREA DE FABRICACIÓN DE CERVEZA SE ENCUENTRA NUESTRO MAESTRO CERVECERO LUIS ALVAR, QUE HA SIDO EL RESPONSABLE DE IMPORTANTES LANZAMIENTOS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS. RECIENTEMENTE, ÉL Y SU EQUIPO HAN SIDO PADRES DE LA CERVEZA CONMEMORATIVA DE NUESTRO 110 ANIVERSARIO, QUE RECUPERA LA RECETA Y EL SABOR DE NUESTRA PRIMERA CERVEZA, DEL AÑO 1906.

¿Cómo ha sido esa labor de investigación, que nos ha permitido recuperar esta receta?

Hemos utilizado toda la hemeroteca que tenemos, analíticas de laboratorio antiguas y anotaciones hechas a mano hace cincuenta o sesenta años. También hemos hablado con gente ya jubilada para saber lo que recordaban. Al tratarse, además, de una receta con tanta historia, nos encontramos con que las materias primas habían variado a lo largo del tiempo, como en el caso del lúpulo. Se usaban algunas variedades que hoy en día ya no se cultivan y hubo que buscar las alternativas más cercanas a las variedades originales.

¿Y cuál ha sido el resultado?

El resultado es el de una cerveza 100% malta, de color dorado brillante y con aroma equilibrado entre las maltas y lúpulos, predominando estos últimos, que aportan notas frescas y florales. Presenta cuerpo ligero y un amargor moderado y persistente, resultando una cerveza muy agradable y fácil de beber. Gracias al código bidi que incorpora la botella podemos conocer de primera mano la opinión de nuestros consumidores sobre esta cerveza. Este código ha sido uno de los grandes avances, ya que nos permite ver tendencias de opinión y plantearnos modificaciones en algunas cervezas de temporada como ésta.

¿Crees que existe Cultura de Cerveza en España?

Tenemos suerte de que el interés de la gente por probar cosas nuevas ha aumentado en los últimos años, lo que va ligado al crecimiento de la cultura cervecera que se está dando en España. Un indicativo del incremento de este interés lo podemos encontrar en la proliferación de las microcervecerías, que cada vez son más comunes a nivel nacional y que ayudan a la propagación del mensaje cervecero entre la gente. Por otra parte, creo que la crisis económica que hemos sufrido en los últimos años ha ayudado a que mucha gente cambie sus hábitos de consumo y hayan introducido la cerveza en su consumo habitual por el efecto del precio. También ha habido una gran dedicación, por parte de los diferentes productores de cerveza, de acercar el mundo de la cerveza a los consumidores a través de diversas actividades. Un claro ejemplo de esto es el próximo Museo MEGA, que inauguraremos a finales de este año, las actividades que desarrollan nuestros compañeros de calidad exterior y cultura de cerveza o el Programa Beer Master.

¿Hacia dónde se mueve el sector?

En el ámbito cervecero, hemos visto que partiendo de una situación en la que se creía que en España la gente sólo quería cerveza suave, muy clara, con poco amargor y escaso alcohol, cada vez va aumentando el consumo de cervezas con más carácter, más fuertes y alcohólicas y con notas de lúpulo acentuadas.

¿De qué forma se adapta el área de fabricación al crecimiento que estamos viviendo?

Para nosotros es esencial adaptarnos a este

“EL INTERÉS DE LA GENTE POR PROBAR COSAS NUEVAS HA AUMENTADO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS”



EDAD
37

ESTADO CIVIL
Casado

UNA COMIDA
Cocido gallego

UNA BEBIDA
1906

AFICIONES
Fútbol y todo lo relacionado con entretenimiento tecnológico

CIUDAD FAVORITA
Tokio

UN LIBRO
El señor de los Anillos

UNA PELÍCULA
Terminator 2

UNA CANCIÓN
Livin' on the Edge, Aerosmith

UN MOMENTO
Tomar una cerveza con la familia

UN RETO
Mantener el proceso y la fábrica adaptada a las necesidades del futuro

NO SOPORTA
La prepotencia y la soberbia

UNA DISCULPA
La lista de mails no leídos es larga...

crecimiento, para acompañarlo y para aumentar nuestra capacidad de producción. El crecimiento que estamos viviendo supone un auténtico reto, por tener que adecuar diversos puntos de las instalaciones año tras año y realizar muchos proyectos al mismo tiempo. Esto sólo se puede conseguir gracias a la colaboración directa con el departamento de oficina técnica, que gracias a un trabajo espectacular, estamos desarrollando proyectos y creciendo continuamente.

¿Cuál ha sido la evolución que ha experimentado nuestra fábrica?

A nivel productivo, en los últimos 12 años hemos triplicado la producción. Este crecimiento, reflejado no sólo en volumen sino en nuevas cervezas, ha ido acompañado de un crecimiento enorme de nuestras referencias, llegando a ser la empresa española con más formatos diferentes. En estos años, también hemos ido evolucionando como empresa, adaptando los distintos niveles y estructuras, pasando de ser una pequeña empresa a la corporación que somos actualmente.

¿Hacia dónde vamos?

Una de las cosas que más nos suelen preguntar es hasta dónde vamos a llegar y es difícil de imaginar, teniendo en cuenta desde donde hemos partido y lo que estamos alcanzando. Tenemos en mente llegar a duplicar la producción actual, para lo cual se pondrá en marcha la nueva sala de cocción, espejo de la que inauguramos en el 2013, y con la que podremos alcanzar los 400.000.000 de litros al año. También, acompañando esta sala, llegará una nueva línea de filtración para poder abastecer al área de envasado de todas las cervezas actuales, así como las que puedan ir apareciendo en el futuro.

En todos estos cambios siempre tenemos en mente la adopción de las últimas tecnologías del mercado, que nos ayuden a conservar todas las características de nuestros productos con la máxima calidad. Esta forma de pensar la heredamos de nuestros predecesores, como José Luis Moreno, anterior maestro cervecero, y de Ramón López, anterior responsable del departamento de calidad.

Háblanos de tu equipo, ¿quiénes lo componen y a qué dedican sus esfuerzos?

La organización del departamento no ha sido ajena a todos los cambios y nos hemos ido adaptando a las necesidades del proceso. Actualmente la parte técnica la conformamos cuatro personas: Diego Vázquez, Rosendo Valerio y recientemente se ha incorporado David Mato, ellos me ayudan en las funciones de planificación, supervisión y mejora del proceso, desarrollo de nuevos productos y de diseño y ejecución de nuevas instalaciones. De nosotros dependen 34 personas que son los que están consiguiendo realizar “el milagro Estrella”, con auténtica dedicación y a base de trabajo. Sin lugar a duda, son nuestro activo más importante.



J. CARLOS RGUEZ. CAAMAÑO

DIRECTOR DE
MEJORA CONTINUA
Y GESTIÓN DE RIESGOS
HIJOS DE RIVERA SAU

RECONOCIMIENTO AL INGENIO Y AL TRABAJO EN EQUIPO

EL MODELO DE MEJORA CONTINUA
BUSCA AUMENTAR LA EFICIENCIA,
LA CALIDAD Y LA SEGURIDAD,
TENIENDO EN CUENTA LA
PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LOS
PROPIOS EMPLEADOS/AS.

Aportar ideas y poner en marcha acciones de mejora son la base de la Mejora Continua, por lo que en el mes de junio de 2015 pusimos en marcha un **Sistema de Reconocimiento que premia las Mejores Ideas, los Mejores Talleres y los Mejores Grupos Autónomos de Personas (GAP)** de nuestra planta de cerveza.

Como resultado entre abril y diciembre de 2015 recibimos 213 ideas de mejora emitidas y aprobadas por los/as operarios/as, de las cuales se han podido implantar alrededor del 80 %. De entre todas ellas, tres destacaron especialmente y fueron elegidas entre las mejores por el Comité de Valoración de la planta de cerveza. En su selección el comité valoró el impacto y mejoras conseguidas (en calidad, costes, seguridad, servicio a clientes,...), la posibilidad de estandarización, la sencillez en su implantación y el grado de implicación del emisor en su puesta en marcha.

Como consecuencia de las acciones e ideas de mejora implantadas por los equipos de la fábrica en los primeros meses, cabe destacar el incremento del 7 % en la eficiencia de envasado o la reducción del 20 % en mermas de fermentación.

OBJETIVOS PARA 2016

Este año nos planteamos nuevos objetivos para consolidar el modelo y la cultura de Mejora Continua en nuestra Organización.

- **Crear un lugar de trabajo cada vez más agradable y seguro.** A través de la implantación de la metodología de 5S en toda la planta, mejoraremos el nivel de organización, orden y limpieza de la fábrica.
- **Mejorar la productividad de la Planta,** enfocando el esfuerzo de todos los equipos en la gestión de los ratios de eficiencia, desarrollando acciones y talleres que permitan mejorarlos.
- **Consolidar el modelo y cultura de Mejora Continua,** a través de la implantación de la metodología 'Lean' en toda la planta, la formación en mejora continua a todas las personas de la fábrica, el impulso de Ideas de Mejora o la puesta en marcha de talleres de resolución de problemas.

Todo ello nos permitirá continuar avanzando en este modelo y en el proceso de consolidación de esta cultura, en la que la comunicación y el trabajo en equipo marcan el camino hacia la excelencia.

LOS PREMIADOS EN 2015

MEJOR IDEA

Rubén Martí y José Manuel Mosquera, por su solución para la "Caída de barriles en la línea de envasado". Con frecuencia, los pallets de barriles llegan a la fábrica descolocados, produciéndose caídas, atascos, paradas y golpes a componentes de las máquinas. "Se nos ocurrió colocar una cuña que sirviera para recolocar los barriles que vinieran desplazados. Fue una satisfacción ver que funcionaba nuestra idea y que era muy positiva para nuestro trabajo y para Mantenimiento". El resultado: aumento de 4 horas de media de la disponibilidad semanal del grupo.

MEJOR TALLER

Para el grupo integrado por Diego Vázquez, José Antonio Gómez, Marcos Pazos, Miguel Sanjurjo y Manuel Salgado. Han recibido este reconocimiento por el desarrollo del taller "Merma de cerveza en fermentación". Cada vez que se envía mosto desde cocimiento al tanque de fermentación, se produce una pérdida de producto, merma que es inherente a cualquier trasiego. Para mejorar el proceso, realizaron pruebas y pusieron en marcha distintas acciones centradas en el ajuste de los tiempos de regulación de las válvulas.

El resultado: reducción de un 20 % en la merma en fermentación.

"El taller nos permitió abordar el tema desde otro enfoque, con una metodología que no conocíamos. Nos ayudó a aunar esfuerzos y equipos que de otra manera hubiera llevado más tiempo y con peores resultados".

"Experiencias como esta, están ayudando a cambiar la mentalidad de las personas, aumenta el grado de responsabilidad en su trabajo, y ayuda a dar un impulso a la Compañía y a modernizar determinadas formas de trabajar".

MEJOR GRUPO AUTÓNOMO DE PERSONAS (GAP)

Recayó sobre los integrantes del Laboratorio de Control de Calidad, en reconocimiento a su evolución en organización, orden y limpieza, la puesta en marcha de talleres de mejora, el aumento de la eficiencia en procesos y la generación de ideas de mejora.

"La mejora continua nos está ayudando en la organización del trabajo y a actuar de forma más coordinada. Comentar y analizar las incidencias más importantes facilita la trazabilidad de los problemas y sus soluciones y el aprendizaje para todas las personas del equipo".





CARLOS LÓPEZ / GERENTE DE TECNOLOGÍA Y ENTORNOS COLABORATIVOS HIJOS DE RIVERA SAU

HACIA EL MODELO WAAS "WOKPLACE AS A SERVICE": EL NUEVO PUESTO DE TRABAJO

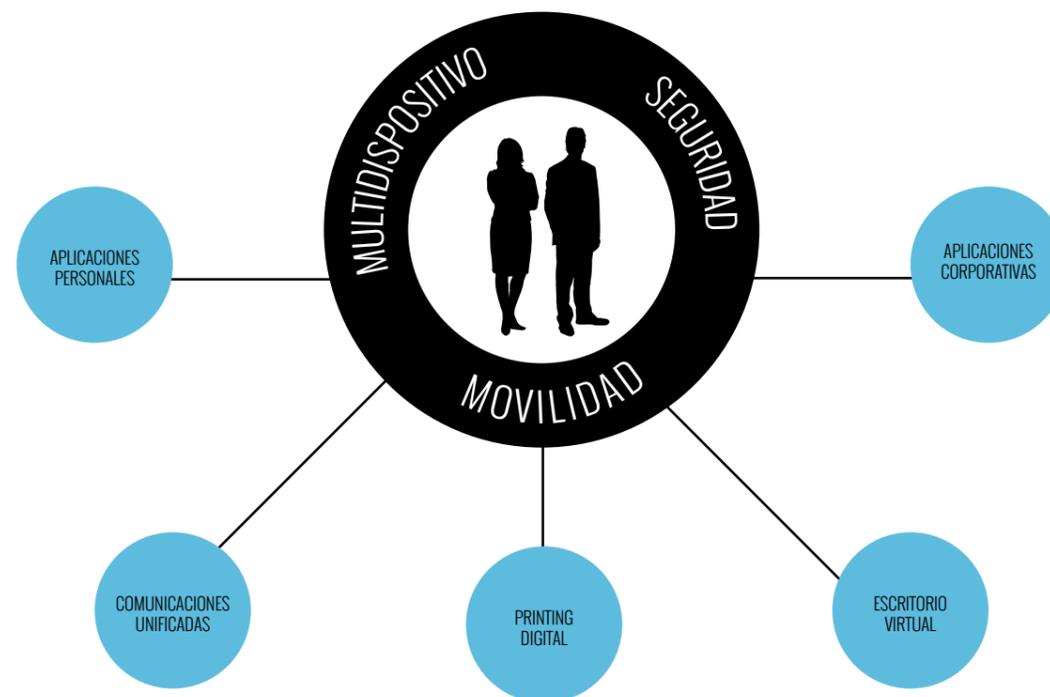
COMO EMPLEADOS BUSCAMOS HERRAMIENTAS PARA PODER COLABORAR, COMPARTIR INFORMACIÓN, SER MÁS EFICIENTES EN NUESTRO TRABAJO. COMO PERSONAS, QUE NOS FACILITEN LA CONCILIACIÓN FAMILIAR. PARA COMPATIBILIZAR AMBOS OBJETIVOS, DESDE TIC TRABAJAMOS HACIA EL MODELO DE PUESTO DE TRABAJO COMO SERVICIO.

Nuestra forma de trabajar ha cambiado considerablemente en un corto espacio de tiempo. Hemos entrado en la época de la transformación tecnológica constante, las nuevas tecnologías irrumpen en el ámbito personal y se mezclan con el ámbito empresarial. Trabajamos en diferentes sitios, en diferentes momentos y en distintos dispositivos.

Durante el último año, desde TIC, en colaboración con recursos humanos, hemos trabajado en el desarrollo y la organización de los servicios vinculados a este nuevo planteamiento en línea con el proyecto de "Definir y Modernizar el Puesto de Usuario" contemplado dentro del Plan Estratégico de TIC 2015-2017.

Este proyecto supone una reorganización del equipamiento informático (hardware, software y servicios), que se pone a disposición de todos los empleados del grupo de empresas, en consonancia con los perfiles definidos en la descripción de puestos realizada por el departamento de recursos humanos.

La transición hacia este modelo la estamos realizando de forma progresiva. La primera fase comenzó en el año 2015 con la evolución hacia el Sistema Cloud Computing. El siguiente paso es permitir que los usuarios accedan a las herramientas de gestión corporativas, incluido SAP, de forma segura, desde cualquier dispositivo, en consonancia con la conocida tendencia BYOD, 'Bring Your Own Device', que ya es posible, con algún matiz, en los terminales móviles.



CARACTERÍSTICAS

Algunas de las características principales de este modelo, tanto desde el punto de vista TIC como desde el punto de vista de compañía y por tanto del negocio, son:

- 1 **Política clara por perfiles de usuario:** a cada perfil de trabajo le corresponde un equipamiento necesario para realizar su trabajo optimizando además el coste para la Compañía.
- 2 **Mayor rapidez en la instalación y reparación** de los equipos al tener los perfiles de los usuarios predefinidos y un tiempo pactado con el proveedor. Se reduce así el Time to Market de las diferentes herramientas o procesos.
- 3 **Mejorará la atención y el servicio al usuario:** la gestión de incidencias será más rápida y eficiente, al tratarse de equipamiento similar los incidentes han de ser similares y sus soluciones homogéneas, reduciendo por tanto el tiempo de inoperatividad de los usuarios.
- 4 **Renovación eficaz de los equipos,** cada 4 años es la propuesta inicial, lo que evita la heterogeneidad del parque de dispositivos y su obsolescencia.
- 5 **Optimizará los costes de desarrollo de aplicaciones** para los proyectos de todas las áreas (TIC, digital, RRHH, etc). Al disponer de equipamiento homogéneo se asegura un correcto funcionamiento de las aplicaciones a lo largo de toda la compañía y se garantiza su continua evolución y adaptación desde este punto de vista.
- 6 **Fomenta la movilidad** e impulsa políticas de conciliación, al permitir el acceso a los sistemas corporativos desde cualquier dispositivo y desde cualquier lugar.
- 7 **Mejora los parámetros de seguridad,** al disponer de equipos en los que los fabricantes corrigen todos aquellos problemas potenciales.
- 8 **Homogeneiza y estandariza** los equipos todos los usuarios, reduciendo la variedad de los mismos.
- 9 **Publicación de servicios centralizada** desde el Datacenter de la Compañía, huyendo en lo posible de las instalaciones locales y personalizadas en los puestos de trabajo de los usuarios, en línea con la apuesta por el Cloud Computing.

PRESENTACIÓN ONLINE DEL TEAM ESTRELLA GALICIA 0,0

1.500 PERSONAS PUDIERON SEGUIR A TRAVÉS DE INTERNET LA PRESENTACIÓN DE NUESTROS EQUIPOS DE MOTOCICLISMO.

El evento de presentación de la nueva temporada de nuestros equipos en el Mundial de Motociclismo es uno de los momentos más importantes para los seguidores del Team Estrella Galicia 0,0. Por segundo año consecutivo quisimos llegar a todos los aficionados al motociclismo difundiendo el evento a través de internet, incorporando además algunas novedades a la retransmisión.

Para poder seguir el evento en directo se creó una página web específica (team2016.estrellagalicia.es) preparada para que se pudiera visualizar correctamente en los diversos dispositivos de acceso a la red, como ordenador, móvil o tableta. La calidad de la señal también se adaptaba al ancho de banda que tuviera el usuario, para garantizar que ningún aficionado se quedara sin ver a los nuevos pilotos del Team Estrella Galicia 0,0.

Además, se facilitó a los medios de comunicación un enlace específico para que pudieran difundir la señal en sus webs, lo que permitió que el evento se pudiera seguir en las páginas MotoGP.com, Marca.com, As.com, Telecinco.es o SoloMoto.es.

La presentación a través de la red fue seguida por 1.500 personas, un 40 % más que el año anterior. El 64,7 % de los usuarios accedieron desde España, el 5,6 % desde Italia y el 4,1 % desde el Reino Unido.



NUESTRA INTERPRETACIÓN MÁS PERSONAL

— triunfa en Monde Selection —

DOS MEDALLAS DE ORO Y UN GRAN ORO



1906
— Red Vintage —
Monde Selection
Gold Award



1906
— Reserva Especial —
Monde Selection
Gold Award



1906
— Black Coupage —
Monde Selection
Grand Gold Award

1906

NUESTRA INTERPRETACIÓN
— más —
PERSONAL



ESTRELLA GALICIA CON EL CARNAVAL

Nuestra cerveza Estrella Galicia no quiso perderse la fiesta más internacional de Brasil: el Carnaval. Para ello se vistió con un antifaz de colores muy vivos y acompañó a miles de personas por las calles del país para disfrutar de una de las citas con mayor arraigo. Es la primera edición limitada del Carnaval de Brasil, de la que se comercializaron 200.000 botellas de 600 ml., que estuvieron presentes desde el mes de enero, fecha en la que comienza el Pre-Carnaval, hasta la propia celebración en el mes de febrero, en los canales de alimentación y hostelería.



PRESENTACIÓN DE SON ESTRELLA GALICIA

Brasil acoge este año su primer circuito Son Estrella Galicia, con un programa de 27 conciertos en tres salas de referencia en el ámbito de la música alternativa en Río de Janeiro y São Paulo. Son Estrella Galicia reunirá a artistas de la MPB (Música Popular Brasileña) alternativa y del indie rock brasileño, aunque también a grupos internacionales. La inauguración el pasado mes de abril en Río corrió a cargo de Jards Macalé, al que seguirían artistas como Anelis Assumpção, O Terno o Steve Shelley, batería de los Sonic Youth. Además, nuevos talentos de la música brasileña independiente podrán darse a conocer e incluso formar parte de la programación de Son Estrella Galicia en España.



VISITA DE MARC MÁRQUEZ A BRASIL

Tras proclamarse campeón en el Gran Premio de Motul (Argentina) y antes de participar en el Gran Premio de las Américas (EEUU), Marc Márquez hizo una parada en Brasil para conocer nuestras instalaciones. Nuestro piloto mantuvo un encuentro digital con sus fans y otro con la prensa, en el que habló sobre el Mundial y los retos a los que deben enfrentarse aquellos que se quieren dedicar a la competición.

CABREIROÁ LLEGA A BRASIL

Desde el mes marzo Cabreiroá se vende en los establecimientos brasileños en formato de 33 cl. 50 cl. y un litro. Este salto supone un paso muy importante para nuestras aguas que ya se pueden consumir en Sao Paulo



NUEVA APLICACIÓN PARA MÓVILES

Con el fin de acercarnos a nuestro público brasileño creamos la aplicación online "Prazer, Estrella Galicia", inspirada en la campaña "Deberíamos conocernos" realizada en España en 2011. Para esta, adaptamos los contenidos al público brasileño y trasladamos a cifras la vida de una persona para hacerle ver que, a pesar de haber vivido mucho, aún no ha probado una cerveza como la nuestra. La aplicación está disponible, para todos los dispositivos, en el enlace prazer.estrellagalicia.com.br.



GRAN PREMIO DE MOTUL DE MOTOCICLISMO

Del 1 al 3 de abril se celebró en Argentina el Gran Premio de Motul, en el que compitieron nuestros pilotos del Team Estrella Galicia 0,0. En la categoría de MotoGP, Marc Márquez sumó una nueva victoria, el segundo puesto fue para Valentino Rossi y el tercer lugar lo consiguió Dani Pedrosa. Nuestros clientes tuvieron la oportunidad de asistir a la ronda clasificatoria del sábado y disfrutar de la carrera al día siguiente, además de visitar el box del Team Estrella Galicia 0,0.



CANAL DE ALIMENTACIÓN

Nuestra cerveza Estrella Galicia en formato lata, botella y pack; 1906 en botella y pack, y 1906 Red Vintage en botella, vuelven a estar disponibles en la cadena Carrefour. Además, desde el año pasado, estamos también en otras cadenas de supermercados importantes y de gran peso en el país como son Coto y La Anónima.



LA TIENDA INGLESA

Con motivo de la celebración del Gran Premio de Argentina, llevamos a los supermercados La Tienda Inglesa la imagen de Álex Márquez para promocionar nuestra cerveza Estrella Galicia 0,0.



ESTACIONES ESSO

Nuestras cervezas están disponibles en los mini supermercados de las estaciones de servicio ESSO. Por el momento, nuestros consumidores pueden encontrarnos en las cuatro más importantes del país.

PUNTA DEL ESTE

Para cerrar la temporada de verano de 2015 se celebró una fiesta con periodistas uruguayos y argentinos en la que fuimos patrocinadores. Alrededor de 150 invitados disfrutaron con la música de Edison Mouriño y el DJ Edgardo Piazza. Nuestros clientes recibieron obsequios-entre ellos un viaje a Río de Janeiro- y disfrutaron de Estrella Galicia, Estrella Galicia 0,0, Shandy, Estrella Galicia Sin Gluten, 1906 Reserva Especial, 1906 Red Vintage y 1906 Black Coupage.



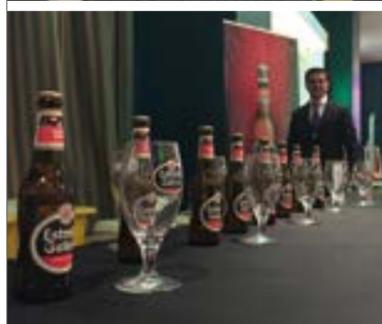
CHILE
SUDAMÉRICA



Desde el pasado año nuestras cervezas Estrella Galicia, Estrella Galicia 0,0 y 1906 Reserva Especial pueden encontrarse en el mercado chileno. En este comienzo del año hemos dado un paso más ampliando nuestro mercado a otras localidades como **Viña del Mar**, donde realizamos catas de nuestros productos en dos lugares emblemáticos: el Hotel Verso y el Estadio Español. Además nuestra cerveza está disponible en varios locales, como el Rojo y Negro y Raíces. También está disponible en las cadenas de supermercado Jumbo y Tottus. Seguimos acercándonos a nuestros consumidores chilenos con diferentes eventos, como las fiestas Wake Up realizadas en **Santiago de Chile**, donde contamos con una barra de bebidas propia.



PANAMÁ
SUDAMÉRICA



En los últimos meses de 2015 participamos en dos eventos con el objetivo de darnos a conocer y hacer llegar nuestro producto a un mayor número de personas. Una de ellas fue la primera **Beer Week**, organizada por el Grupo Panamá Week en el hotel Hilton, donde unas 700 personas pudieron degustar nuestras cervezas. La segunda fue el **Mayo Fest**, donde contamos con un stand propio y colaboramos con la Fundación Paila, una organización que busca promover la gastronomía panameña y ayudar a los niños más necesitados, donando parte de la recaudación obtenida. Ambos eventos fueron muy bien acogidos y tuvieron una gran repercusión en las redes sociales.

COLOMBIA
SUDAMÉRICA



En este país nuestra cerveza está presente desde hace más de tres años. Estrella Galicia, Estrella Galicia 0,0 y 1906 están disponibles tanto en el canal de hostelería como en dos de las cadenas de supermercados más conocidas del país: Carulla y Éxito. Además de llegar a Bogotá, también tenemos presencia en otras localidades como Barranquilla, Cartagena, Cali y Medellín.



EEUU
AMÉRICA



Nuestra filial Balearic Beverage participó durante el mes de marzo en diversos eventos promocionales que tuvieron lugar en Ohio e Indiana. Las ferias de Cavalier Ohio se celebraron en Dayton y Toledo mientras que las ferias de Cavalier Indiana fueron en South Bend y Bloomington. Ambas tuvieron una gran afluencia y los visitantes pudieron conocer más sobre nuestros productos y su historia. Estuvimos presentes con nuestros vinos Ponte da Boga, cerveza 1906 Reserva Especial y sidras Maeloc de 75 cl. y 33 cl.



CANADÁ
AMÉRICA



Introducimos en el monopolio SAQ (Société des Alcool du Québec) nuestra cerveza 1906 Reserva Especial. Además, nuestros clientes de la zona francesa de Canadá, podrán disfrutar también de nuestro vino Mencía Ponte da Boga que ya empieza a comercializarse en el país.



CABO VERDE
ÁFRICA



Nuestro afán por llegar a todos los puntos del planeta ha hecho que nuestra cerveza Estrella Galicia en formato mini pueda disfrutarse en Cabo Verde, donde está disponible en el canal de hostelería.



JAPÓN
ASIA



Con el objetivo de continuar con la expansión de nuestros productos, los restaurantes Okinawa, de comida italiana y japonesa, cuentan ya con Estrella Galicia y 1906 entre su oferta. Ampliamos así nuestra presencia en el país nipón, que ya contaba con nuestras cervezas en algunos restaurantes españoles. Además, hemos desarrollado dos nuevos productos en formato lata, Calimocho (con cola y vino tinto) y Hugo (con vino blanco y limonada) que ya pueden encontrarse en los supermercados Lawson de Japón, que cuentan con 11.000 tiendas a nivel nacional.



NUEVA ZELANDA
OCEANÍA



En esta primera etapa del año hemos conseguido llegar a nuestras antípodas. Comenzamos a trabajar en Nueva Zelanda con MAC VINE, uno de los principales importadores de vino del país, con nuestras sidras Maeloc de 33 cl.





Waitrose

WAITROSE

Desde el mes de marzo Waitrose, una de las mayores cadenas de hipermercados del Reino Unido, ha empezado a comercializar nuestra cerveza Estrella Galicia y nuestras sidras Maeloc. Un total de 51 tiendas premium contarán con el pack de 4x33 cl. de Estrella Galicia y 110 tiendas con nuestra sidra Maeloc Dry en formato individual de 33 cl. Waitrose también participará en una campaña de verano que consistirá en crear una “zona de Galicia”, promovida por Estrella Galicia, en colaboración con la Federación Española de la Industria de Alimentación y Bebida (FIAB), para promocionar la calidad de los productos españoles en sus tiendas.



HOTELES MARRIOTT

Marriott abre sus dos primeros hoteles en el Reino Unido con su marca AC Hoteles e incorporará nuestras cervezas Estrella Galicia a su oferta. Además, el Hotel Double Tree, en Manchester, dispondrá de una terraza exterior de Estrella Galicia que será perfecta para disfrutar de los días de verano.

VALOUR HOSPITALITY

La firma Valour Hospitality, con 20 hoteles bajo su gestión en el Reino Unido, tendrá nuestra cerveza de barril en tres de sus hoteles. Los hoteles Hilton Double Tree Manchester, frente a la estación de tren principal de Manchester; AC Hotel Marriott Salford Quays, también en Manchester, y AC Hotel Marriott Mailbox, en Birmingham, comenzaron a servir nuestra cerveza el pasado mes de abril.



HEAD OF STEAM

Los consumidores de esta cadena especializada en cerveza –locales en Newcastle, Leeds y Sheffied– ya pueden pedir Estrella Galicia en ocho establecimientos, donde estamos presentes con cerveza en formato de barril. Además, el grupo apoya la música independiente, algo que encaja con nuestro programa Son Estrella Galicia, desde donde apostamos por ser líderes en la promoción del talento musical en el Reino Unido.

CRAFT BEER RISING 2016

En febrero se celebró en Londres el CBR16 (Craft Beer Rising), un festival de cerveza y sidra artesanal que reunió a más de 150 cerveceros y 50 productores de sidra. Nuestras sidras Maeloc estuvieron presentes en este evento, en formato de barril y con sus diferentes variedades en botella. Muchos clientes clave probaron nuestra sidra en una cata que tuvo como resultado la inclusión de Maeloc en varias cartas de este mercado internacional. Varios DJ y diversos stands de comida callejera amenizaron la velada que terminó con muy buenas críticas hacia nuestras sidras.



Nuestras sidras Maeloc estuvieron presentes en la segunda edición del International Cider Festival, que se celebró en Rotterdam el día 30 de abril. Participamos en este evento, de la mano de nuestro importador de Holanda, con toda la gama Maeloc de 33 cl., con el formato de sidra Maeloc achampanada y natural.

Este evento fue una oportunidad para darnos a conocer entre los profesionales y el público de otros países que también han estado presentes como Inglaterra, Escocia, Irlanda, Francia y Estonia, en un contexto en el que tuvieron una destacada presencia las sidras artesanas.



YVES CONSTANTINIDIS / EL AUGE DE LA SIDRA ARTESANAL EN EUROPA

EXPORT MANAGER
RIVERA EUROPE
TRADING COMPANY

Todo apunta a que la sidra artesanal va a seguir los mismos pasos que la cerveza artesanal, que ha sido uno de los mayores casos de éxito en el sector de bebidas en los últimos años.

Hoy en día, hay un largo debate sobre lo que se puede considerar artesanal o ‘craft’ en lo que se refiere a la cerveza y lo mismo sucede con la sidra. La cerveza artesanal se asocia con fábricas de cerveza con producción limitada y con un fuerte elemento de autenticidad. En la sidra, en cambio, no se trata exclusivamente de producciones limitadas sino que el foco se pone en el origen de la sidra y en su tradición. Pero sobre todo una sidra artesanal es producto de la fermentación de manzanas sin el uso de concentrado.

Los analistas de este mercado prevén un crecimiento de las sidras artesanales para los próximos 5 años en Europa. El incremento del consumo de sidra proviene del segmento premium al cual pertenecen las sidras ‘craft’. En países como Reino Unido e Irlanda el consumo de sidra per cápita llega a los 15 litros, el más alto del mundo. Para hacernos una idea, esto representa el 18% del consumo de cerveza en estos mismos mercados.

Desde hace ya muchos años hay un ‘boom’ en el consumo de cervezas artesanales en Reino Unido y los consumidores buscan algo equivalente en la oferta de sidras. La cadena de alimentación Waitrose, por ejemplo, ha decidido dedicar un espacio cada vez más importante a las sidras artesanales, replicando la estrategia que aplicó en la categoría de cervezas.

Eventos especializados en cervezas artesanales, como el Craft Beer Rising en Londres, han incluido un espacio dedicado a la sidra, lo cual demuestra su importancia dentro de este segmento. Lo mismo se observa en otros mercados de Europa, como por ejemplo, Finlandia y Suecia, países productores y consumidores de sidra en los cuales se observa una clara tendencia de búsqueda de sidras premium con carácter artesanal.

Los mercados de sidra en Europa y también en el resto del mundo, suelen ser muy cerrados a los productos nacionales por no decir regionales. En cambio, la tendencia ‘craft’ da una oportunidad para nuestras sidras Maeloc, que ofrecen al consumidor de sidras artesanales: diseño e innovación, con una amplia gama de productos en los que se combina origen y tradición, a partes iguales.



EL MERCADO DE LA COSECHA DA EL SALTO A NIVEL NACIONAL

NUESTRO PROYECTO DE RSC VIAJÓ AL SALÓN DE GOURMETS DE MADRID CON UN STAND DIVULGATIVO Y HECHO A PARTIR DE MATERIALES RECICLABLES. DURANTE 4 DÍAS, 12 DE LAS INICIATIVAS GASTRONÓMICAS MÁS INNOVADORAS DE NUESTRO RURAL DISFRUTARON DE UN ESCAPARATE ÚNICO PARA DARSE A CONOCER ANTE MILES DE POTENCIALES CLIENTES Y DISTRIBUIDORES.

El Mercado de la Cosecha, iniciativa de compromiso social de la Corporación Hijos de Rivera, eligió el Salón de Gourmets de Madrid para hacer su primera presentación a nivel nacional. Nuestro proyecto de apoyo al desarrollo y la sostenibilidad del medio rural, presentó un stand divulgativo en una de las ferias más importantes del sector de la alimentación y bebidas de Europa, que tuvo lugar en Madrid (IFEMA) del 4 al 8 de abril.

12 de las iniciativas gastronómicas que forman parte del proyecto contaron con una plataforma única para dar a conocer sus productos en una feria profesional que convirtió Madrid durante 4 días en el epicentro de la gastronomía europea y que atrajo a 80.000 visitantes de 25 países, principalmente hosteleros y distribuidores.

SI VES FUTURO EN EL RURAL, ERES DE LOS NUESTROS

Desde una ubicación privilegiada, frente a la entrada principal, el propio stand se convirtió en el mejor elemento de divulgación del proyecto. Inspirado en los antiguos ultramarinos, sirvió para dar amplia presencia a todos los productos pero también para transmitir los valores del Mercado.

Por un lado, dar a conocer proyectos innovadores del rural que elaboran productos singulares y de gran calidad. Por otro, la puesta en valor de los productos de proximidad y con garantía de origen, que nacen de iniciativas como las que forman parte de la comunidad del Mercado de la Cosecha. Además, en línea con la filosofía sostenible del Mercado, todo el stand se construyó con materiales reciclados y reciclables.

Allí estuvieron los huevos de Pazo de Vilane, los yogures de Casa Grande de Xanceda, los quesos de Cortesde Muar, las sidras Maeloc, las galletas mariñeiras de Daveiga, los yogures de Arqueixal, las mermeladas de Amorodo, los helados de Bico de Xeadro, los vinos Ponte da Boga, los aceites Olei y las castañas de Naiciña. Todos ellos son proyectos de éxito que cuentan con una historia de superación y apuesta personal por el rural de sus protagonistas, que es fuente de inspiración y ejemplo para futuros emprendedores.

Todos tuvieron la oportunidad de organizar catas y degustaciones y de presentar sus proyectos a potenciales clientes, a través de maridajes conjuntos, pero también explicando sus historias a algunos de los blogueros más influyentes del momento en el mundo de la gastronomía. En el stand también estuvo el reportero y presentador de televisión, Quique Morales, que ejerció de embajador del Mercado entrevistando a productores y asistentes a la feria.

El balance para todos los proyectos participantes fue muy positivo en términos de captación de distribución y divulgación de su proyecto. Un Mercado que ha llevado a cabo en los últimos años diferentes acciones de divulgación y promoción de proyectos ejemplares del rural, como es el caso de los Parladoiros, que ya han celebrado su tercera edición, o el pop-up store que ha contado con una gran acogida en sus ediciones de A Coruña y Vigo. Con la participación en el Salón de Gourmets, el proyecto amplía su radio de acción con el objetivo de darse a conocer fuera de Galicia.



PUDIMOS VER PROPUESTAS COLABORATIVAS MUY INTERESANTES ENTRE LOS ASISTENTES COMO MARIDAJES DE QUESOS Y SIDRAS O DE HELADOS Y ACEITE, QUE OBTUVIERON MUY BUENA ACOGIDA ENTRE LOS ASISTENTES



SOLIDARIOS

EN LOS ÚLTIMOS MESES HAN SIDO MUCHAS LAS ENTIDADES DE AYUDA SOCIAL CON LAS QUE HEMOS MANTENIDO COLABORACIÓN, BIEN DE FORMA PUNTUAL CON EL OBJETIVO DE DARLES SOPORTE EN UN EVENTO CONCRETO, O DE FORMA HABITUAL CON INICIATIVAS DE APOYO REGULAR A LAS ACTIVIDADES QUE DESARROLLAN.

Algunas de las organizaciones con las que hemos colaborado en los últimos meses han sido ASEMPA (la Asociación de Enfermos Neuromusculares de Asturias), que organizó una carrera solidaria para obtener fondos para la rehabilitación de los afectados; la Asociación Parkinson Galicia, a la que apoyamos en el Día Mundial del Parkinson en sus eventos de concienciación y recaudación; el Centro Reto; el Comité Óscar Romero, con su velada solidaria en A Coruña; el Hogar de Sor Eusebia, en su torneo de golf benéfico, o ABAC (Asociación de Bulimia y Anorexia de A Coruña), entre muchas otras que desarrollan una labor constante y muy exigente a favor de los colectivos más desfavorecidos.

Por otra parte, un año más, hemos apoyado la jornada de cuestión de la Asociación Española contra el Cáncer en la que recaudan fondos para sufragar sus programas de atención e investigación. Desplegamos para ello una mesa en las inmediaciones de nuestra cervecería de Cuatro Caminos con el objetivo de facilitar su iniciativa.

VEHÍCULO ADAPTADO

Colaboramos con la Asociación Asistencial Galega de Servicios á Dependencia (Agasdp), responsable de la creación y gestión de los centros de día FRAMA situados en Monte Alto (Paseo Marítimo) y los Castros (calle Merced). Con el fin de facilitar los traslados de personas dependientes con movilidad reducida, Agasdep adquirió un vehículo adaptado para lo que contó con la colaboración de la Diputación de A Coruña y de nuestra Compañía.



ALGUNAS DE LAS ORGANIZACIONES CON LAS QUE HEMOS COLABORADO EN LOS ÚLTIMOS MESES



granini®

Solo la mejor fruta



LA EMPRESA SALUDABLE

EN NUESTRA COMPAÑÍA, DESDE HACE YA TRES AÑOS, SE DESARROLLA EL PROGRAMA DE EMPRESA SALUDABLE CON EL FIN DE CONSEGUIR LO QUE PROPONE LA RED EUROPEA PARA LA PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO: “EMPLEADOS SALUDABLES EN ORGANIZACIONES SALUDABLES”.

Desde nuestra empresa, se trabaja en cuatro pilares básicos con el fin de contribuir a que los miembros de la organización y su entorno logren un estado completo de bienestar físico, mental y social, que es lo que define la Organización Mundial de la Salud (OMS) como “Salud”.

Estos pilares están relacionados entre sí, y forman para nosotros la base de lo que es una **Empresa Saludable**:

1. LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES Y LA MEJORA CONTINUA DE LAS CONDICIONES DE TRABAJO, DONDE LA INTEGRACIÓN DE LA PREVENCIÓN (EN TODA LA JERARQUÍA DE LA EMPRESA) ES CLAVE PARA ALCANZAR UNA SINIESTRALIDAD CERO. DESDE EL ÁREA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES SE PROMUEVEN COMPORTAMIENTOS SEGUROS, ASÍ COMO ACTITUDES Y CONDUCTAS SALUDABLES QUE SEAN VÁLIDAS PARA EL ENTORNO DE TRABAJO Y FUERA DE ÉL.

2. LA PROMOCIÓN DE LA SALUD, TANTO DENTRO COMO FUERA DEL ESPACIO DE TRABAJO.

3. LA MEJORA DE LOS ESPACIOS DE TRABAJO, EN FUNCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LAS PERSONAS Y SUS TAREAS.

4. DESARROLLO DE UNA CULTURA ORGANIZATIVA ACORDE CON EL PRINCIPIO BÁSICO DE BIENESTAR COMPLETO Y CON LOS VALORES CORPORATIVOS.

PARA APOYAR LA ACTIVIDAD DE PROMOCIÓN DE LA SALUD SE CREÓ EN EL AÑO 2015 LA COMISIÓN DE SALUD, CON EL FIN DE DEFINIR LOS OBJETIVOS DEL PROGRAMA, PROPONER ACTIVIDADES E IMPULSARLAS

En 2013, se creó el programa “Tu salud es la Estrella” para promocionar la salud de las personas que forman parte del grupo de empresas, tanto en el aspecto físico como psicosocial, y que se basa principalmente en los siguientes ejes de actuación:

- Fomento de actividad física y deporte en la organización

Contamos con la colaboración del club deportivo Nosportlimit, que nos ayuda en la organización de actividades de deporte y tiempo libre, y que elabora un programa de actividad física personalizado para cada uno de los empleados que se inscriban en el programa. El objetivo puede ser iniciar algún tipo de actividad o mejorar las que ya realiza.

Si deseas recibir información sobre este servicio, puedes ponerte en contacto con el servicio médico en el email serviciomedico@estrellagalicia.es o en la extensión 221. El horario es de 13:30 a 14:30 h los lunes y miércoles, y de 13:00 a 15:00 h los martes y jueves.

- Fomento de hábitos saludables y prevención de hábitos tóxicos

Para ello se organizan talleres de promoción de la salud (alimentación saludable, riesgo cardiovascular, etc.) en colaboración con expertos en estos ámbitos. Contamos con la colaboración del equipo médico de Mutua Universal y de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), con el fin de ayudar a eliminar hábitos tóxicos como el tabaquismo, entre los trabajadores.

- Mejora de factores psicosociales

De forma periódica, se realizan talleres prácticos sobre mejora de factores psicosociales vinculados al estrés. Los dos últimos años se han realizado diversos talleres de ‘mindfulness’ con una muy buena acogida por parte del personal de la compañía.

Para apoyar la actividad de promoción de la salud se creó en el año 2015 la Comisión de Salud, con el fin de definir los objetivos del programa, proponer actividades e impulsarlas. Algunas de las funciones de la comisión son las siguientes:

- Proponer y promover actividades dentro del programa “Tu salud es la Estrella” que respondan al interés de las personas de la organización.
- Divulgar estas actividades entre los empleados/as, interviniendo al mismo tiempo como embajadores de las mismas.
- Planificar las actuaciones del programa, procurando adaptarlas en la medida de lo posible a las necesidades de los interesados.
- Definir indicadores de seguimiento y analizar el grado de implantación y resultados del programa.

La Comisión está formada por cuatro personas voluntarias, un representante del Servicio Médico y un representante del área de seguridad y salud laboral. Sus integrantes son: Antonio García Bao (salidas), Jesús Guerra Lavandeira (carga de cisternas), Rosendo Valerio (fabricación), Jose Yera (recursos humanos), Jose M^a Luque (servicio médico) y Cristina Dosil (responsable del área de seguridad y salud laboral).

La Comisión de Salud se reúne de manera ordinaria tres veces al año con los siguientes objetivos:

- Análisis periódico y planteamiento de actividades del Programa de Salud.
- Seguimiento de las actividades programadas: grado de implantación, eficacia y acogida.
- Valoración de resultados anuales y grado de éxito del Programa de Salud.



LA COMISIÓN ESTÁ FORMADA POR CUATRO PERSONAS VOLUNTARIAS, UN REPRESENTANTE DEL SERVICIO MÉDICO Y UN REPRESENTANTE DEL ÁREA DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL. SUS INTEGRANTES SON: ANTONIO GARCÍA BAO (SALIDAS), JESÚS GUERRA LAVANDEIRA (CARGA DE CISTERNAS), ROSENDO VALERIO (FABRICACIÓN), JOSE YERA (RECURSOS HUMANOS), JOSE MARÍA LUQUE (SERVICIO MÉDICO) Y CRISTINA DOSIL (RESPONSABLE DEL ÁREA DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL)



CRISTINA DOSIL / RESPONSABLE DEL ÁREA DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL HIJOS DE RIVERA SAU

SEGUNDA ACTIVIDAD DE SENDERISMO “AL MAL TIEMPO BUENA CARA”



La Comisión de Salud desarrolló en 2015 la primera Actividad de Senderismo, que se ha vuelto a repetir en el mes de abril de 2016 con una gran acogida pese a las condiciones climáticas.

Un grupo de cincuenta trabajadores y familiares con un buen calzado y sus chubasqueros empezaron el sábado 16 de abril las dos rutas de senderismo por Montexalo, en A Coruña, tomando como punto de partida el parque de Celas de Peiro, y guiados por monitores del club deportivo Nosoportlimit, colaboradores habituales en nuestras actividades.

Los veinte más osados y madrugadores, en una forma física excelente, comenzaron a las 09:30 h haciendo una ruta circular de dificultad media, llegando a la cima de Montexalo para regresar al punto de partida en menos del tiempo estimado, mientras que los del segundo grupo, no tan madrugadores pero igual de optimistas, salieron a las 11:30 h para realizar una ruta más corta y de menor dificultad.

Ambos trayectos comenzaron por el sendero de los molinos, una preciosidad de itinerario fluvial con 11 molinos situados a lo largo del río, el cual iba desbordante de agua, provocando que los caminos se fueran modificando, y que entre todos nos ayudáramos para pasar alguna zona no muy transitable pero que te hace disfrutar de la naturaleza y del compañerismo de los participantes. Después continuaba la parte más exigente ya que había que subir cuestas, unos para llegar hasta la cima y otros para llegar a una zona arbolada para empezar a descender.

Al terminar ambas rutas nos juntamos todos en un establecimiento donde pudimos disfrutar de unos pinchos de empanada casera, tortilla y embutidos, acompañados de una buena cerveza, de las nuestras por supuesto.

He aquí una muestra de nuestra gente, que si llueve, no se lamenta del tiempo, sino que lo disfruta. En estos tiempos, además, que tanto se habla de optimismo inteligente.

Me gustaría agradecer la implicación de los compañeros de envasado, laboratorio, salidas, bodegas, exportación, sistemas, recursos humanos, HR Incorp, cerveza de bodega, mantenimiento, recepción general y, por supuesto, a los compañeros de Custom Drinks, que vinieron desde Chantada para participar en esta actividad. Me gustaría desde aquí animar al resto de compañeros a que participen en las siguientes actividades que se desarrollarán a lo largo de 2016.

PREMIADOS POR LAS MEJORES IDEAS DE SALUD

A finales de último año, se desarrolló la Semana de la Salud, en la que además de realizar diversos talleres, propusimos a todo el personal de la compañía participar en la actividad del “Árbol de las Ideas” para saber qué actividades les gustaría que implantáramos en nuestro programa de actividades para este año 2016.

El árbol se colocó en diferentes zonas de la empresa (sala de desconecta, zonas de máquinas de café en oficinas centrales y BCA), con la colaboración de Mutua Universal. Todos los interesados podían dejar sus ideas en una cartulina que iba colgada en el árbol.

De todos los participantes, se premiaron las tres mejores ideas vinculadas con los tres pilares en los que se centra el Programa de salud:

- Fomento de la actividad física y deporte en la organización
- Fomento de hábitos saludables y prevención de hábitos tóxicos.
- Mejora de factores psicosociales: comunicación interpersonal, empatía, gestión del estrés.

La Comisión de Salud ejerció de jurado, eligiendo las mejores ideas. Los premiados en el Árbol de la Salud fueron: Susana Anido, Luis Rey y José Luis Roade, y la premiada en el sorteo del personal que participó en los talleres de Empresa Saludable fue Lucía Barba.

Teniendo en cuenta las ideas premiadas y otras de las propuestas, desde la Comisión de Salud se ha empezado a elaborar una planificación para desarrollar a lo largo de este año. Los empleados/as han propuesto un montón de ideas como un curso de cocina saludable, un taller de técnicas de relajación y gestión del estrés, un concurso de fotografía para captar los momentos más saludables... y otras muchas actividades. Desde el área de seguridad y salud laboral se informará de todas ellas en los próximos meses.



TENDENCIAS EN INVESTIGACIÓN Y CONOCIMIENTO CERVECERO

12TH TRENDS IN BREWING

LA 12ª EDICIÓN DEL CONGRESO TRENDS IN BREWING, CELEBRADO EN GANTE DEL 3 AL 7 DE ABRIL, CONTÓ CON LA PARTICIPACIÓN DE ILUSTRES CIENTÍFICOS, INVESTIGADORES Y EMPRESARIOS DEL MUNDO DE LA CERVEZA Y LA MALTA.

Con un objetivo común de mejora de la calidad en los procesos y tecnologías asociadas a la fabricación de cerveza, profesionales del sector dedicaron varios días a dar a conocer los resultados de sus investigaciones, discutir con colegas, y aprender nuevas “tendencias” globales que afectan a nuestros productos. Nosotros, desde el departamento de calidad y aportando nuestro granito de arena al conocimiento cervecero, presentamos algunos resultados sobre los gustos del consumidor español.

La discusión comienza sobre los cientos de estilos de cerveza que ocupan el mundo hoy en día, pero deja en el aire varias preguntas: ¿Entiende el consumidor tantos estilos? ¿Deberíamos unificar y simplificar?

Con la participación de profesores de la Universidad de Davis de California (Charlie Bamforth), la Universidad de Leuven, de Nottingham, las universidades tecnológicas de Berlín y de Munich (Ludwig Narziss), durante el congreso se repasaron las tendencias actuales en los diferentes continentes; sobre el gusto por la variedad de estilos y las nuevas tecnologías que apoyan la fabricación de cervezas de mayor calidad.



LAURA VÁZQUEZ

RESPONSABLE DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO SENSORIAL HIJOS DE RIVERA SAU



TOSTADA MALTA NACIONAL REFRESCANTE LÚPULO ESPUMA IRLANDESA LIGHT MUCHO CUERPO RUBIA ALEMANA NEGRA AFRUTADA COLOR DORADO



Introduction

Liking of beer by consumers has been widely studied for brewers and researchers, and it is well known that liking is affected by culture, gender, age range, and many other factors. Although Spain is not a country clearly related to “beer culture” or as having an important beer history, in 2014 was the 4th producer of beer in Europe and the 10th producer in the world, and consumption of beer in Spain is growing every year. Up to date, no publications showed relevant information in which brewers can understand Spanish consumers’ liking or expectations about beer. The present study shows a small list of what Spanish consumers understand for a “perfect beer” and also explores if the differences found in the concept of “ideal beer” are reflected in the actual beer liking.

Materials and methods

With the aim of exploring what consumers understood for a “perfect beer”, a survey was conducted in which participants answered some demographic questions and filled a Check All That Apply test (different concepts related to beer). Then, the contestants participated in a consumer study in which two different beers were evaluated. Liking of beer was asked, as well as liking of bitterness, sweetness, and two JAR questions related to these attributes.

Results and discussion

Initial results of the survey showed that the concept of “ideal” or “perfect” beer was different for men and women, but the concepts mainly marked by most participants were: “golden-blond”, “lager”, “national beer” and “refreshing”. The frequency of men marking “malty”, “lager”, “body”, or “hoppy” was double or more than double than women, while women marked with more frequency “Belgian style”, “tristy” or “light body” (Figures 1 and 2). Although results of the initial survey suggested clear differences between men and women, results of the consumers study showed that the actual liking of different beers was not different between men and women (Figure 3).

Figure 3. Liking distribution of the tested beers (1 = dislike extremely; 9 = like extremely).



Beer sample “A” characterized by being more refreshing, hoppy and having a lighter body than sample “B”. Beer sample “B” characterized by being malty and having a lighter body than sample “A”.

Figure 1. Spanish men’s results of CATA survey*



Figure 2. Spanish women’s results of CATA survey*



*Further size representing % of people marking the concept as one of the characteristics of his/her “ideal” beer (100%).

Conclusions

The present study suggests that although Spanish consumers favor a golden-refreshing-lager-national beer, they also seek for other attributes and are open to consume different products. Some gender differences might mark the kind of beer they prefer testing or chose as a “new try”, but no gender differences were observed when comparing actual liking of two different beers.

A pesar de haber una mención especial al sorgo, cereal que se emplea como materia prima para la elaboración de cerveza en continentes como Asia o África, la mayor parte de la atención se centró en el lúpulo, fuente inagotable de diversidad de aromas. ¿Cómo describir o nombrar los aromas que se pueden encontrar en el lúpulo? ¿Cómo analizarlos?

EL CONOCIMIENTO SOBRE EL LÚPULO AUMENTA CADA DÍA, AYUDANDO A LOS CERVECEROS A MANTENER Y MEJORAR LAS CARACTERÍSTICAS SENSORIALES DE SUS PRODUCTOS

Investigadores de universidades y empresas dedican tiempo y esfuerzo a estudiar la infinidad de variedades de lúpulo, buscar equivalencias entre ellas y definir los principales descriptores de tan preciada flor: afrutado, herbal, verde, cítrico, tabaco, té, menta, amaderado, especiado, etc. El conocimiento sobre este ingrediente aumenta cada día, ayudando a los cerveceros a mantener y mejorar las características sensoriales de sus productos.

Los dos últimos días de congreso se dedicaron a la microbiología y la evaluación del producto, ámbito en el que el análisis sensorial juega un papel fundamental. Durante esta última jornada, se presentaron los resultados de una encuesta realizada a más de 100 cerveceras de todo el mundo, en la que las empresas, de forma anónima, habían respondido cuestiones relativas a su programa de análisis sensorial. Con orgullo compruebo que nuestros controles estarían por encima de la mayoría, y que el control de calidad sensorial de nuestras cervezas recibe la importancia que se merece.

En las sesiones de pósters, la temática ha sido más diversa y se trataron temas más concretos, incluyendo un curioso análisis de tres cervezas tipo Pilsen que datan de 1900 y que investigadores del Research Institute of Brewing and Malting, de la República Checa, encontraron durante las reformas de la bodega una cervecera.

Nuestro póster, titulado Conceptos de una “cerveza ideal” y gusto en los consumidores españoles, muestra los atributos que un consumidor español entiende que van asociados a su “cerveza ideal”: rubia, refrescante, de tipo lager, nacional, y con buena espuma. Aunque hombres y mujeres mencionan con diferente frecuencia algunos atributos sensoriales (los hombres mencionan con más frecuencia: malta, lúpulo, con cuerpo; y las mujeres: tostada, afrutada, ligera), no se detectan diferencias reales cuando se les presentan nuestras cervezas en una cata a ciegas (Estrella Galicia Especial y 1906 Reserva Especial), que a pesar de tener diferencias en cuanto al cuerpo o el aroma tostado, gustan por igual independientemente de la edad o género del consumidor.

PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA

La participación española en este congreso internacional no fue muy elevada, ya que solo nosotros presentamos los resultados de nuestro estudio, aportando conocimiento al mundo cervecero. Aunque hubo otros 5 asistentes españoles, tan solo una de ellas, proveniente de Reino Unido (la ponente de nacionalidad española) y perteneciente al grupo Barth Haas (productos derivados del lúpulo) presentó un trabajo en el simposio. A pesar de que la intervención en este tipo de congresos está dominada por países como Alemania, Inglaterra, Bélgica, o Estados Unidos, el interés y conocimiento sobre cerveza crece cada día en nuestro país, por lo que la participación seguramente será mayor en ocasiones venideras.

Morgan, Steve Gunn, Those Pretty Wrongs...

son.estrellagalicia.es

La agenda musical SON Estrella Galicia. También disponible en Apple Store y Google Play.

Agenda SON EG

Café Berlín, Madrid

Steve Gunn / 01 de junio

Sala El Sol, Madrid

Deltonos / 04 de junio
Those Pretty Wrongs (Jody Stephens of Big Star & Luther Russell) / 30 de junio

Almo2bar, Barcelona

Tulsa + Masclans / 18 de junio

Loco Club, Valencia

Steve Gunn / 02 de junio

Teatro Lara, Madrid

Morgan / 8 de junio

Teatro del Arte, Madrid

Remate / 23 de junio

Giras y Festivales

100% Psych

Orchestra of Spheres
01 junio / Teatro del Arte, Madrid
Föllakzoid + Mohama Saz
14 de junio / Sala El Sol, Madrid
Kikagaku Moyo + My Expansive Awareness
18 de junio / Sala El Sol, Madrid

Atlantic Fest

Del 01 al 03 de julio / Illa de Arousa, Pontevedra

Resurrection Fest

Del 07 al 09 de julio / Viveiro, Lugo

Semana de la Música A Coruña

Del 13 al 18 de junio
XI Congreso Estatal de Salas de Conciertos

PortAmérica

15 y 16 de julio / Nigrán, Pontevedra

Sinsal San Simón

Del 22 al 24 de julio
Illa de San Simón, Pontevedra



UN REPASO A LA AGENDA MUSICAL MÁS INTERESANTE

EN SU VII EDICIÓN, SON ESTRELLA GALICIA MANTIENE SU APUESTA POR LA MÚSICA ALTERNATIVA, ESA QUE MEZCLA ESTILOS, FUSIONA GÉNEROS Y CREA TENDENCIA SIN OLVIDAR LOS CLÁSICOS. UN CICLO ANUAL CON MÁS DE 150 CONCIERTOS EN 15 CIUDADES REPARTIDAS POR TODO EL TERRITORIO NACIONAL QUE YA NOS HA DEJADO MOMENTOS INOLVIDABLES.

Un concierto de la gira de Xoel López en el Teatro Circo Price de Madrid –a la que seguirían otros en distintos puntos del país– inauguró nuestra agenda Son Estrella Galicia de este año, junto con las actuaciones de Alondra Bentley en Madrid y Jacco Gardner en A Coruña y Vigo. El holandés que ha revolucionado el pop vintage con la publicación de su primer LP, *Cabinets Of Curiosities*, dio paso en febrero al grupo zaragozano de pop indie Tachenko que, tras pasar por Valladolid, visitó el 26 de febrero Mardi Gras y el 27 el Auditorio de Ourense.

Por la sala coruñesa y por el Medievo Club de Lugo habían pasado unos días antes los volcánicos La Doble Fila –con su ‘Nunca Hubo Democracia’– y Pipo Ouro, el proyecto en solitario del músico gallego afincado en Madrid que presentó su álbum debut, *Contraluz*. Con su sexto trabajo bajo el brazo, *Resituación*, se presentó Nacho Vegas el 13 de febrero en la Sala Capitol de Santiago ante un entregado público al que no defraudó.

La Sala El Sol de Madrid acogió en febrero los conciertos de Nothing Places, Ricardo Vicente, Exsasens y Jeanne Added, a los que seguirían en marzo Nordic Giants, Perlita y Los Nastys con The Sauris. También en la capital tuvieron lugar otras citas destacadas, como las de Luis Brea y El Miedo en el Teatro Lara, Emma Pollock en el Café Berlín, Tulsa y Public Image LTD en Joy Eslava y Manos de Topo, Aries y Emilio José en el Teatro del Arte. En el Teatro Alameda de Sevilla sonó el 22 de abril *Freedonia* y al Escenario Santander se subieron Christina Rosenvinge y L.A.; estos últimos también estuvieron el 17 de abril en Compostela con su *Ocean Tour*, una oportunidad única de disfrutar del repertorio de L.A. en formato trío. Una nueva vuelta de tuerca a los temas de su último disco y una revisión de sus “clásicos” en formato semiacústico, experimental y ambiental que hizo las delicias del público.

Ourense recibió en marzo al músico y escritor Ricardo Vicente quien, tras formar parte de varios proyectos musicales con Tachenko, La Costa Brava y Nixon, presenta su segundo disco en solitario, *Hotel Florida*, un trabajo lleno de letras intensas donde cada canción es un capítulo y las melodías están pensadas para escuchar varias veces. Un viaje cargado de literatura, historia y delicadeza del que disfrutaron el 11 de marzo en el Café & Pop Torgal.

Y no podemos olvidar en este repaso a los primeros meses del año la minigira gallega de Dead Bronco, la banda que en tres años ha pasado de tocar en la calles de su pueblo natal de Getxo a situarse entre las más emergentes de Europa. Su laureada música, mezcla de country, rockabilly y punk, sonó en el Garufa de A Coruña (31 de marzo), la Sala Karma de Pontevedra (1 de abril) y el Super 8 de Ferrol (2 de abril). En esta última estaría tan solo seis días después Guadalupe Plata para presentar su cuarto disco de estudio. El trío de Úbeda –que el día anterior recaló en La Iguana de Vigo– volvió a demostrar por qué sus directos levantan pasiones.



100% PSYCH, EL NUEVO CICLO DE SON ESTRELLA GALICIA

ENTRE ABRIL Y JUNIO EL PÚBLICO MADRILEÑO PUEDE DESCUBRIR LAS PROPUESTAS MÁS NOVEDOSAS DE LA PSICODELIA Y EL ROCK PROGRESIVO INTERNACIONALES GRACIAS AL NUEVO CICLO DE SON ESTRELLA GALICIA.

El kraut-rock planeador de los chilenos Föllakzoid, el folk progresivo y psicodélico del combo nipón Kikagaku Moyo o la deconstrucción post-punk de Blood Sport son algunos de los nombres más llamativos de esta nueva propuesta en la que también tienen protagonismo artistas nacionales como los zaragozanos My Expansive Awareness o los madrileños Mohama Saz y Melange.

Estos últimos fueron los encargados de inaugurar el ciclo el 2 de abril en El Sol. El día 14 El Sótano acogía a Gnod, un colectivo de kraut rock, drone y psicodelia formado en Manchester en 2007 por el que han pasado más de 30 músicos. El 19 de mayo turno de Prince Rama. Las prolíficas hermanas Larson llegan con su octavo disco, Xtreme Now, recién publicado y acompañadas de los creadores del aggro-beat Blood Sport.

Orchestra of Spheres abrirá junio con un concierto el día 1 en Teatro del Arte. En su primera visita a nuestro país el cuarteto neozelandés mostrará su híbrido de culturas y sonidos de todo el mundo logrados tanto con instrumentos formales como hechos por ellos mismos. El día 14 tomarán el relevo en la sala El Sol Föllakzoid –que presentará su último disco III–, y Mohama Saz, un cuarteto madrileño que despliega un sorprendente rock y jazz psicodélicos con tintes turcos.

Y cerrará el ciclo Kikagaku Moyo y My Expansive Awareness el 18 de junio en El Sol. Formados hace tres años y con cuatro discos a sus espaldas, Kikagaku Moyo basa su música en la improvisación abarcando un amplio espectro de influencias, entre ellas prog-rock, música clásica hindú, kraut, folk y rock de los 70. Por su parte, los zaragozanos My Expansive Awareness –pertenecientes a esa nueva generación de grupos psicodélicos que han crecido a la sombra de The Doors o The Velvet Underground–, demostrarán por qué se han convertido en una de las sensaciones del space rock y el garage psicodélico.



OH! MY LOL SON ESTRELLA GALICIA

EL PROGRAMA DE RADIO OH! MY LOL SON ESTRELLA GALICIA, PRODUCIDO EN NUESTROS PROPIOS ESTUDIOS DE GRABACIÓN, SE HA CONVERTIDO EN UN REFERENTE MUSICAL DE LA RADIO ACTUAL. POR ÉL HAN PASADO ALGUNOS DE LOS NOMBRES MÁS DESTACADOS DE LA ESCENA MUSICAL ACTUAL.

Tras la resaca navideña los presentadores Xavi Puig y Kike García, de *El Mundo Today*, junto a Xoel López recibieron en el estudio donde se graba Oh! My LOL Son a Egon Soda, que calentó una fría madrugada en la que compartió protagonismo con el actor, director e historietista Carlos Areces. Una semana después la banda Mucho hacía lo propio con el periodista de La Sexta Gonzo, que nos contaba las claves de un reportero “entregado a su trabajo”.

Cooper y el escultor Eugenio Merino, autor de la escultura de Franco dentro de una nevera que provocó gran revuelo en una edición de ARCO dieron paso en el último programa de enero a la relajante voz de Alondra Bentley y al exdirector de la revista *Rolling Stones*, Iñaki de la Torre, quien tuvo que “hacer frente” al nuevo copresentador del programa: Juanma Latorre de Vetusta Morla.

Tachenko y el actor y director Daniel Guzmán, “recién llegado” de la Gala de los Goya, abrieron febrero, mes en el que pasaron también por nuestro estudio Josele Santiago, el atleta Chema Martínez, Coque Malla –protagonista de un programa que Javier del Pino quiso convertir en *A Vivir que Son Estrella Galicia*– y Fiel Fandango, que puso fusión flamenca al ojo más crítico de la cocina: Alberto Chicote.

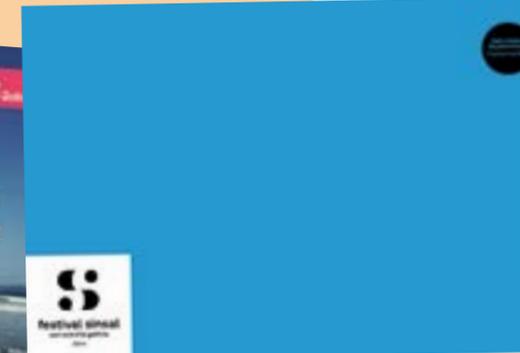
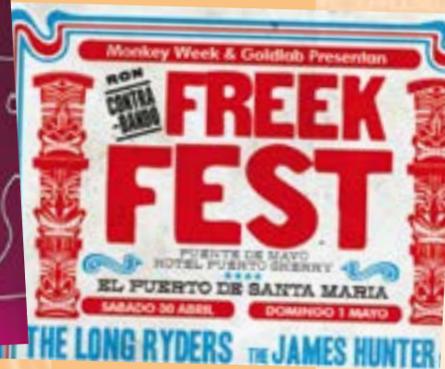
Quique González y la guionista Ángela Armero inauguraron marzo, un mes que pasará a la historia por ser la primera vez que el programa salió de Son Estudio. Ocurrió los días 11 y 17, en el que Oh! My LOL Son aterrizó en la sala El Sol. En el primer programa una interpretación de *El temblor* de Dorian, junto a Xoel López y Juanma Latorre, dejó sin aliento al público, que esperó impaciente la aparición de Juanra Bonet para presentar su “mundialmente famoso informativo” con las noticias de *El Mundo Today*. Una semana después fue el turno del grupo de rock instrumental Tundra y de la actriz Leticia Dolera. Y cerraron marzo Miss Caffeina y el actor Manuel Burque el día 25, y La Bien Querida y el ilustrador Puño el 31.

Ricardo de McEnroe y la actriz Manuela Vellés fueron los invitados del programa número 30, mientras que Niño de Elche y la periodista y escritora Mónica Carrillo, que presentaba su segunda novela, nos visitaron el 15 de abril. Una semana después la sala El Sol volvió a acoger una jornada llena de risas, música en directo y cerveza que comenzó con Xoel López, León Benavente y Pablo Carbonell improvisando un delicado *A day in the life* cuando creían que nadie les escuchaba... Si a todo esto le sumamos las irreverentes críticas de Fernando Costilla, la sección de David Bizarro, las declaraciones “musicadas”, el repaso a la Agenda Son Estrella Galicia... solo podemos decir: Oh, My LOL!



CALENDARIO DE FESTIVALES

COMO CADA AÑO POR ESTAS FECHAS, EL CALENDARIO DE FESTIVALES COMIENZA A LLENARSE DE CITAS PARA TODOS LOS GUSTOS EN LAS QUE NO FALTA NUESTRA CERVEZA. ¡APUNTAD!



LEV 2016

Del 28 de abril al 1 de mayo, el Festival Internacional de Creación Audiovisual de Gijón demostró que la música electrónica y las artes visuales tienen mucho que decir en tierras asturianas. La décima edición del LEV contó, entre otros, con Monolake, Robert Lippok, Myriam Bleau, Herman Kolgen, Yro & Sati, Dasha Rush, Hiroaki Umeda, Paul Jebanasam & Tarik Barri, Ametsub o Sunny Graves.

Uno de los platos fuertes fue el estreno de la nueva instalación de Robert Henke, que rindió homenaje a una pequeña aldea del sur de Baviera llamada Fall, sumergida bajo las aguas desbordadas del reciente embalse construido de Sylvenstein. Además se recuperó en directo el legendario trabajo que Biosphere editó en 1994: Patashnik.

FIV VILALBA

El 29 y 30 de abril se celebró la novena edición del FIV de Vilalba, el primer festival de Galicia de 2016. Supersubmarina, Pablo Und Destruktion, Xael López, Izal, Músculo o Lagartija DJ no faltaron a la cita, que ya se ha hecho un hueco en el circuito de festivales españoles gracias a la elevada calidad artística de su cartel. Cada año, el número de asistentes a este fin de semana de buena música aumenta, a la par que disminuyen las plazas hoteleras, que cada vez cuelgan con mayor antelación el cartel de completo. Una cita ineludible para los amantes de la música en directo.

CONTRABANDO FREEK FEST

El sábado 30 de abril y el domingo 1 de mayo tuvo lugar en El Puerto de Santa María la séptima edición de este festival en el que participaron una docena de grupos y varios DJ. Encabezaron el cartel varios pesos pesados internacionales: The Long Ryders, The Meanies y The James Hunter Six. A ellos se sumaron The Limboos, Miraflores, el dúo Los Bengala, los palmeros Los Vinagres, Beautiful Señoritas, Sweethearts from America, el dúo salvaje Ramona y la música pegadiza de Nacho and the Browns. Sin olvidarnos de la sesión de los DJ Jaime Tantric, Miquel DiBari, Cherni Laboratorio Stéreo, Antuan y Philipp.

ATLANTIC FEST

Entre el 1 y el 3 de julio A Illa de Arousa acogerá la primera edición de un festival que nace con espíritu familiar y que reunirá en un solo evento una selección de artistas de calidad, actividades para niños, mercado discográfico, conferencias, charlas, zona gastronómica, etc. En un entorno idílico, en el que no falta una playa con bandera azul, la música sonará desde la mañana.

En el cartel nombres tan conocidos como Xael López, Nacho Vegas o el ex-Flechazos Álex Cooper, junto a grandes grupos y artistas como los italianos Be Forest, con su sonido dream pop; el grupo de rock británico Tindersticks; Niño de Elche, músico de la experimentación, improvisación, electrónica, rock... cuyo trabajo Voces del Extremo ha sido, para algunos medios como Rockdelux o El País, el mejor disco del año.

FESTIVAL PORTAMÉRICA

El 15 y 16 de julio en Nigrán (Pontevedra) se celebrará una nueva edición de un certamen en el que la música combina a la perfección con la gastronomía y las Estrellas Michelin. En uno de los carteles más interesantes de la temporada el cartel destacan los mexicanos Molotov, plato fuerte del viernes, 15 de julio, que llegan, con Agua Maldita, dispuestos a darlo todo. Como sin duda también harán Amaral –que presentará su nuevo disco Nocturnal–, FM Belfast, Bostic and Fussible, Pony Bravo y Amaro Ferreiro, entre otros. El sábado Bunbury llevará El libro de las mutaciones a una cita en la que también están convocados Love of Lesbian, León Benavente, Talisco, Miles Sankonos, Retrovisor... Y todo ello acompañado de espectáculos de showcooking realizados por cocineros con Estrella Michelin, atardeceres en una de las mejores playas de España y muchas sorpresas.

SINSAL SON ESTRELLA GALICIA

Del 22 al 24 de julio vuelve a la isla de San Simón (Redondela) el Festival Sinsal Son Estrella Galicia, ganador del Premio Fest 2015 al Mejor Festival de Formato Pequeño. La música será la protagonista de un cartel secreto para el público que ha consolidado al Sinsal como un nuevo modelo de festival que ha atrapado a artistas y público desde su inicio, y que este año presenta novedades relacionadas con gastronomía, transporte y acceso de público menor de 16 años. En estos tres días de música y experiencias inolvidables rodeados de Atlántico, la organización cuenta con el apoyo renovado de Son Estrella Galicia que, un año más, confía en el evento promovido por Sinsal audio con el objetivo de presentar un cartel con músicos de diferentes continentes que definen los sonidos de hoy y que suelen acabar encabezando los festivales más prestigiosos de Europa. Los abonos a la venta desde 55 €, para el festival ganador del Premio Fest 2015 a Mejor Festival de Formato Pequeño.

1906 PRESENTA POR PRIMERA VEZ EN DIRECTO EN ESPAÑA A 2CELLOS

LOS PROTAGONISTAS DEL SPOT TELEVISIVO DE 1906 VISITARON POR PRIMERA VEZ NUESTRO PAÍS PARA OFRECER DOS CONCIERTOS EN MADRID Y VIGO GRACIAS A 1906. DOS ÚNICAS OPORTUNIDADES PARA VER Y OÍR DE CERCA AL DÚO DE CELLISTAS MÁS FAMOSO DEL MUNDO.

El dúo esloveno-croata formado por Luka Šulic y Stjepan Hauser visitó España por primera vez esta primavera para ofrecer sendos conciertos en el Teatro Nuevo Apolo de Madrid y en el Auditorio Mar de Vigo los días 19 y 21 de mayo.

Una oportunidad única para vivir el directo de los dos músicos que han revolucionado el panorama musical con sus versiones y cuya popularidad creció en nuestro país tras ser seleccionados para protagonizar el primer anuncio de 1906, por su manera única y personal de entender la música, versionando e interpretando con pasión grandes clásicos del pop y del rock con sus cellos.

“Una filosofía y un espíritu que comparten con 1906: a partir de los mismos ingredientes, con pasión e intuición, se elaboran cervezas diferentes, únicas y extraordinarias”. A pesar de la fama que han adquirido sus versiones en Youtube, el principal enfoque y dedicación de 2CELLOS se centra en los directos, con giras que han agotado entradas en Estados Unidos, Japón, Australia y buena parte de Europa.

UN HITO EN LA MÚSICA

Entre otros logros, han acompañado a Elton John en su gira mundial, aparecieron junto al pianista chino Lang Lang en la Gala de Año Nuevo de la CCTV ante más de un billón de televidentes y han sido los primeros en realizar una actuación puramente instrumental en la serie *Glee*, donde interpretaron su versión más personal de *Smooth Criminal* en el episodio de homenaje a Michael Jackson.



VÍCTOR MANTIÑÁN / PRODUCT MANAGER 1906 Y SON ESTRELLA GALICIA HIJOS DE RIVERA SAU

2CELLOS Y 1906: NUESTRA INTERPRETACIÓN MÁS PERSONAL

“No recuerdo ver nada tan emocionante desde que vi por primera vez a Jimi Hendrix en los años 60”. Esta frase de Sir Elton John resume perfectamente el impacto que causaron Luka Šulic y Stjepan Hauser hace 5 años en el mundo de la música. Dos cellistas, estudiantes de conservatorio, que un día deciden romper las normas y los corsés de la música clásica tradicional e reinterpretar los mejores temas del pop y el rock, aporreado con virtuosismo, energía y pasión sus dos cellos como sólo saben hacerlo las estrellas del rock. Su primera versión, *Smooth Criminal* de Michael Jackson desata la locura: habían nacido 2CELLOS, un dúo cuya maestría y dominio del instrumento se mezclan con la pasión y la energía propia del rock para crear su propia interpretación, una experiencia nueva, excitante y única. 2CELLOS es sencillamente la personificación del claim de 1906: Nuestra Interpretación Más Personal.

Porque al igual que 2CELLOS, nuestros maestros cervecedores seleccionan las mejores materias primas, cuidando los procesos y los detalles, respetando los tiempos... Pero al igual que para Luka y Stjepan, en 1906 la pasión y el instinto juegan un papel fundamental, creando experiencias únicas y emocionantes.

Por eso 1906 es Nuestra Interpretación Más Personal. 1906 Reserva Especial, 1906 Red Vintage y 1906 Black Coupage son tres cervezas excepcionales y con personalidades únicas, fruto de la combinación perfecta de la mejor tradición cervecedora y de la pasión e intuición de nuestra maestros cervecedores.

2CELLOS, en su primera visita a España, y 1906 se unen este mes de mayo en dos conciertos únicos en Madrid y Vigo que prometen quedar grabados para siempre en la memoria del público, que vivirá una experiencia inolvidable disfrutando de Nuestra Interpretación Más Personal.

EL CICLO 1906 DE JAZZ SE REINVENTA EN SU NOVENA EDICIÓN

EL CICLO 1906 DE JAZZ DA UN GIRO Y AMPLÍA SU CALENDARIO CON UNA TEMPORADA DE PRIMAVERA Y OTRA DE OTOÑO. SERÁN 24 CONCIERTOS EN 8 CIUDADES EN LAS QUE DISFRUTAR DE LOS MEJORES DIRECTOS DE JAZZ VOLVIENDO A SU ESENCIA EN FORMATO CLUB.

Nombres como Mark Guiliana —que abrió la temporada de primavera el pasado mes de abril en Valencia—, Jorge Rossy, Sekou Kouyate, Leo Genovese o Ernie Watts protagonizan esta temporada del Ciclo 1906 de Jazz que recorrerá los escenarios de clubes emblemáticos como el Café Berlín de Madrid, el Jazz Filloa de A Coruña, el Dado Dadá de Santiago, el Clavicembalo de Lugo, el Café Latino de Ourense, la Bilbaína Jazz Club de Bilbao, el Jimmy Glass de Valencia y el Jamboree de Barcelona.

Este ya tradicional Ciclo 1906 Jazz forma parte de la programación musical de la reconocida marca de cerveza bajo el concepto “1906, Nuestra Interpretación Más Personal”, que reúne grandes figuras del mundo del jazz, blues, soul, flamenco y R&B que triunfan gracias a su personalidad única, su carisma y virtuosismo, brindando al público conciertos inolvidables para disfrutar con una 1906 en la mano.

La legendaria big band Sun Ra Arkestra hizo un alto en Madrid dentro de su gira de 60 aniversario. La banda del músico fallecido en 1993 volvió a reunirse de la mano del saxofonista Marshall Allen para rendir tributo a su líder eterno, y el público madrileño tuvo la oportunidad irreplicable de ver a la banda precursora del ‘free jazz’.

WILKO JOHNSON EN BARCELONA

El mítico guitarrista Wilko Johnson, fundador y compositor de Dr. Feelgood, actuó el 27 de enero en el Teatre Apolo dentro del ciclo “Pequeños Grandes Momentos 1906”. Tras superar un cáncer de difícil pronóstico, el polifacético artista inició una gira en la que presenta algunos de los muchos proyectos que atesora para esa nueva etapa, y así lo demostró en Barcelona con un vibrante concierto en el que estuvo acompañado por Dylan Howe y su fiel escudero, el bajista Norman Watt-Roy.



PREMIOS MAKETON MAELOC 2015

LA RECTA FINAL DE 2015 VINO CARGADA DE MÚSICA CON LOS CONCIERTOS INTEGRADOS EN LA GIRA MAKETON WAY DE ARTISTAS COMO GONZALO ARCA, QUE ACTUÓ EN LA TERRAZA DE LA TABERNA DEL NÁUTICO DE VIGO EN SEPTIEMBRE; OLIVIER MARTÍN, QUE LO HACÍA EN LA SALA LA PECERA EN OCTUBRE Y EL GRUPO THE SOUBINHAS EXPERIENCE, EN EL VIGUÉS THE HUSH ROCK.

Diciembre fue, de nuevo, el mes escogido para celebrar la 15ª edición de los Premios de la Música Maketon Maeloc, que presentó Emma Placer en la abarrotada sala La Iguana Club. El grupo local Stoned at Pompeii, fueron los encargados de abrir la gala con las nuevas canciones que incluirán en su trabajo de debut que lanzarán este año 2016.

Minim se llevó el premio al Mejor Directo de Banda Local de manos del miembro del jurado Xosé Otero, periodista y crítico musical. Recibían la estatuilla diseñada por el escultor local Gonzalo Dapresa.

El galardón a Mejor Productor Local fue para Carlos Mariño, que ya en el año 2006 fue galardonado por la Academia de las Ciencias y las Artes de la Música con el premio al Mejor Productor de Música Electrónica y nominado ese mismo año a los Grammy Latinos. Recibió su estatuilla de manos de José Carlos Giménez como director de Marketing y Relaciones Institucionales de Radio Vigo Grupo de Comunicación.

El galardón al Mejor Disco de Grupo Local se lo entregó Emilio Alonso, periodista, escritor y miembro del jurado, a Wöyza por su EP SI/NO.

El premio a la Trayectoria Musical fue para Óscar Avendaño, un icono de la escena musical local con más de 20 años de recorrido. Fran, socio fundador de la sala La Iguana Club le hizo entrega del galardón.

Salva Ronko, responsable del proyecto Maketon, hizo lo propio con Nicolás Pastoriza, que recibió el galardón al Mejor Disco Auto Producido por Luna de Kubrick.

En la categoría de Mejor Videoclip de Grupo Artista o Grupo Local, Fei se llevó el Premio Maketon por su videoclip del tema Vergüenza ajena. Noa Pérez, directora de Marketing de la marca Maeloc, fue la encargada de entregarle su estatuilla.

El fin de fiesta lo puso la banda viguesa Villanueva que giró por todo el país en 2015 junto a Vetusta Morla, actuando en todos los festivales de referencia. En su concierto repasaron hits como Bombas nucleares, Ahogándonos o Inevitable, incluidos en su disco de debut y sus nuevas composiciones que se publicarán en 2016.

Y EN 2016, ¡25 AÑOS!

El programa, que se emite en 40 Principales Vigo, cumple este año 2016 un cuarto de siglo apoyando la escena musical y dando visibilidad al talento de decenas de artistas, grupos y productores musicales. Esta iniciativa patrocinada por Maeloc se convierte así en toda una referencia de la música en estos últimos años.



Jorge Cabezas

DOS AÑOS DESPUÉS DEL ACCIDENTE QUE LE APARTÓ DE LA ACTIVIDAD ARTÍSTICA, EL PINTOR CORUÑÉS HA VUELTO A TRABAJAR PARA DISEÑAR EL LOGOTIPO CONMEMORATIVO DE NUESTRO 110 ANIVERSARIO.

En varias ocasiones Jorge Cabezas se ha definido a sí mismo como un artista punk. Y lo cierto es que el suyo es un buen ejemplo del espíritu 'do it yourself', de la actitud autodidacta o, como él prefirió explicar en alguna entrevista, de "hacer lo que me da la gana cuando me da la gana". Una filosofía que, en su caso, se tradujo en una prolífica obra pictórica.

Jorge nació en A Coruña y en él confluyeron todos los ingredientes del genio creativo, incluida la falta de interés por los estudios académicos. Cerró su expediente en segundo de BUP. En 1989 llegó a matricularse en la Escuela de Artes y Oficios de su ciudad natal y aunque apenas asistió a clase durante dos semanas, el tiempo acabó por demostrar que no le hacía falta. Sus primeras exposiciones fueron en cafés y bares de A Coruña y poco a poco fueron llegando encargos: diseños de carteles, portadas de libros, de discos... Realizó múltiples muestras en ciudades como Santiago, Vigo o Madrid. Hasta que en 1992 recibió el Primer Premio Bienal Araguey y, dos años más tarde, el Premio Novos Valores José Malvar, de la Universidad de Santiago. Después llegarían más reconocimientos y participaciones en muestras colectivas en Madrid, Buenos Aires o Nueva York.

La música es otra de sus pasiones y su principal fuente de inspiración. Quizás por eso siempre se rodeó de amigos habilidosos con la guitarra, como Xoel López, que le ha dedicado más de una canción, entre otros músicos y artistas que han frecuentado su piso coruñés, en la Plaza de María Pita. El estudio del que han salido sus últimas obras, incluido el mural que preside nuestro edificio de cocimiento en A Coruña.

Desde que expuso por primera vez, Jorge supo que viviría de la pintura y así lo hizo, con pasión y sin descanso hasta que en 2014 un accidente cerebrovascular le apartó de la actividad artística. Tras un largo proceso de rehabilitación, este año 2016, Jorge ha vuelto a trabajar para diseñar el logotipo conmemorativo de nuestro 110 aniversario.

ESTRELLA GALICIA 0,0 LA CERVEZA MÁS MOTERA



LA TEMPORADA COMENZÓ CON UN RITMO IMPARABLE Y LOS EQUIPOS ESTRELLA GALICIA 0,0- MARC VDS YA HAN PASADO POR CATAR, ARGENTINA, ESTADOS UNIDOS Y ESPAÑA, ENTRE OTROS.



Antes de poner rumbo a Catar y de que empezara la temporada de CEV y del FIM CEV, los pilotos y el equipo técnico del Estrella Galicia 0,0-Marc VDS se dieron cita en Madrid para descubrir las monturas con las que competimos este año. El Matadero fue el lugar escogido para presentar la consolidación de nuestro proyecto piramidal, de manos de Monlau Repsol Technical School y Marc VDS. Esta temporada los equipos se plantean nuevos retos, pero con los valores deportivos y educativos de siempre –superación, constancia y esfuerzo– para competir con 13 pilotos en 5 campeonatos.

En 2015 empezamos un proyecto ambicioso, que ampliaba nuestra estructura de Estrella Galicia 0,0 en el motor, buscando la formación de pilotos desde la base hasta MotoGP. Este año, en vista del éxito, hemos continuado en la misma línea: apostando por el School y el Junior Team. Así, Brian David, Joshua Bauer, Sergio García y Miguel Parra formarán el cuarteto que competirá en el Campeonato de España de Velocidad bajo los colores del Estrella Galicia 0,0, mientras que Jaume Masià, Alonso López y Jeremy Alcoba lo harán en el Mundial Junior del FIM CEV.

En las tres categorías mundialistas, el equipo presentaba nuevas caras: Jack Miller en MotoGP, Franco Morbidelli en Moto2 y Arón Canet en Moto3. Álex Márquez y Jorge Navarro repiten categoría y Tito Rabat ha dado el salto a la categoría reina.

Ignacio Rivera expresaba su satisfacción por haber “hecho de un sueño una realidad” en un año “especial para nosotros porque nuestra empresa cumple 110 años”. Celebraba haber conseguido “ser la cerveza más motera” y haber podido hacer un proyecto piramidal “igual que el que llevamos a cabo con la cerveza: a fuego lento se van labrando los pilotos”.

Dos días después de la presentación, los equipos de Moto3 y Moto2 ponían rumbo a Catar para disputar los últimos entrenamientos oficiales de la pretemporada antes del primer gran premio, celebrado el 20 de marzo bajo los focos del Circuito de Losail (Catar), donde comenzamos la andadura por nuestro sexto Mundial de MotoGP.



MOTO3

Jorge Navarro y Arón Canet son los jóvenes jinetes del Team Estrella Galicia 0,0 que compiten en la menor de las categorías. Navarro se presenta como punta de lanza de los pilotos españoles y favorito para luchar por el título. Por su parte, Arón Canet –en las filas del Junior Team EG 0,0 en el FIM CEV Repsol– ha dado este año el salto al mundial gracias a la oportunidad que les brinda nuestro proyecto piramidal a los pilotos “de la casa”. Ha demostrado un gran potencial con impresionantes remontadas frente a pilotos más experimentados, a pesar de que una lesión interrumpió su pretemporada.

MOTO2

En la categoría intermedia el italiano Franco Morbidelli se encuentra entre los 10 mejores pilotos de la categoría. Al otro lado del box, Álex Márquez sigue trabajando para domar su Kalex y seguir mejorando esta temporada. Nuestro piloto de Moto2, Álex Rins, fue el encargado de entregar el premio al ganador del primer Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia de Cataluña, pionero en nuestro país.

MOTOGP

El campeón del mundo de Moto2 en 2014, Tito Rabat, tiene un gran trabajo de aprendizaje por delante en la categoría reina. Tanto él como compañero de filas, el australiano Jack Miller –que comenzó la temporada lesionado– están progresando y van cada vez más rápidos sobre sus Honda RC213V, aupándose poco a poco en la general.



SANTIAGO MIGUÉLEZ / MARKETINGMANAGER HIJOS DE RIVERA SAU

Un año más, seguimos confiando en nuestros patrocinios como herramienta estratégica para generar notoriedad y posicionamiento de nuestras marcas. Hoy podemos decir que nueve de cada diez españoles conocen la marca Estrella Galicia y la realidad es que una parte de este hito lo hemos alcanzado a través de una activación eficiente de nuestros patrocinios.

Pero... ¿por qué el motociclismo? Porque sin duda es un buen compañero de viaje. El mundial de MotoGP está entre los tres eventos deportivos más seguidos en la actualidad en España y tiene además una gran proyección internacional con carreras en 14 países diferentes a lo largo de todo el mundo. Este deporte nos ha permitido crear un proyecto único y sin precedentes con presencia de equipos y pilotos en todas las categorías del Mundial, empezando por la cantera donde se gestan los campeones del futuro y acabando en MotoGP, con Marc Márquez como principal candidato para revalidar un año más el título de la categoría más importante de este deporte.

Es, precisamente, nuestra política de apostar por la cantera la que nos va descubriendo nuevos talentos; la que poco a poco nos van devolviendo la inversión que en su día hicimos y que justifica todo el proyecto. Primero fue Marc Márquez, Campeón de todo en el mundo del motociclismo, después su hermano, que nos hizo campeones de Moto3 en el 2014. Este año parece que es turno de Álex Rins, otro piloto que nació de las entrañas del Team Estrella Galicia 0,0 y que hoy va con paso decidido a ser el próximo Campeón del Mundo en la categoría de Moto2. Son pilotos con gran talento, corren, ganan y al hacerlo atraen a las grandes masas que, si existe una buena activación, acaban incrementando la notoriedad de las marcas que los acompañan. Es en ese momento cuando se cierra el círculo y nos devuelven con creces la inversión que en su día realizamos en ellos.

Rabat, Navarro, Rins, Canet, los Márquez, Morbidelli... pilotos exageradamente buenos que, sin duda, nos traerán grandes y notorios éxitos.

ESTRELLA GALICIA 0,0 ESTÁ PRESENTE DESDE EL COMIENZO DE ESTA TEMPORADA EN LOS MONOPLAZAS DEL EQUIPO TORO ROSSO DE FÓRMULA 1 Y EN LOS 21 GRANDES PREMIOS DEL CALENDARIO DEL MUNDIAL.



UNA TEMPORADA MÁS EN EL GRAN CIRCO DEL MOTOR

En 2015 cumplimos un sueño al convertirnos en 'partner' oficial de la Scuderia Toro Rosso de Fórmula 1. Se trataba de nuestra primera experiencia en este deporte, acompañando a dos debutantes con mucho talento como Carlos Sainz Jr y Max Verstappen.

En esta nueva temporada de 2016, hemos dado un paso más allá y la gran novedad ha sido que nuestra marca Estrella Galicia 0,0 está presente en el STR11, concretamente en los 'bargeboards' (deflectores laterales).

Gracias a este acuerdo con Toro Rosso, seguimos apostando por jóvenes con mucho talento, creciendo junto a ellos para alcanzar y compartir sus éxitos; forjando campeones a fuego lento, como hacemos con nuestra cerveza.

COMIENZO DE LA TEMPORADA

La competición arrancó en Australia el fin de semana del 18 al 20 de marzo. Durante las cuatro primeras carreras disputadas hasta el mes de abril (Australia, Bahrein, China y Rusia) nuestros pilotos Carlos Sainz Jr y Max Verstappen han ido mejorando, en su adaptación al STR11. En el caso de Verstappen, aupándose hasta la décima posición de la tabla al finalizar el Gran Premio de Rusia, y en el de Carlos Sainz Jr, desde el puesto catorce.



+ONLINE
mundoHR.com

EL EQUIPO APRENDIÓ COMO SERVIR LA MEJOR CERVEZA EN NUESTRA CERVECERÍA DE CUATRO CAMINOS ANTES DE DISPUTAR LA COPA DEL REY DE BALONCESTO EN A CORUÑA.



EL OBRADOIRO VISITA NUESTRA CERVECERÍA

Los jugadores del Rio Natura Monbus Obradoiro asistieron a una sesión de técnica de la mano de Fernando Iglesias, responsable de formación y divulgación de cultura de cerveza de Hijos de Rivera SAU, que se celebró en nuestra Cervecería de Cuatro Caminos de forma previa a la disputa de la Copa del Rey de Baloncesto que tuvo lugar en el mes de febrero en A Coruña.

Los jugadores Artem Pustovyi, Juanjo Triguero, Jesús Chagoyen, Santiago Yusta y Adam Waczynski participaron en un original concurso en el que solo se salvaba el que sirviese la cerveza perfecta.

Fernando Iglesias explicó a los concursantes los pasos a seguir, para lograr la cerveza perfecta: desde la temperatura ideal de servicio, a la elección del vaso o su inclinación en cada momento para servir la cantidad adecuada de líquido y espuma. Lo comprobaron con nuestra edición limitada de Estrella Galicia en honor al Obradoiro y con motivo de la Copa del Rey de Baloncesto, que reunió durante varios días a los aficionados a este deporte en la ciudad herculina.

El jurado encargado de evaluar la destreza de los jugadores estaba formado por el propio Fernando Iglesias, el entrenador Moncho Fernández y por Mónica Vizcaíno, directora de Marketing de Hijos de Rivera SAU. De manera no oficial, incluso sus propios compañeros se animaron a participar en la votación.

El resultado final fue claro para todos ellos: el capitán Jesús Chagoyen se proclamó como vencedor con un perfecto diez y pasó por la báscula para que su peso se convirtiese en el trofeo: más de 100 litros de cerveza, que no podrá consumir hasta que el equipo descanse este verano.



+ONLINE
mundoHR.com

Comer y Beber



ANTONIO SIMÕES /
CHEF DE LA TAVERNA DEL CLINIC

VENTRESCA DE ATÚN ROJO CON MISO BLANCO

—INGREDIENTES—

150 gr de ventresca · 1 jalapeño verde · 1 jalapeño rojo
1 escalonia · unas gotitas de lima · 4 cs aceite de oliva virgen extra
50 ml sake coreano · 100 ml vinagre de arroz (mirin)
100 ml cerveza Estrella Galicia · 1 cs azúcar
100 gr pasta miso blanca · 4-5 gnocchis-mochis de salsifíes
salicornia · 200 ml yuzu · 1 cs lecitina de soja · salsa ponzu

—ELABORACIÓN—

Mezclamos el yuzu con la lecitina de soja para elaborar la espuma de yuzu.

Para obtener la salsa, ponemos a reducir la mezcla de cerveza Estrella Galicia, sake y mirin a fuego no muy fuerte. Cuando haya reducido un poco, agregamos una cucharada de azúcar y removemos. Añadimos en este punto la pasta de miso blanca.

Fuera del fuego, y al gusto, añadimos un poco de yuzu.

Picamos muy finos los jalapeños y la escalonia. Esta última se asusta en agua hirviendo, se enfría y se mezcla con los jalapeños. Se añade un chorrillo de lima con el aceite de oliva virgen extra.

Para el atún: marcamos la pieza en una sartén bien fuerte con sal y pimienta. Enfriamos rápidamente en salsa ponzu fría y dejamos la pieza dentro de esta entre 15 y 20 minutos.

Justo antes del servicio, calentamos los gnocchis-mochis en la salsa preparada en el paso 2. Añadimos salicornia.

—PRESENTACIÓN—

Montamos el atún con la salsa de jalapeños junto a los gnocchi-mochis y añadimos, como decoración, flor de cilantro y finalmente la espuma de yuzu.

MARIDAJE



1906
RESERVA
ESPECIAL

NO ES LUGAR PARA ELABORAR CERVEZA.
NO LLEGARÉIS A LA CUARTA GENERACIÓN.
NO EXISTE CULTURA DE CERVEZA.
INCLUSO NOS DIJERON QUE NO CONSEGUIRÍAMOS
UNA ESTRELLA GALICIA 0,0 EXAGERADAMENTE BUENA.
CLARO QUE A CARLOS SAINZ TAMBIÉN LE DIJERON QUE ERA
IMPOSIBLE LLEGAR A LA MEJOR COMPETICIÓN DEL MUNDO.



EXAGERA
DAMENTE
BUENA



La experiencia, nuestro mayor valor

viajes orzán

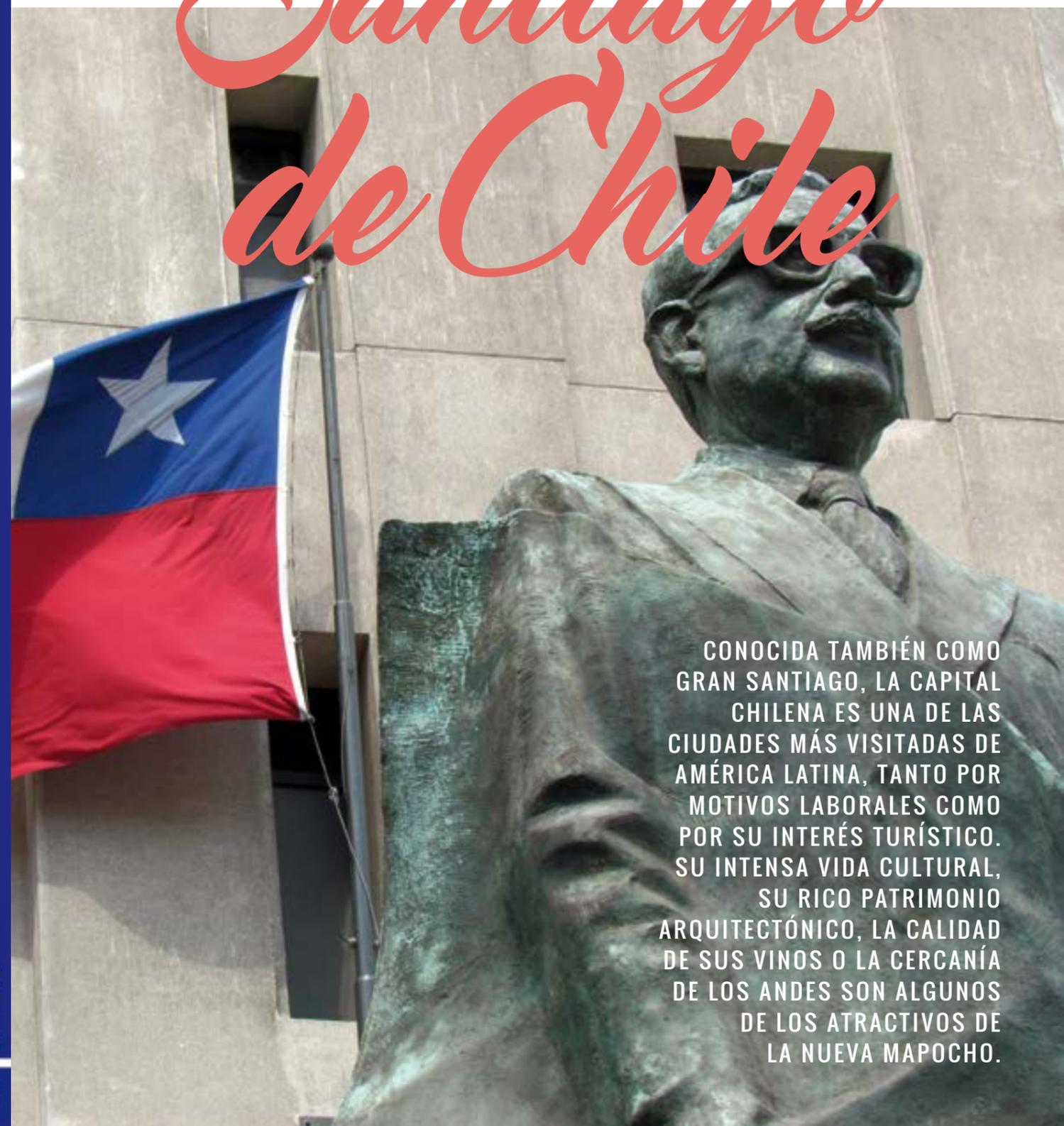
DESDE 1978

Socios estratégicos



Ofrecemos
respuestas profesionales

Santiago de Chile



CONOCIDA TAMBIÉN COMO GRAN SANTIAGO, LA CAPITAL CHILENA ES UNA DE LAS CIUDADES MÁS VISITADAS DE AMÉRICA LATINA, TANTO POR MOTIVOS LABORALES COMO POR SU INTERÉS TURÍSTICO. SU INTENSA VIDA CULTURAL, SU RICO PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO, LA CALIDAD DE SUS VINOS O LA CERCANÍA DE LOS ANDES SON ALGUNOS DE LOS ATRACTIVOS DE LA NUEVA MAPOCHO.

CENTRO CÍVICO

El área fundacional de Santiago concentra el patrimonio histórico, arquitectónico y cultural de la ciudad. Aquí se encuentra el Palacio de la Moneda, edificio presidencial de estilo neoclásico en el que murió el expresidente Salvador Allende, cuyo monumento se encuentra en la adyacente Plaza de la Constitución junto a estatuas de figuras emblemáticas de la historia nacional. Al otro lado del Palacio está el Centro Cultural La Moneda, con cine, salas de exposiciones, etc. y muy cerca la Plaza de Armas, el corazón de la ciudad; alberga edificios emblemáticos de los siglos XVIII y XIX como el de Correos, la Municipalidad de Santiago y la Catedral Metropolitana, cuyo origen se remonta a mediados del siglo XVI. Para llegar aquí nada mejor que la calle peatonal de la Ahumada, con grandes comercios, restaurantes y tiendas de música. De ella parten otras arterias principales donde se sitúan otros puntos de interés, como el Ex Congreso Nacional, el Palacio de Tribunales, el Museo Chileno de Arte Precolombino, el convento de San Agustín, la iglesia de San Francisco, etc.

CERRO DE SAN CRISTÓBAL

Visible desde gran parte de la ciudad, se puede subir andando, en bici, coche o en funicular. Cuenta con diversos senderos que se comunican con terrazas miradores y jardines temáticos y desde la cima la vista de Santiago es espectacular. El cerro está en el Parque Metropolitano, el parque más grande de Latinoamérica, y uno de los lugares más turísticos de Santiago, una ciudad que ha sabido como pocas integrar la naturaleza en su entorno urbano. Otros parques de interés son el Forestal –situado en pleno centro, a orillas del río Mapocho–, el Bicentenario –en la Municipalidad de Vitacura–, o la Quinta Normal, con juegos infantiles y varios museos.

BELLAVISTA Y LA CHASCONA

Santiago se divide en barrios, cada uno con su personalidad propia y algunos imprescindibles en la visita a la ciudad, como el de Bellavista, barrio bohemio donde el comercio y la restauración se alían con una intensa actividad cultural en un encantador entorno urbano que encandiló a intelectuales y artistas como el poeta Pablo Neruda, que construyó aquí una de sus casas, la Chascona, actualmente casa-museo del premio Nobel. Además de las numerosas galerías de arte, salas de teatro o joyerías de lapislázuli, su ambiente nocturno hacen de esta zona de la ciudad una de las preferidas por santiaguinos y visitantes. Muy recomendables también los barrios de Lastarria y Bellas Artes con sus museos, cafés y tiendas; Concha y Toro, con sus edificios señoriales; o República, donde la arquitectura moderna convive con las antiguas mansiones del siglo XIX.



SEGÚN LA VERSIÓN OFICIAL, SANTIAGO DE CHILE FUE FUNDADA POR EL CONQUISTADOR EXTREMEÑO PEDRO DE VALDIVIA EL 12 DE FEBRERO DE 1541 CON EL NOMBRE SANTIAGO DE LA NUEVA EXTREMADURA (SANTIAGO DEL NUEVO EXTREMO) EN HONOR AL APÓSTOL SANTIAGO, PATRÓN DE ESPAÑA. SIN EMBARGO INVESTIGACIONES RECIENTES ASEGURAN QUE EL VALLE DEL MAPOCHO YA ERA UNA IMPORTANTE SEDE DEL IMPERIO INCAICO, LO QUE OTORGA AUN MÁS INTERÉS A ESTA METRÓPOLI DE SEIS MILLONES DE HABITANTES EN LA QUE HISTORIA Y MODERNIDAD CONVIVEN EN UN ENTORNO QUE HA SABIDO DESARROLLAR SU URBANISMO SIN RENUNCIAR A SU ENORME RIQUEZA ECOLÓGICA.



COMER

La gastronomía chilena es muy variada. La carne es el ingrediente principal de muchos platos típicos del país, pero sus más de 5000 km de costa no pueden evitar el protagonismo de sus pescados y mariscos, desde el congrio, la corvina, el mero o el salmón hasta erizos, jaibas, ostiones, choritos (mejillones)... preparados de las más diversas formas. En las grandes ciudades como Santiago se ha desarrollado en los últimos años una cultura gastronómica propia con nuevas elaboraciones a partir de productos típicos del país que maridan a la perfección con sus mundialmente famosos vinos. Cualquiera de estos productos se puede encontrar y degustar en el Mercado Central, considerado el quinto mejor del mundo por *National Geographic*.

ENOLOGÍA

Chile ha logrado situar sus vinos entre los mejores del mundo por lo que en la visita a Santiago no puede faltar un paseo por alguno de los viñedos que hay en la misma ciudad. Uno de los mayores es Viña Cousiño Macul, fundada en 1856, en la que las cepas conviven con árboles centenarios, antiguas bodegas de ladrillo y piedra caliza, un museo, etc. Además, entre marzo y abril se celebran numerosas fiestas de la vendimia en localidades cercanas a la capital, como Buin y Pirque, que conservan tradiciones rurales del campo chileno.

LOS ANDES

La cercanía de la capital a la Cordillera de los Andes hace obligatoria la visita, especialmente en invierno –de junio a septiembre– cuando los centros de esquí están en plena temporada y es posible practicar una gran cantidad de deportes invernales. Otra opción es disfrutar de las aguas termales que brotan desde la cordillera en alguna de las pozas naturales que hay en las montañas o en los complejos de alto nivel situados en las afueras de la ciudad.

DORMIR

La falta de un sistema de clasificación oficial impide saber las prestaciones de un establecimiento a través de sus estrellas, lo que obliga a conocer bien el lugar elegido para alojarse. No obstante, en cualquier zona de Santiago hay multitud de ofertas adaptadas al bolsillo y a las necesidades de cualquier visitante, con servicios de primer nivel: desde establecimientos míticos y grandes cadenas hasta preciosos hoteles boutique, apartamentos, hostales, bed&breakfast, etc.

ACTUALMENTE LA POBLACIÓN DE SU ÁREA METROPOLITANA SUPERA LOS 7 MILLONES DE HABITANTES



SANTIAGO DONDE TOMARSE UNA ESTRELLA

Ruca

Avenida Condell 868, Providencia
Santiago de Chile

NO ES LUGAR PARA ELABORAR CERVEZA

NO HACE FALTA UNA MADURACIÓN TAN LARGA



**EXAGERA
DAMENTE
BUENA**

NO LLEGARÉIS A LA CUARTA GENERACIÓN

NO EXISTE CULTURA DE CERVEZA

INCLUSO NOS DIJERON QUE NUNCA
CONSEGUIRÍAMOS UNA CERVEZA
EXAGERADAMENTE BUENA



Estrella
galicia