



EN PRIMERA
PERSONA <

JOSÉ
VILLANUEVA
PÁGINA 30

ACTUALIDAD <

FABRICA DE CERVEZAS
PÁGINA 26

NUEVA CAMPAÑA EG
PÁGINA 28

HR POR DENTRO <

PRESENTACIÓN
PLAN ESTRATÉGICO
PÁGINA 32

PERSONAJE
ESTRELLA <

ROSA
LÓPEZ
PÁGINA 69

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



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

2017 está ya terminando, y digo ya, pues a veces tengo la sensación de que el tiempo vuela. 2017 está transcurriendo con intensidad y sobre todo con éxitos y nuevos retos y posibilidades para nuestra organización. Será un año en el que hemos dado pasos clave para dimensionar adecuadamente nuestra capacidad productiva, ya que si todo va bien, esperamos concluir, antes de finalizar este año con éxito, el proceso de adquisición del terreno de Agreña, lindante con nuestra fábrica de La Coruña.

También en 2017, hemos cerrado un convenio con el Estado brasileño de Minas Gerais y con el ayuntamiento de Poços de Caldas, que nos permitirá dar el histórico paso de instalar nuestra segunda fábrica cervecera al otro lado del océano Atlántico, un proyecto que multiplicará nuestras capacidades y nos ayudará a tener una posición mucho más competitiva y cercana al mercado brasileño y sudamericano.

Esta decisión, aunque bien fundamentada, no ha sido fácil, ya que nuestra filosofía es de un control cercano y muy exigente de nuestros procesos productivos, y una fábrica tan lejos de nuestros cuarteles podría parecer complicado (diferente agua, diferente equipo), pero no me cabe ninguna duda de que estamos preparados, y que dos fábricas cerveceras, una en Europa y otra en Sudamérica, es una estrategia adecuada y un equilibrio perfecto a nuestro alcance, que hará que, manteniendo la altísima exigencia de nuestras recetas y cervezas, seamos todavía más competitivos. Un histórico proyecto que, entre todos, haremos realidad a lo largo de los próximos dos años

Espero que lo celebremos juntos.

Un abrazo para todos.

FACTOR H

< CARRERA DEL PEREGRINO



DEPORTES > 49

CULTURA DE CERVEZA



< ESTILOS DE CERVEZA



ACCIÓN RESPONSABLE > 40

CULTURA DE CERVEZA > 38

ACTUALIDAD

< NUEVA CAMPANA, ESTRELLA GALICIA

Una Historia Diferente

FACTOR H > 34



HR POR DENTRO > 32

ACCIÓN RESPONSABLE

< PARLADOIROS SON D'ALDEA

EN PRIMERA PERSONA > 30

DEPORTES

< BANCADA CABREIROÁ



ACTUALIDAD > 26

NOTICIAS > 06

OCTUBRE 2017 | No 29

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

COLABORACIONES: Ignacio Rivera, Fernando Iglesias, José Luis Olmedo, Juan José Delgado, Mónica Vizcaíno, Marta González, Jorge Allo, Ramiro González, Rosa López, Antonio Amenedo y José Villanueva



NOTICIAS

> GUÍÑO AL PASADO > 78

> MENINAS DE CANIDO

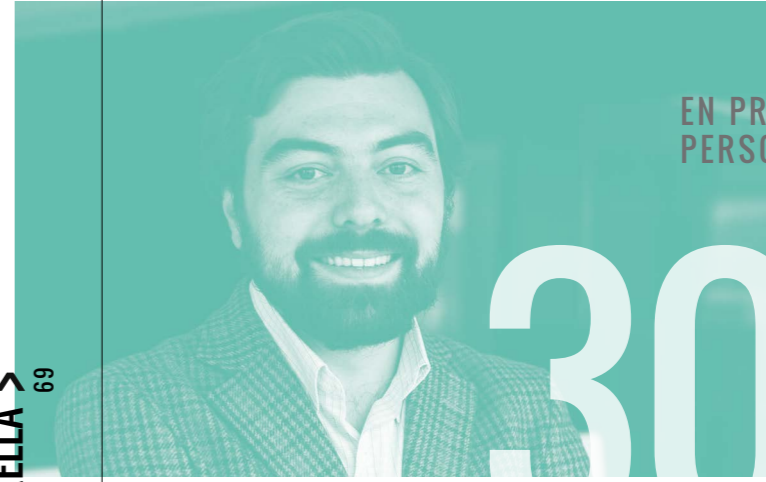


> VIAJES > 75

UNIVERSO DIGITAL

> LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

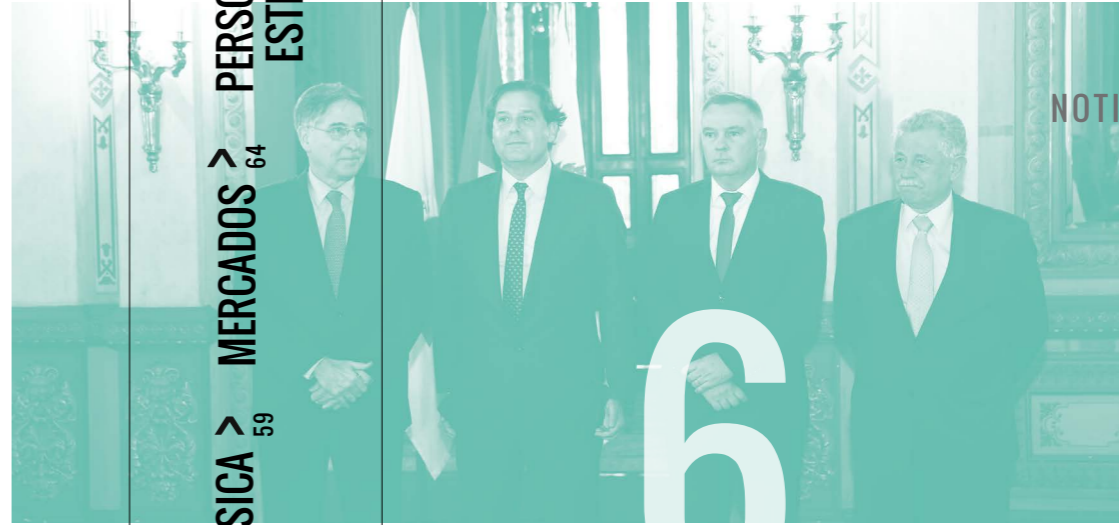
> ¿SABÍAS QUE...? > 70



EN PRIMERA PERSONA

> JOSÉ VILLANUEVA, RESPONSABLE DE PATROCINIOS HIJOS DE RIVERA SAU

> PERSONAJE ESTRELLA > 69



> MERCADOS > 64

NOTICIAS

> PRIMERA FÁBRICA EN BRASIL

> MÚSICA > 59



UNIVERSO DIGITAL > 56

MÚSICA

> CIERRE DEL CICLO 1906, 19.06



NUESTRA SEGUNDA FÁBRICA EN EL MUNDO

FIRMAMOS EN BRASIL UN CONVENIO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE NUESTRA PRIMERA PLANTA DE FABRICACIÓN DE CERVEZA FUERA DE ESPAÑA, QUE CONTRIBUIRÁ A LA EXPANSIÓN DE LA COMPAÑÍA Y A LA CONSOLIDACIÓN DEL CRECIMIENTO INTERNACIONAL.

Dentro de nuestros planes de expansión y para consolidar las bases de nuestro crecimiento internacional, anunciamos la intención de construir el primer centro productivo de la Compañía fuera del territorio nacional, una planta de fabricación de cerveza que se instalará en Brasil y que complementará a la existente en España.

El mercado brasileño, con una población de más de 200 millones de personas, es el primero en importancia para



ESTA OPERACIÓN CONTRIBUIRÁ A LA EXPANSIÓN DE LA COMPAÑÍA Y SU CONSOLIDACIÓN INTERNACIONAL. NUESTRO CEO, IGNACIO RIVERA, EXPRESÓ SU ENTUSIASMO POR EL PROYECTO

la Compañía fuera de Europa y supone un gran potencial tanto de consumo, a nivel global, como en el segmento Premium, que está experimentando un gran crecimiento en la región.

La ubicación elegida es la localidad de Poços de Caldas, en el estado de Minas Gerais, Brasil, por reunir los requisitos básicos para poder desarrollar las recetas de la Compañía garantizando las estrictas exigencias de calidad de nuestra amplia gama de cervezas: Estrella Galicia, Estrella Galicia 0,0, 1906 Reserva Especial, 1906 Black Coupage y 1906 Red Vintage.

La puesta en marcha de la inversión se anunció en el mes de julio, a través de la firma de una carta de intenciones por parte de nuestro CEO, Ignacio Rivera, con Fernando Pimentel, gobernador del estado de Minas Gerais, y Sérgio Azevedo, alcalde de Poços de Caldas, en el Palacio da Liberdade de Belo Horizonte, capital de Minas Gerais.

CONFIANZA

Nuestro CEO, Ignacio Rivera, ha expresado su entusiasmo por la puesta en marcha de este proyecto, que contribuirá favorablemente a nuestra internacionalización y nos ayudará a consolidar nuestro compromiso con este mercado y con el desarrollo regional de nuestros productos como un operador estable que genera riqueza y empleo en la región: "Nosotros confiamos mucho en el potencial de Brasil y en los brasileños, que han acogido a nuestros productos con los brazos abiertos, y estamos seguros que la construcción de esta fábrica consolidará nuestro compromiso con este mercado y con el desarrollo regional de nuestros productos, como un operador estable que genera riqueza y empleo en la región."

Emprendemos así una nueva etapa en nuestra apuesta por la continuidad y la reinversión, en la que mantendremos nuestra filosofía de modelo de empresa 100% familiar, independiente y centenaria, regido por la tradición artesanal cervecedera que, desde 1906, avala la calidad y la excelencia de nuestros productos.





EJERCICIO 2016

LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA COMPAÑÍA GENERÓ EN 2016 MÁS DE 139 MILLONES DE EUROS EN IMPUESTOS Y COTIZACIONES. EL 95% DE LOS IMPUESTOS DEL GRUPO SE PAGAN EN ESPAÑA.

La actividad económica de la Corporación Hijos de Rivera ha generado en concepto de impuestos más de 139 millones de euros en los diferentes países donde operamos, entre los que destaca Brasil, país donde más ha crecido esta aportación. El 95% de estas contribuciones se han hecho en España, generando un total de 133,8 millones de euros, en concepto de impuestos y cotizaciones, que hemos aportado a las diferentes administraciones públicas españolas.

Además de estos impuestos directamente soportados, en la contribución tributaria total que realiza nuestro Grupo destaca la aportación realizada mediante el Impuesto sobre Sociedades, que alcanzó la cifra de los 17,4 millones de euros, lo que supuso un incremento del 30,40% respecto a 2015. Esta subida resulta especialmente destacable en un ejercicio en el que se redujo por ley el tipo impositivo, concretamente del 28% al 25%.

Por otra parte, la liquidación del IVA de la compañía ha sido de 83,6 millones de euros, la cifra en impuestos especiales asciende a 24,5 millones de euros y en retenciones suma 8,3 millones de euros.

En definitiva, de cada 100 euros de valor generado por el Grupo Corporación Hijos de Rivera en el ejercicio 2016, 34,20 euros fueron destinados a las arcas públicas mediante el pago de impuestos directos e indirectos.



◀
DE CADA 100 EUROS DE VALOR GENERADO POR EL GRUPO CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA EN EL EJERCICIO 2016, 34,20 EUROS FUERON DESTINADOS A LAS ARCAS PÚBLICAS MEDIANTE EL PAGO DE IMPUESTOS DIRECTOS E INDIRECTOS

PREMIO "CELANOVA, CASA DOS POETAS"

LA FUNDACIÓN CURROS ENRÍQUEZ OTORGÓ A NUESTRA COMPAÑÍA EL 33º PREMIO "CELANOVA, CASA DOS POETAS" EN RECONOCIMIENTO A LA LABOR DE DIVULGACIÓN DE NUESTRA COMUNIDAD EN EL MUNDO.

La Corporación Hijos de Rivera recibió en el mes de septiembre la distinción "Celanova, casa dos poetas" por "sus méritos empresariales sobrados, como todos conocemos, pero muy especialmente por su compromiso con Galicia, tanto empresarial como cultural", según explicó el presidente del Parlamento de Galicia, Miguel Santalices, que participó en el acto de entrega de premios desarrollado en la villa celanovense, y en el que estuvo acompañado por la Conselleira do Medio Rural, Ángeles Vázquez Mejuto, por el presidente de la Diputación de Ourense, Manuel Baltar, el presidente de la Fundación C.E. y alcalde de Celanova, José Luis Ferro Iglesias y el Patrón da Fundación C.E., José María Paz Gago.

Antonio Viejo, director de Asuntos Corporativos, fue el encargado de recoger este galardón que reconoce la importante labor de la Compañía por llevar el nombre de Galicia más allá de sus fronteras.



CLUB FINANCIERO ATLÁNTICO



En mayo presentamos el convenio de colaboración entre Hijos de Rivera y el Club Financiero Atlántico. Nuestro CEO, Ignacio Rivera, y Mariano Gómez-Ulla, presidente del Club, firmaron dicho convenio en la espectacular terraza que instalamos en la sede del Club.

Ignacio Rivera manifestó su satisfacción por este acuerdo y alabó el rol que juegan entidades como el Club Financiero. En sus propias palabras, "en estos momentos es muy importante que existan foros de debate y de encuentro que aporten ventajas competitivas y ayuden a Galicia".

Por su parte, Mariano Gómez-Ulla agradeció el apoyo a la labor del Club Financiero y destacó la importancia de que empresas con la trayectoria y la reputación de Hijos de Rivera se impliquen en el futuro del Club.



IMPULSANDO LA RSE EN GALICIA

SEGUIMOS IMPULSANDO LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DENTRO DEL TEJIDO EMPRESARIAL GALLEGO PARA CONVERTIR A NUESTRA COMUNIDAD EN UN REFERENTE EN ESTE CAMPO.

El pasado mes de junio tuvo lugar en Santiago de Compostela el encuentro del Grupo de Representación Empresarial Gallego en Responsabilidad Social Empresarial, donde la Xunta de Galicia se reunió con las trece grandes empresas que forman parte de este grupo, entre ellas Hijos de Rivera, con la intención de renovar su compromiso de situar a nuestra comunidad como un referente en este campo.

Antonio Viejo, director de Asuntos Corporativos, participó en este acto junto a los representantes de otras 12 grandes compañías gallegas, que seguirán colaborando, comunicando y sentando las bases de cómo llevar a cabo la responsabilidad social empresarial en Galicia para su impulso dentro del tejido empresarial gallego.

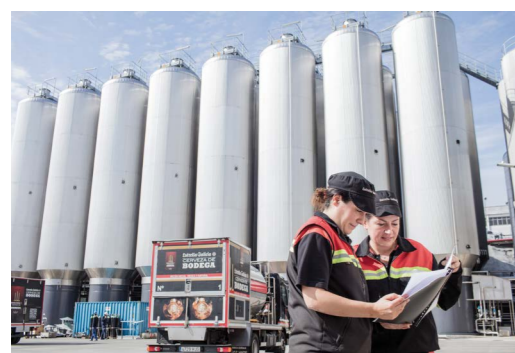


¡FELICIDADES, GRUPO NOVE!



En junio felicitamos al Grupo Nove por haber recibido la Medalla Castelao, otorgada por la Xunta de Galicia en reconocimiento a su gran labor, al divulgar la filosofía de la cocina contemporánea y de producto, y difundir la cultura gastronómica de Galicia dentro y fuera de la comunidad.

Con este objetivo, desde el área de Trade Marketing y en colaboración con el área de Marketing, lanzamos una campaña en medios que puso de manifiesto que "pasión, talento, innovación y Galicia son cuatro elementos que compartimos con el Grupo Nove y que cuando los juntas, solo puede llevar al éxito", destacando las similitudes de la Compañía con este colectivo, que han desembocado en una estrecha colaboración entre ambos.



a nova tele de R é un canón

converte a túa tele nunha
smart TV

envía contidos do teu
móbil á tele

grava ata 350 horas dos
teus programas favoritos

apps · 4k · ultravelocidade · rebobina



novateleR.gal
☎ 1445

1906, LA MÁS PREMIADA

Las cervezas 1906, fruto de la interpretación más personal de los maestros cerveceros de Hijos de Rivera, se ha convertido en la familia cervecera más laureada del momento. A los 11 premios recibidos en los primeros siete meses de este año, se ha incorporado un último y prestigioso galardón. Se trata del European Beer Star del Private Brauereien, en la categoría de plata, por 1906 Black Coupage, la cerveza negra de la familia.

Este premio, que cuenta con 14 años de historia, se ha convertido en uno de los galardones más codiciados y rigurosos en el mundo de la cerveza internacional. Un jurado compuesto por 133 profesionales del sector (maestros cerveceros, sumilleres de cerveza y conocidos conocedores de la cerveza de 26 países) mostró su veredicto en Munich a través de una cata a ciegas en la que valoraron el color, olor, sabor y perfume aromático de cada uno de los líquidos.

En esta edición han competido un número récord de cervezas (2.151) y más de 46 países, con la intención de alzarse con alguno de los premios de las 60 categorías que se disputaban.



CRYSTAL TASTE AWARD 2017



En el mes de junio, el prestigioso *International Taste and Quality Institute* de Bruselas otorgó a nuestras aguas del manantial de Cabreiroá, Cabreiroá Mineral Natural sin gas y Magma de Cabreiroá con gas, el galardón "Crystal Taste Award" como respaldo a tres años consecutivos manteniendo el estándar de sabor excepcional y calidad.

El sabor, el olor, la textura o el retrogusto fueron algunos de los atributos organolépticos valorados por el jurado, compuesto por 120 sumilleres de prestigio internacional, que ha otorgado a Cabreiroá este reconocimiento.

Tras haber logrado 8 estrellas en la edición de 2016, Cabreiroá fue el único manantial español que ha logrado esta distinción en los *Superior Taste Awards 2017*, un importante reconocimiento a nivel internacional que refuerza nuestro posicionamiento.

BEST PACKAGING SOLUTION



Los avances en la innovación fue el tema sobre el que pivotó este año el Congreso Mundial de Bebidas, InnoBev, celebrado el 25 y 26 de abril en el Hotel Hilton de Frankfurt, y organizado por Zenith Global, expertos globales en alimentación y bebidas. Alrededor de 100 participantes, llegados de 25 países de todo el mundo, se han postulado en alguna de las categorías de este certamen, 18 en total, que han valorado en los candidatos variables como la creatividad, la innovación, el marketing o las mejores prácticas ambientales.

Magma de Cabreiroá original ha sido el único participante español galardonado en este Congreso, recibiendo de manos de Zenith Global Ltd el galardón a "Best Packaging Solution" como reconocimiento a su apuesta por la innovación a través del packaging.

El formato de botella opaca de aluminio de 50 cl. de nuestra agua de aguja fue aplaudido en Frankfurt por el jurado de estos premios al ofrecer la mejor solución a la necesidad de protección máxima, intrínseca de un producto tan delicado como este, trasladando los valores de un producto para la alta gastronomía.



RECETA ORIGINAL, LA ESTRELLA DE GALICIA



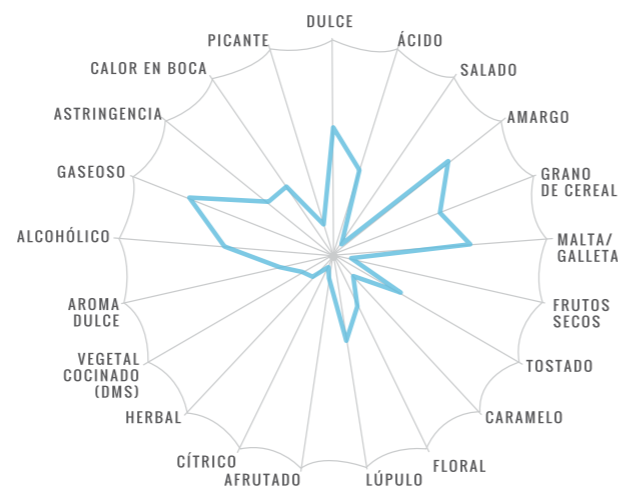
Como muestra de la cultura y tradición cervecera de la Compañía, en el mes de julio lanzamos al mercado "La Estrella de Galicia", una nueva cerveza que rinde homenaje a la Primera Generación de la familia Rivera y que se ha incorporado de forma permanente a nuestro portafolio de productos para hacernos viajar en el tiempo, retrocediendo más de un siglo y trasladándonos a 1906.

La Estrella de Galicia recupera la receta original del Fundador, basada en la elaboración artesanal de la escuela cervecera alemana, obteniendo como resultado una cerveza German Pils 100% malta, dorada, elegante y con un agradable postgusto dulce.

Esta receta llega al mercado nacional, a través de los canales de alimentación y hostelería, en formato de botella de 33 cl. y pack de 6 unidades con un diseño *craft*, de principios de siglo, muy cuidado, que respira el aire vintage de las primeras botellas y que emula a la perfección los efectos del paso del tiempo.

Para una ocasión tan especial, recuperamos elementos como la imagen de las primeras chapas de nuestras botellas, además del logo original de La Estrella de Galicia, que se presenta en esta ocasión sobre etiquetas de papel verjurado aunando vanguardia y tradición en el mismo diseño.

➤
LA ESTRELLA DE GALICIA REPRESENTA UN VIAJE EN EL TIEMPO A 1906 EN EL QUE SE HAN CUIDADO TODOS LOS DETALLES PARA QUE ESTA EDICIÓN TENGA ESE AIRE VINTAGE QUE RECUERDE A LA PRIMERA CERVEZA CREADA POR LA COMPAÑÍA



NUEVA MAELOC PIÑA&PERA



En nuestra búsqueda constante por sorprender e innovar lanzamos al mercado un nuevo sabor de Maeloc, la nueva Maeloc Piña&Pera que se suma a nuestra gama de sidras con sabor a fresa, mora y pera que cuentan ya con fieles adeptos.

Se trata de una propuesta muy exótica que no renuncia a nuestras prácticas tradicionales, ya que hemos mantenido la producción autóctona con manzanas 100% gallegas.

A la tradicional manzana sidrera se ha incorporado para esta ocasión el aroma fresco e intenso de la piña con ligeras notas de pera, obteniendo como resultado una sidra con un sabor muy dulce y suave que se traduce en una bebida muy refrescante, que está disponible en formato de botella de 33 cl y de 75 cl, este último, una novedad recientemente incorporada al resto de variedades de Maeloc con sabor.

Además, en los últimos meses hemos incorporado otros nuevos formatos, para adaptarnos a nuestro consumidor y a sus diferentes momentos de consumo. En este sentido, Maeloc Natural se presenta ahora en envase de botella de vidrio achampanada y Maeloc Sin está disponible en formato de botella de 20 cl.



AÑADA 2016 ADEGA PONTE DA BOGA



TRAS EL ÉXITO DE ANTERIORES AÑADAS, PRESENTAMOS NUESTROS VINOS PONTE DA BOGA COSECHA 2016.

Pese a lo que auguraban inicialmente las complejas condiciones climatológicas experimentadas durante la temporada de vendimia, como la fuerte granizada que sufrieron los viñedos de Amandi, la cosecha resultó excelente en términos cualitativos.

El resultado son unos vinos excelentes, fragantes y elegantes, que reflejan fielmente la esencia, el espíritu y el carácter de la Ribeira Sacra y en los que se percibe una calidad cada vez mayor.

Nacen en este marco nuestros vinos Ponte da Boga Añada 2016, que reflejan a la perfección el cariño, el esfuerzo y el rigor con el que realiza su trabajo todo el equipo que interviene en este proceso.

Nuestros vinos Ponte da Boga Mencía y Ponte da Boga Godello 2016, se suman a las especialidades, Capricho de Merenzao 2015, Porto de Lobos 2015, Bancales Olvidados 2015 y Expresión Histórica 2015.



EDICIONES ESPECIALES

EN LOS ÚLTIMOS MESES LANZAMOS DIFERENTES EDICIONES ESPECIALES, PARA APROXIMARNOS A LOS CONSUMIDORES DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES A TRAVÉS DE LA VINCULACIÓN CON TRADICIONES, FESTEJOS O ELEMENTOS TÍPICOS DE LA CULTURA DE CADA ZONA.

NUEVO

VINAGRE MAELOC DE SIDRA ECOLÓGICO

Elaborado con manzanas 100% gallegas. Gracias a 150 cultivadores autóctonos puedes disfrutar de su sabor y beneficios saludables.

Único vinagre de sidra ecológico gallego sin sulfitos.



BENEFICIOS del vinagre:

1. Tiene un efecto diurético y depurativo, por lo que puede ayudarte a reducir la hinchazón.
2. No tiene azúcares añadidos, grasas ni sal, por lo que no engorda.
3. Es antioxidante.
4. Favorece el tránsito intestinal y el control del colesterol, los triglicéridos y la hipertensión.
5. Ayuda a aliviar la acidez estomacal.
6. En la cocina el vinagre es un ablandador natural de las carnes, potenciador del sabor y preservante natural para tus conservas caseras.
7. Además es antiséptico: Uso tópico en infecciones, hongos y acné.



{ Cosecha de Galicia }



ESTRELLA GALICIA DÍA DE LA MADRE

Con motivo del Día de la Madre, el pasado mes de abril lanzamos una nueva edición especial y limitada de etiquetas de nuestra cerveza Estrella Galicia Especial, en formato 75cl., para homenajear y agasajar a todas las madres en este día tan especial.

Bajo el claim "Mamá tú eres mi estrella", que acompañó a un precioso y exclusivo diseño de etiquetas, esta edición especial estuvo disponible en el canal alimentación nacional desde finales de abril y hasta agotar existencias.



ESTRELLA GALICIA SAN JUAN

Para rendir homenaje a la legendaria tradición que envuelve a esta noche mágica, a finales del mes de mayo lanzamos una edición especial de etiquetas de etiquetas con motivo de San Juan, en las que el fuego se impuso como indudable protagonista, a través de un diseño vanguardista y minimalista que simbolizó la llama de las hogueras.

Se envasaron 8,5 millones de botellas de 33cl. que estuvieron disponibles durante el mes de junio en el canal de hostelería de Galicia, Baleares, Cataluña, Andalucía y Levante.



ESTRELLA GALICIA ISLAS BALEARES

Con el objetivo de acercarnos al público balear, a principios del mes de julio lanzamos al mercado una edición especial de etiquetas inspiradas en las Islas Baleares, a través de las formas y colores de la icónica figura del "siurell", símbolo por excelencia de las islas.

Se envasaron 720.000 botellas de 33cl. de esta edición limitada, que estuvieron disponibles desde principios del mes de julio y hasta agotar existencias en el canal de hostelería del archipiélago balear.



ESTRELLA GALICIA LOS PILARES

En el mes de septiembre lanzamos al mercado la primera edición limitada de Estrella Galicia con motivo de las Fiestas del Pilar que, a través de la representación del icónico pañuelo zaragozano a cuadros rojos y negros, el 'cachirulo', rinde homenaje a este tradicional festejo y a los consumidores maños.

"La cervecita especial Los Pilares" estuvo disponible desde mediados del mes de septiembre, y hasta agotar existencias, en los hoteles, bares y restaurantes de la capital aragonesa.



AGUA DE CUEVAS BEN & HOLLY

Los personajes de esta serie de dibujos infantil de referencia en España se incorporaron en el mes de mayo a las etiquetas y el packaging de la marca, tanto en los envases individuales de 33cl. como en el agrupador, creando un formato visualmente atractivo para el público más joven.



AGUA DE CUEVAS DESCENSO DEL SELLA

A principios de julio lanzamos una edición especial de etiquetas de Agua de Cuevas para celebrar con los consumidores asturianos la 81ª edición de este evento deportivo de referencia.

Esta edición limitada, disponible en formato de 0,5 litros, tanto en pack como en envase individual, se comercializó en Asturias entre los meses de julio y septiembre.

CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

EN ASTURIAS

"DONDE HAY UN ASTURIANO, SIEMPRE HAY OTRO ASTURIANO"

Es el claim de la reciente campaña publicitaria de Agua de Cuevas, que continúa trabajando en el territorio "En Asturias nos cuidamos así" que comenzó a construir en el año 2016.

Esta campaña pone el foco en la tradición asturiana y en los momentos de disfrute de los asturianos, como escanciar una sidra, descender el Sella o comer un cachopo. Todas ellas comparten un denominador común, que explica el concepto de esta campaña: compartir estos momentos con otro asturiano.



EN ANDALUCÍA

"PORQUE EN ANDALUCÍA LA VIDA SE BEBE A TODO COLOR"

En el mes de mayo lanzamos la segunda campaña multimedia de Fontarel en Andalucía que, bajo el claim "Porque en Andalucía la vida se bebe a todo color", busca despertar el sentimiento de afinidad con los andaluces a través del origen de este manantial, que nace en Loja, prácticamente en el centro geográfico de Andalucía, en el límite entre las provincias de Málaga y Granada y en el entorno de las Sierras de San Jorge y Sierra Gorda.

EVENTO CON ROSA LÓPEZ

Presentamos esta campaña el 14 de junio en Sevilla, en un evento en el que contamos con la presencia de la artista Rosa López, embajadora de la marca por segundo año consecutivo, que apareció surcando las aguas del río Guadalquivir.

"El Embarcadero" fue escenario de este acto en el que la cantante granadina Rosa López, compartió protagonismo con el pintor andaluz Manuel Jesús López García, con el que recreó en directo la identidad gráfica de Fontarel.



EN GALICIA

SAN JUAN

Pusimos en marcha una acción para celebrar la noche mágica de San Juan con nuestros consumidores, con una campaña que presentó nuestra interpretación cervecera del tradicional Conxuro da Queimada. Esta campaña se completó con una acción especial en el programa Land Rober con Roberto Vilar, que abrió el programa animando a los espectadores a brindar en la noche de San Juan con nuestra edición especial de Estrella Galicia.



ARDE LUCUS

Lanzamos una campaña para activar la fiesta del Arde Lucus. A través de una campaña en prensa, exterior y redes sociales, con videotutoriales sobre cómo convertirse en el perfecto romano, buscamos al mejor romano de la legión Estrella Galicia, que ganó un viaje a Roma.



RAPA DAS BESTAS

Pusimos en marcha una campaña multimedia con motivo de la Rapa das Bestas de Sabucedo, para la que contamos con la colaboración del actor Pepo Suevos. Esta campaña se complementó con una acción especial in situ durante el evento que invitó a los asistentes a someterse a la 'Rapa das Testas'.



FESTIVAL DE ORTIGUEIRA

Quisimos estar presentes en el Festival de Ortigueira a través del 'Proyecto Runas', una estrategia de promoción de grupos noveles que asegura la presencia de la mejor banda del concurso en la siguiente edición del festival, compartiendo el escenario Estrella Galicia con los grupos que encabezan el cartel.



FIESTAS DEL APÓSTOL, DEL CRISTO DE LA VICTORIA Y DE MARÍA PITA

Estuvimos presentes en las fiestas de las principales ciudades Gallegas, las Fiestas del Apóstol de Santiago, las Fiestas del Cristo de la Victoria de Vigo y las Fiestas de María Pita en A Coruña, con sendas campañas para anunciar estos festejos durante los días previos a su celebración.



FESTA DA DORNA

Activamos la Festa da Dorna con un concurso a través de las redes sociales de la marca que permitió a nuestros seguidores votar la embarcación que consideraban más bonita de entre todas las dornas, previamente enjalnadas.



PRESENTACIÓN NUEVA CAMPAÑA
ESTRELLA GALICIA IR A PÁGINA 26



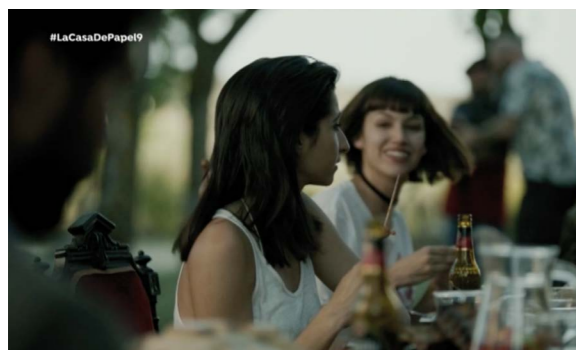
ACCIONES ESPECIALES

PRODUCT PLACEMENT

ESTRELLA GALICIA Y CABREIROÁ EN LOS PRINCIPALES ESCENARIOS DE 'LA CASA DE PAPEL'

Nuestra cerveza Estrella Galicia y Cabreiroá pasaron a formar parte de la nueva serie de Atresmedia, *La Casa de Papel*, un thriller policíaco y de comedia negra que se estrenó en horario de máxima audiencia el pasado mes de mayo.

Estuvimos presentes a través de la técnica de *product placement* en los escenarios principales de la trama: el bar y el loft de "El Profesor", cerebro del atraco que narra la serie, donde los personajes interactuaban con las botellas de Estrella Galicia y Cabreiroá.



CERVEZA 1906 EN LA FIESTA GITANA DE ANTONIO CARMONA, CELEBRADA EN 'MI CASA ES LA TUYA'

Desarrollamos una acción de *product placement* con nuestra cerveza 1906, que estuvo presente en la fiesta gitana que el flamenco Antonio Carmona organizó en el programa 'Mi casa es la tuya', dirigido por Bertín Osborne, que contó con la presencia de amigos del artista como Niña Pastori o Imanol Arias.



EL HORMIGUERO

CABREIROÁ PROTAGONIZÓ EL RETO MÁS ESPECTACULAR DE LA COLABORADORA PILAR RUBIO

Nuestra marca de agua, Cabreiroá protagonizó en el mes de mayo una acción especial en *El Hormiguero 3.0*. Ante la atenta mirada de Alejandro Sanz, invitado del programa, Pilar Rubio realizó un movimiento de precisión con una excavadora gigante, moviendo con éxito una pelota de golf, situada en una botella de Cabreiroá, a otra, colocada a un par de metros de esta.

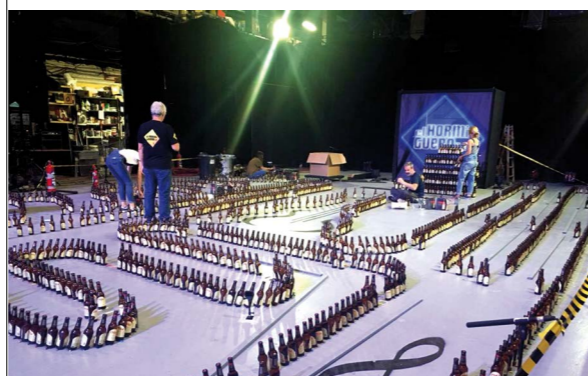
Alrededor de 2.300.000 espectadores siguieron el programa, situando a *El Hormiguero 3.0* como el segundo más visto de la noche, con un 13,1% de cuota de pantalla.



1906 SE ESTRENÓ EN EL PROGRAMA DE PABLO MOTOS CON UN GRAN EFECTO DOMINÓ

Nuestra cerveza 1906 Reserva Especial desarrolló en *El Hormiguero 3.0* una acción especial en la que música y cerveza fueron las grandes protagonistas.

Durante la visita del cantante flamenco Antonio Carmona, compartimos con los espectadores un impresionante efecto dominó con 5.000 botellas de 1906 Reserva Especial que, tras realizar un recorrido por instrumentos flamencos como la guitarra, desvelaron la portada del nuevo disco del artista.



1906 CON LAS MENINAS DE CANIDO

Con el objetivo de dar a conocer y poner en valor las Meninas de Canido, movimiento artístico impulsado por el barrio ferrolano de Canido y declarado por la UNESCO como "Itinerario cultural dentro de Galicia", en el mes de agosto desarrollamos una acción especial de la mano de 1906.

Lanzamos una campaña en medios internacionales para atraer la atención del misterioso Banksy, considerado el mejor artista urbano del mundo, a quien el barrio reservó un espacio con el objetivo de que se uniese a este movimiento realizando su interpretación más personal de la obra de Velázquez.

La campaña contó con vallas en Reino Unido y piezas en diarios como *The Times*, *The Daily Telegraph*, *La Repubblica* o *The Guardian*.



JESÚS CALLEJA

CABREIROÁ SE INTEGRA EN EL UNIVERSO DE JESÚS CALLEJA, UTILIZANDO SUS CANALES Y CONTENIDOS PARA ALCANZAR A LOS CIENTOS DE MILES DE SEGUIDORES DEL INTRÉPIDO AVENTURERO, UN PÚBLICO MUY AFÍN A LOS VALORES DE CABREIROÁ

Nuestra marca de agua mineral Cabreiroá ha puesto en marcha una acción especial mediante la que se integrará en todos los soportes de Jesús Calleja, una asociación muy natural que contribuye a reforzar los mensajes de marca vital, intrépida y optimista.

Como parte de esta acción, la marca está presente en algunos capítulos de los programas televisivos *Volando Voy* y *Planeta Calleja*, emitidos en Cuatro y dirigidos por el propio Jesús Calleja, a través de la técnica de *product placement*, así como en las plataformas online del montañista.

La acción se complementa con un plan de amplificación en redes sociales con una serie de piezas audiovisuales, realizadas por la productora de Jesús Calleja para Cabreiroá, en las que se narran historias de cambio y superación en la lucha por un sueño, y con fotografías en las que la marca forma parte de su vida diaria.



BEER MASTER SESSIONS



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

En los últimos meses, vivimos con expectación las últimas citas del IV Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia, que celebró en el Salón de Gourmets de Madrid su último certamen regional y la final nacional, e inauguramos la quinta edición con el certamen de Extremadura.

Además, abrimos las fronteras de nuestro programa Beer Master Sessions, que aterrizó en Brasil para celebrar por primera vez un Campeonato de Tiraje de Cerveza fuera de las fronteras de España.

ÚLTIMOS COLETAZOS DEL IV CAMPEONATO DE TIRAJE

El pasado 24 de abril celebramos, en el Salón de Gourmets, el certamen regional de la Comunidad de Madrid, donde conocimos a sus mejores tiradores. Tras una intensa batalla, Francisco Javier Quirós, del Restaurante Quirós en Torrejón de Ardoz, logró alzarse con el título de campeón, seguido por Agustín Fresnillo, del Mesón Fresor en Collado, Villalba, subcampeón de este certamen.

El Salón de Gourmets acogió también la gran final de la cuarta edición del Campeonato de Tiraje, una reñida competición entre los 20 finalistas, que lucharon por alzarse con el título de mejor tirador de cerveza de España. El asturiano Martín Galán, de la Cafetería Cervantes de El Entrego, demostró sus habilidades para convertirse en el campeón del IV Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia, título que recibió de manos de otro campeón, nuestro piloto Álex Márquez.



BEER MASTER SESSIONS TRASPASA FRONTERAS

La feria APAS Show de São Paulo fue escenario, el pasado mes de mayo, de la primera edición internacional del Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia, donde se dieron cita una representación de los mejores tiradores de Brasil, que demostraron el nivel de tiraje de cerveza del país carioca.

Finalmente, Raphael Monteiro, del establecimiento Jamón Jamón, logró alzarse con el título de mejor tirador de cerveza de Brasil, un título que le dio el pase a la final del V Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia nacional.

ARRANQUE DEL V CAMPEONATO DE TIRAJE

CERTAMEN DE EXTREMADURA

Tras el enorme éxito cosechado en las cuatro ediciones anteriores, el pasado 26 de junio volvió a la escena el Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia, para buscar por quinta vez al Mejor Tirador de Cerveza de España.

El Museo Abierto de Mérida (MAM) acogió el Certamen de Extremadura, cita inaugural del V Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia. En esta prueba se proclamó vencedor el aspirante David Tena, de la cervecería Con Jota de Badajoz, y el subcampeón fue Javier Sánchez, de la cervecería-restaurante La Centinela de Montijo, Badajoz.

CERTAMEN DE ANDALUCÍA

El pasado 18 de septiembre celebramos la segunda prueba de la temporada Beer Master Sessions 2017-2018, el Certamen de Andalucía, que tuvo lugar por primera vez en la ciudad de Córdoba.

Desirée Carrera, de la Cervezoteca, en Málaga, logró alzarse con el título de Mejor Tiradora de Cerveza de Andalucía, seguida por la cordobesa María Inmaculada Solano, del Círculo Lucentino, en Lucena, que se proclamó subcampeona.

La próxima parada del Campeonato de Tiraje será el Certamen de Canarias, que se celebrará el 27 de noviembre, donde conoceremos a los hosteleros de la comunidad que competirán en la Final Nacional, que se celebrará en el Salón de Gourmets de Madrid en 2018.





III INCITUS: NEGOCIOS CONDENADOS AL ÉXITO



Como empresa gallega vinculada al sector hostelero y comprometida con el desarrollo socioeconómico de la comunidad, Estrella Galicia respalda un año más el proyecto Incitus: negocios condenados al éxito, con el que compartimos el objetivo de apoyar y dinamizar el sector hostelero.

El pasado mes de mayo presentamos, en nuestra Cervecería Estrella Galicia de Vigo, la tercera edición de Incitus, que buscará una vez más el mejor proyecto hostelero del año y que estará apadrinado, en esta ocasión, por los chefs con estrella Michelin Pepe Solla y Gerson Iglesias, y por una de las mejores sumilleres de Galicia, Esther Daporta, que asesorarán a los emprendedores participantes.

El ganador recibirá de forma gratuita numerosos servicios de prestación para poder impulsar su aventura empresarial, con la colaboración de empresas especializadas en hostelería en los campos de marketing, comunicación, interiorismo, publicidad y ventas, entre otros.

CONSORCIO DE TURISMO



Hijos de Rivera acompañó al Consorcio de Turismo de A Coruña en sus presentaciones como destino turístico en las dos ciudades andaluzas más importantes en emisión y recepción de turistas, Sevilla y Málaga, donde se presentó la ciudad herculina como un destino atlántico con un gran atractivo turístico por su oferta cultural y gastronómica.

Ambas presentaciones fueron un éxito de participación al recibir a más de 160 agentes turísticos entre mayoristas, touroperadores, empresas de receptivos y empresas de congresos, que pudieron degustar nuestras cervezas Estrella Galicia y nuestras aguas de Cabreiroá, como productos gallegos de origen y de gran calidad.



PRIMER VUELO DRON ECOVINE

EL DRON DEL PROYECTO ECOVINE SOBREVOLÓ POR PRIMERA VEZ LOS VIÑEDOS DE LA RIBEIRA SACRA PARA ANALIZAR LA SUPERFICIE Y RECABAR DATOS QUE PERMITAN OPTIMIZAR EL PROCESO DE COSECHA Y CULTIVO.

En el mes de noviembre, la Agencia Gallega de Innovación aprobaba el proyecto Ecovine, una iniciativa impulsada por nuestra bodega Ponte da Boga, con el respaldo de la Universidad de Santiago y el CSIC y con la colaboración de la bodega Lar de Ricobao y las empresas tecnológicas Elmantec y Teican Medioambiental. Desde entonces, han sido notables los avances en la investigación en este proyecto, gracias al buen trabajo en equipo y a la dedicación por parte de todas las personas que forman parte de este proyecto.

Tanto es así, que en el mes de junio los viñedos de la Ribeira Sacra presenciaron el primer vuelo del dron del proyecto Ecovine, un dron dotado con un sistema integrado multiespectral desarrollado específicamente siguiendo los requerimientos de esta iniciativa de I+D de agricultura de precisión.

Este dron permitirá, en un futuro, facilitar la gestión y manejo integral de los viñedos mediante la implantación de sistemas complejos de monitorización y control remoto basados en plataformas de visualización y análisis de datos, a través del análisis de los espectros de luz del viñedo.



SON
Estrella Galicia

Tú.
Tu sonido.
Tu cerveza.
Ahora.

Un
soplo de
rebelión
cultural

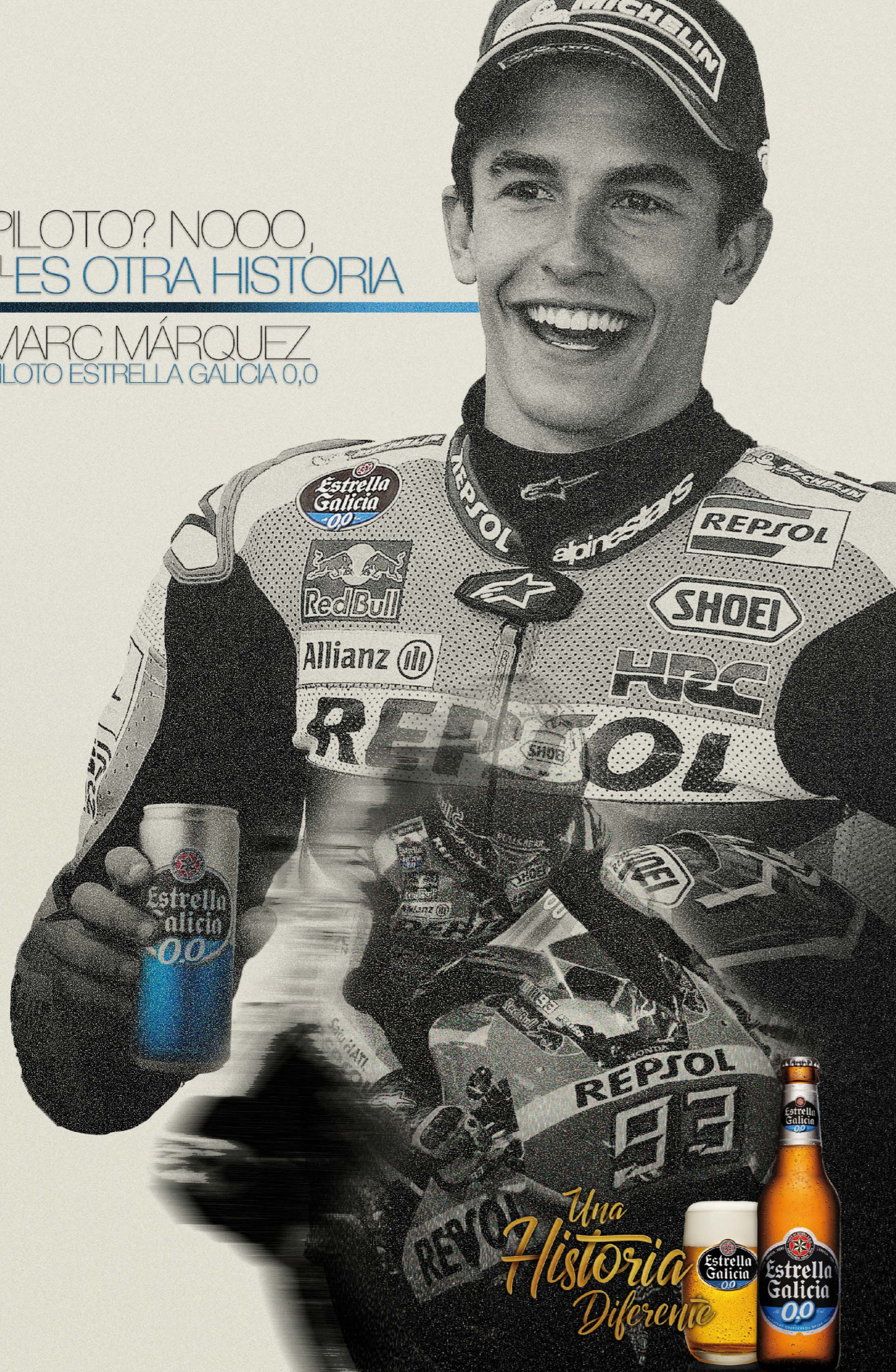
SON Tickets

Entradas, descuentos
y promociones en
son.estrellagalicia.com



PILOTO? NOOO,
 ÉL ES OTRA HISTORIA

MARC MÁRQUEZ
 PILOTO ESTRELLA GALICIA 0,0



DIEGO GUERRERO

Pusimos en marcha el proyecto de tanques customizados de Cerveza de Bodega, un proyecto único en el mercado, 100% ad-hoc y orientado a nuestros clientes de hostelería más mediáticos y de tendencia, que nos permite ofrecer a cada uno de ellos un servicio exclusivo y diferencial a través de un diseño personalizado de los tanques, adaptando la estética de cada local de un modo artístico y vanguardista.

El chef dos estrellas Michelin Diego Guerrero fue el primero en unirse a este proyecto, protagonizando en el mes de julio el proceso creativo y de conceptualización para la personalización de los tanques de Cerveza de Bodega que se instalarán en su restaurante DSTAGE de Madrid, con el objetivo de lograr un resultado sorprendente basado en cómo entiende el chef su local y las emociones que quiere transmitir: Days to Smell Taste Amaze Grow & Enjoy.



FESTIVAL DE CINE DE SAN SEBASTIÁN

Cabreiroá estuvo presente como patrocinador y agua oficial en la 65 edición del Festival de Cine de San Sebastián, consolidando de este modo una vinculación iniciada hace más de 6 años con el certamen más importante a nivel nacional y uno de los más prestigiosos del mundo.

En este contexto, lanzamos un novedoso y exclusivo concurso en redes sociales que puso a prueba los conocimientos cinematográficos de los más cinéfilos y que permitió a Irene, ganadora del concurso 'Cabreiroá de Cine', disfrutar de la experiencia única de vivir el certamen desde dentro, como una auténtica corresponsal de cine.





PRESENTAMOS 'FÁBRICA DE CERVEZAS'

CON UNA PRIMERA EDICIÓN
LIMITADA DE CERVEZA ELABORADA
CON PIMIENTOS DE PADRÓN.

Presentamos la nueva línea de cervezas de temporada 'Fábrica de Cervezas Estrella Galicia' que contará con el lanzamiento progresivo de una gran variedad de recetas a lo largo del año, que tendrán como factor común ingredientes naturales 100% gallegos de tierra, mar y aire.

Con esta nueva serie de cervezas craft ponemos de manifiesto, una vez más, nuestra personalidad propia como familia de cerveceros desde 1906 y nuestra manera diferente y sorprendente de hacer las cosas.

El primer lanzamiento es una cerveza de temporada pensada y elaborada en Galicia a partir de uno de los



FÁBRICA DE CERVEZAS Estrella Galicia

productos más característicos de esta tierra, los Pimientos de Padrón.

Una innovadora cerveza que fue presentada por Ignacio Rivera en un acto celebrado en el Convento Franciscano de Herbón, lugar de origen del ingrediente diferenciador de esta cerveza, y que contó con la participación del alcalde de Padrón, Antonio Fernández, y la presidenta de A Pementeira, Milagros González.

Para la elaboración de esta primera cerveza de temporada, nuestros maestros cerveceros han incorporado durante el periodo de guarda los Pimientos de Padrón enteros, logrando así los aromas y sabores que singularizan una cerveza donde el pimiento y el picante tienen un especial protagonismo.

Se han envasado 16.000 botellas de esta edición limitada y exclusiva, que puede degustarse tanto en barril como en botella de 50cl., en una selección de cervecerías de bodega y enseñas de alimentación del territorio nacional.



Una Historia Diferente

Estrella Galicia recomienda el consumo responsable.

NUEVA CAMPAÑA, ESTRELLA GALICIA

EN EL MES DE SEPTIEMBRE LANZAMOS LA CAMPAÑA NACIONAL DE ESTRELLA GALICIA PARA 2017, CON LA QUE ESTRENAMOS UN NUEVO TERRITORIO DE COMUNICACIÓN: "ESTRELLA GALICIA. UNA HISTORIA DIFERENTE".

La nueva campaña presenta un spot de lanzamiento de 20", que se complementará con otras piezas de diferente duración.

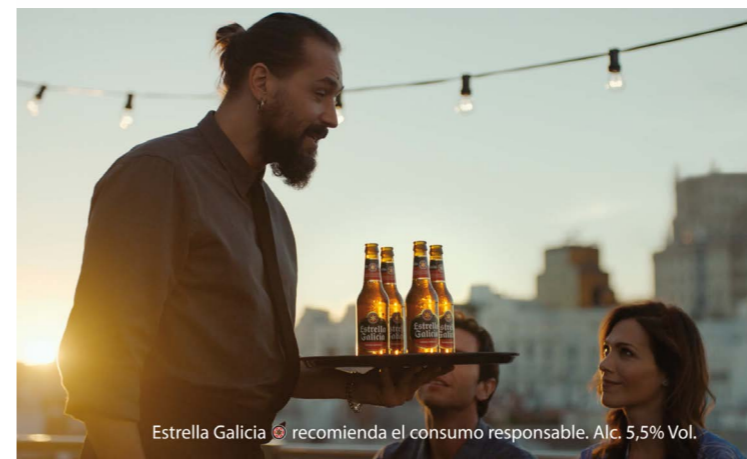
Se trata del lanzamiento con mayor presión publicitaria de la historia de la marca a nivel nacional, que se emitirá en todos los canales de los grupos Mediaset y A3Media, incluyendo por primera vez canales como Fox o AXN, e inserciones en suplementos dominicales.

Con este lanzamiento buscamos sorprender y enganchar, diferenciarnos y trabajar en la construcción de la marca en la mente del consumidor de aquí a los próximos años. Un nuevo territorio con el que hemos recuperado, además, algo que forma parte del ADN de Estrella Galicia y que nos aporta una personalidad única y muy vinculada a nuestros orígenes: la "retranca gallega".

Una Historia Diferente



MÓNICA VIZCAINO / DIRECTORA DE MARKETING
HIJOS DE RIVERA SAU
UNA HISTORIA DIFERENTE



Estrella Galicia recomienda el consumo responsable. Alc. 5,5% Vol.



Estrella Galicia recomienda el consumo responsable. Alc. 5,5% Vol.



Después de siete años comunicando a nivel nacional nuestra marca, hemos conseguido fijar en la mente del consumidor algo que es además muy cierto, Estrella Galicia no es como el resto de las cervezas, es "exageradamente buena".

Lo que se lanzó como un claim de marca es ya un valor asociado para siempre a Estrella Galicia, algo de lo que hoy podemos sentirnos orgullosos. Es uno de los frutos de estos años de trabajo, el resultado de nuestros spots, de cada una de nuestras piezas de comunicación y de una estrategia que hoy comprobamos que ha sido acertada. Pero algo que hubiese sido imposible de conseguir sin el trabajo de todos, sin una cerveza tan extraordinaria como la que sale cada día de nuestra fábrica.

Le hemos contado a nuestros consumidores que nuestra cerveza es tan buena que no se puede caer ni una gota, que en cuanto la pruebas te das cuenta que está de escándalo o que quedar para tomar una caña no es ni parecido a quedar para tomar una Estrella Galicia. Pero ahora damos un paso más allá, ahora nos proponemos un objetivo aún más ambicioso.

Nuestro nuevo objetivo, el nuevo territorio de nuestra marca, es comunicar que no solo tenemos una gran cerveza, que somos una marca única y diferente en cada cosa que hacemos. Estrella Galicia es una historia diferente desde nuestra forma artesanal de entender la fabricación de cerveza, hasta cada concierto o festival de Son Estrella Galicia. Desde nuestra trayectoria de 111 años, desde nuestra implicación en el mundo del motor, hasta con nuestras cervezas de temporada, tan sorprendentes como la de pimientos de Padrón.

Lanzamos una nueva estrategia de marketing que estoy segura que aportará nuevos valores a nuestra marca. Una campaña con recorrido en la que demos a conocer por suma a nuestro consumidor por qué Estrella Galicia es otra historia.

Sé que lo conseguiremos porque contamos con el compromiso de todos los que formamos parte de esta familia que es Hijos de Rivera y porque todos estos valores que comunicamos son absolutamente reales. Estrella Galicia no es una marca más, es una historia diferente.



JOSÉ VILLANUEVA
 RESPONSABLE DE PATROCINIOS
 HIJOS DE RIVERA SAU

¿Cuáles son las principales funciones del área de Patrocinios?

Nuestros principales cometidos se centran en identificar, negociar y desarrollar patrocinios que puedan dar servicio de manera satisfactoria a nuestras marcas con el fin de contribuir a la consecución de los objetivos, desde el punto de vista de marketing y comunicación, así como desde el punto de vista comercial y de negocio.

Para ello, actuamos como enlace con las propiedades de patrocinio (equipos de fútbol, escuderías, pilotos...) a la hora de negociar nuestros acuerdos y coordinamos el diseño de planes de activación para dotar de herramientas a las principales áreas de la Compañía para maximizar el retorno de estas inversiones.

Además, nos encargamos de atender, evaluar y dar respuesta -en base a un criterio estratégico- al creciente número de solicitudes de patrocinio que se reciben en la casa.

¿Cuál es la situación que vive el sector?

Desde hace una década y muy en línea con el avance de la digitalización y las nuevas formas de comunicación, el patrocinio ha dejado de ser solamente una manera novedosa de publicitarse en soportes diferenciadores (camisetas de equipos, alerones de coches, cascos de pilotos, etc) pasando a convertirse en proyectos integrales en los que lo que primordial es la activación de los derechos que adquieres para la explotación de la asociación del patrocinio.

Es decir, un adhesivo en el carenado de una moto por sí solo no es suficiente a la hora de rentabilizar una inversión de este tipo ya que dado el gran número de marcas presentes en un Gran Premio y la cantidad de información a la que tiene acceso el aficionado, es necesario seducirlo con contenidos, promociones y experiencias relevantes (activación de patrocinio) para poder optar a "transformarlo" en uno de tus seguidores/consumidores/clientes.

¿Ventajas o beneficios para el negocio?

Los beneficios de los patrocinios como plataformas de comunicación son múltiples: por un lado construimos notoriedad de marca, de una manera diferenciada, al hacerlo a través de medios no convencionales de promoción (como el deporte) que han demostrado ser muy efectivos al estar ligados a un contexto de pasión y autenticidad.

También nos ayudan a darnos a conocer de una manera muy fiel a nuestro ADN, al posicionamiento de marca, ya que buscamos propiedades de patrocinio que compartan valores que nos definan, como calidad, tradición e innovación.

Dependiendo del alcance del patrocinio al

BUSCAMOS PROPIEDADES DE PATROCINIO QUE COMPARTAN VALORES QUE NOS DEFINAN, COMO CALIDAD, TRADICIÓN E INNOVACIÓN



| | |
|-----------------|--|
| EDAD | 32 |
| ESTADO CIVIL | Casado |
| UNA COMIDA | Mejillones al vapor |
| UNA BEBIDA | Cerveza de bodega |
| AFICIONES | Hacer deporte, escuchar música, viajar |
| CIUDAD FAVORITA | Londres y Berlín |
| UN LIBRO | "Rey del Mundo", de David Remnick |
| UNA PELÍCULA | "Gran Prix" (1966) |
| UNA CANCIÓN | "Over and over", Hot Chip |
| UN MOMENTO | La sobremesa con amigos |
| UN RETO | Menos emails |
| NO SOPORTA | La indecisión |
| UNA DISCULPA | Mañana lo vemos |

que nos ligamos, reforzamos posiciones de cercanía con el consumidor y, en otros casos, su alcance global nos ayuda como tarjeta de presentación en nuevos mercados (como ocurre con los mundiales de MotoGP y F1).

¿Cómo influye en vuestro trabajo la situación de crecimiento que estamos viviendo?

Hemos visto que con la evolución de crecimiento de la compañía, cada vez existen nuevas necesidades que debemos intentar dar respuesta mediante la explotación de los patrocinios. Desde nuevos mercados que queremos vincular al patrocinio a nuevos tipos de clientes que demandan acciones promocionales más diferenciadoras.

En este sentido, nuestra intención es optimizar el carácter versátil de la explotación de estos acuerdos con el fin de adaptarnos a estos nuevos escenarios y así poder generar ventajas competitivas.

En esa vorágine de actividad, ¿qué herramientas son necesarias para el desarrollo de la actividad?

Una vez que hemos negociado las contraprestaciones de un patrocinio, diseñamos palancas que, fundamentalmente, buscan aportar un valor añadido a las acciones de las diferentes áreas con las que trabajamos, entre las que se encuentran:

Contar con derechos de imagen para poder trabajar campañas vinculadas a los patrocinios tanto en campañas publicitarias, diseño de etiquetas conmemorativas, promociones en punto de venta, contenidos propios de marca, etc.

Diseñar experiencias de marca diferenciales vinculadas a nuestros patrocinios con el objetivo de reforzar relaciones comerciales o nuestro posicionamiento de marca de cara al consumidor final.

Identificar sinergias con otros patrocinadores que en determinadas ocasiones propician oportunidades de negocio.

¿Hacia dónde vamos? ¿Cuáles son los principales objetivos y retos desde el punto de vista de Patrocinios de cara al futuro?

Continuar trabajando en activaciones cada vez más transversales, que involucren cada vez a más áreas de tal forma que progresivamente más grupos de interés de la compañía puedan aprovecharse de los beneficios que aportan la activación de los patrocinios

A raíz de este enfoque transversal, el principal reto es intensificar la comunicación interdepartamental para anticipar las necesidades de cada área implicada y poder trabajar así en herramientas más eficaces e innovadoras que ayuden a la consecución de sus respectivos objetivos.

PRESENTACIÓN PLAN ESTRATÉGICO DE HIJOS DE RIVERA 2017- 2019

CON EL INICIO DE 2017 PUSIMOS EN MARCHA EL PLAN ESTRATÉGICO DE HIJOS DE RIVERA 2017-2019, UN PLAN QUE PRESENTAMOS BAJO EL LEMA "AVANZAMOS EN EQUIPO", CON LA MISIÓN DE AFRONTAR LOS RETOS ESTRATÉGICOS Y OPERACIONALES DE NUESTRA COMPAÑÍA.



LA PRESENTACIÓN SE DESARROLLÓ EN DIFERENTES SESIONES, TENIENDO EN CUENTA EL GRUPO DE INTERÉS AL QUE IBAN DIRIGIDAS Y LA LOCALIZACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO EN CUESTIÓN

Los miembros del Comité Ejecutivo de Hijos de Rivera SAU fueron los encargados de trasladar al resto de miembros de Hijos de Rivera, la visión, los objetivos y los nuevos retos que se plantean en el nuevo plan, y que marcan el ritmo de la organización durante estos próximos años.

La presentación del Plan Estratégico 2017-2019 se desarrolló en diferentes sesiones, teniendo en cuenta el grupo de interés al que iban dirigidas y la localización del centro de trabajo en cuestión.

La primera sesión se celebró en la Convención Nacional de Mercado de Madrid, que tuvo lugar en Alcalá de Henares el pasado mes de marzo, y en ella se presentó el nuevo Plan Estratégico a todo el personal del equipo comercial.

Esta presentación fue el inicio de otras posteriores, dirigidas a los empleados de servicios centrales y al personal de nuestra fábrica de cerveza y de las plantas de aguas.

En el mes de abril se realizó la presentación entre todos los empleados de Servicios Centrales. Celebrada en la Finca Montesqueiro, en Oleiros (A Coruña), la presentación estuvo dividida en dos sesiones para dos grandes grupos de empleados: una de mañana, entre las 11:00 y las 13:30 horas, y otra de tarde, entre las 16:00 y las 18:30 horas. Ambos grupos coincidieron en una comida común, que se celebró en los jardines de la finca.

Los días 27 de abril, 10 de mayo y 31 de mayo, se realizaron diferentes presentaciones en nuestras plantas de aguas de Agua de Cuevas, Fontarel y Cabreiroá, respectivamente.

El 25 de mayo tuvo lugar la presentación del Plan Estratégico para el personal de nuestra fábrica de cerveza, que tuvo lugar en las instalaciones del Hotel IBIS de A Grela, en A Coruña. Esta presentación se estructuró en tres sesiones que tuvieron lugar a lo largo de la misma jornada. Una primera presentación que se celebró entre las 14:00 y las 15:30 horas, la segunda entre las 19:30 y las 21:00 horas, y una tercera que tuvo lugar entre las 22:00 y las 23:30 horas.

En estas presentaciones intervinieron nuestro consejero delegado, Ignacio Rivera, y los miembros del Comité Ejecutivo.

A todos los asistentes se les entregó como obsequio una bolsa de tela, que contenía una agenda, un bolígrafo, un ejemplar del Estudio de Clima y el Código de Valores de la Corporación.



¡FELICIDADES, EQUIPO CABREIROÁ!

DURANTE SEIS DURAS JORNADAS,
NUESTROS DIEZ TITANES
RECORRIERON UNA DISTANCIA
TOTAL DE 758 KILÓMETROS,
TRANSMITIENDO LOS VALORES
DE ESFUERZO, TENACIDAD Y
SUPERACIÓN Y LA FILOSOFÍA DEL
TRABAJO EN EQUIPO.



El pasado 3 de julio llegaba a su fin la primera edición de la Carrera del Peregrino, una carrera de relevos que aúna los valores del olimpismo y Xacobeos en un nuevo concepto de *running*, que combina deporte, cultura y turismo en el marco extraordinario del Camino de Santiago, en su itinerario del Camino Francés.

El Equipo Cabreiroá representó a la Compañía en esta carrera, reflejando los valores de esfuerzo, tenacidad y superación, así como la importancia del trabajo en equipo en la consecución de un objetivo.

Tras seis intensas jornadas de competición, en las que nuestros diez "corregrinos" recorrieron los 758 kilómetros del Camino Francés que unen Roncesvalles con Santiago de Compostela, el Equipo Cabreiroá alcanzó la meta en la capital gallega, superando con éxito este reto de titanes.

Consiguieron transmitir de este modo la filosofía del buen trabajo en equipo, cubriendo cada uno de ellos una distancia media de 12 kilómetros diarios durante estas jornadas en las que completaron, con éxito, las etapas de Roncesvalles-Logroño, Logroño-Burgos, Burgos-León, León-Ponferrada, Ponferrada-Sarria y Sarria con la meta jacobea, Santiago de Compostela.

Una experiencia única con un balance muy positivo para todos ellos, en la que nuestros valientes pusieron a prueba su capacidad de trabajo en equipo a través de una carrera por relevos en la que compartieron camino con los miles de peregrinos que realizan cada día el Camino Francés, la Ruta Jacobea más transitada.

Actividades como esta, ponen en relieve nuestro compromiso con unos hábitos de vida saludable, el fomento de las relaciones interdepartamentales y el bienestar de nuestros trabajadores, que finalizaron esta experiencia con sensaciones muy positivas y con un recuerdo imborrable.



MARTA GONZÁLEZ RODRÍGUEZ

"La verdad, estoy sin palabras... He sido tan feliz que no sé si ha sido real, o un sueño... lo que sí sé, es que recordaré el resto de mi vida el camino y sus gentes".



JORGE ALLO MANEIRO

"En cualquier viaje, disfrutar del camino es una parte tan importante como el viaje mismo. Yo he disfrutado muchísimo".



RAMIRO GONZÁLEZ INSUA

"Pensé 'quizás haya buena gente, alguien simpático, alguien con el que congenie' (aun así, llevé un libro por si acaso...) Esas expectativas se han multiplicado por infinito".



ACTIVIDADES
COMO ESTA,
PONEN EN
RELIEVE
NUESTRO
COMPROMISO
CON UNOS
HÁBITOS DE
VIDA SALUDABLE



EL PARTIDAZO

En el mes de junio, el estadio de Riazor fue escenario de una nueva edición de "El Partidazo", un encuentro en el que participaron alrededor de 70 empleados de todas las empresas del grupo, distribuidos en cuatro equipos. El equipo naranja, capitaneado por Juan José Merlos (delegado comercial de A Coruña), se alzó con la victoria tras una intensa lucha sobre el césped.

Como novedad, este año se disputaron partidos infantiles en los que participaron más de 30 niños, hijos de empleados de entre 6 y 12 años que pusieron a prueba su destreza con el balón sobre el césped que pisan sus ídolos del Dépor. Todos ellos fueron ganadores en este encuentro, que finalizó con una merienda saludable donde los pequeños pudieron reponer fuerzas.



TRASTORNOS MUSCULOESQUELÉTICOS



Desde Seguridad y Salud Laboral se ha lanzado una Campaña de Prevención de Trastornos Músculo Esqueléticos, mediante la que se puso a disposición de los empleados una tabla de ejercicios personalizada para evitar dolencias y molestias causadas por las posturas y esfuerzos derivados del desempeño diario en su puesto de trabajo.

I RANKING DE PADEL HIJOS DE RIVERA

Entre los meses de marzo y junio celebramos la primera edición del Ranking de Pádel Hijos de Rivera, un torneo unisex impulsado con el objetivo de reforzar las relaciones interdepartamentales y de fomentar la actividad física y el deporte entre los empleados de la Compañía.

La iniciativa tuvo una acogida muy positiva, siendo cerca de 80 los empleados que se animaron a participar en este torneo, divididos las categorías 0,0, para jugadores de iniciación, Especial, para jugadores de nivel intermedio y 1906, para jugadores de nivel avanzado.

Fueron cuatro meses intensos de juego en los que se impartieron un total de 30 clases grupales y se disputaron cuatro rondas diferentes, con más de 150 partidos que enfrentaron a las parejas participantes en las tres categorías en juego.

Los campeones de cada categoría recibieron como premio una pala de pádel, pero también hubo un detalle para los subcampeones, que se llevaron un paletero.



CATEGORÍA 0,0 CAMPEONES

Avelino Dopazo
Sergio Dasilva
SUBCAMPEONES
Ramón R. Rubiños
Loreto García-Garabal

CATEGORÍA ESPECIAL CAMPEONES

David Díez
Noelia Barral
SUBCAMPEONES
Lucas Patiño
Fernando Vázquez

CATEGORÍA 1906 CAMPEONES

Pablo Freire
Antonio Roca
SUBCAMPEONES
Pedro Pastur
Santiago Miguélez

INVITACIONES, ENTRADAS Y PREMIOS

Durante los últimos meses, el personal de la Compañía pudo disfrutar de diferentes privilegios en eventos y actividades como los talleres creativos de 12 Miradas :: Riverside, la jornada final del Festival Noroeste Estrella Galicia o la competición hípica de Casas Novas, a la que tuvieron la oportunidad de asistir de forma gratuita.

El proyecto 12 Miradas :: Riverside puso en marcha los talleres de su nuevo ciclo, invitando a los empleados de la Compañía a participar, de la mano de artistas consolidados, en talleres creativos centrados en diferentes vertientes artísticas.

Los empleados pudieron participar en el mes de agosto en el evento impulsado por el Mercado de la Cosecha, para clausurar las actividades del Festival Noroeste Estrella Galicia. Los empleados pudieron disfrutar de beneficios especiales como catas o degustaciones, además de obtener un obsequio por su asistencia.



RUTA DEL LÚPULO GALLEGO

El domingo 21 de mayo, más de 70 empleados de la Compañía junto con sus familias realizaron la "Ruta del Lúpulo Gallego", la cuarta actividad de senderismo puesta en marcha hasta la fecha desde la Comisión de Salud y el área de Recursos Humanos, que en esta ocasión se desarrolló en los alrededores de Abegondo.

Una jornada de ocio en la que recorrieron una de las dos rutas propuestas, de diferente intensidad, para conocer de primera mano la plantación de As Filloas, una de las plantaciones de las que procede el lúpulo con el que elaboramos nuestras cervezas.

Para finalizar la jornada, disfrutaron de una degustación de las cervezas Estrella Galicia y de un aperitivo.



POSTAL DE VERANO

De cara a las vacaciones de verano de nuestros empleados, y en el marco de la iniciativa "Tu Salud es la Estrella", en el mes de junio se puso en marcha la segunda edición del concurso Postal de verano: un momento saludable.

Hasta mediados de septiembre, los empleados podían enviar imágenes de los momentos saludables vividos durante sus vacaciones de verano para participar en el concurso. La imagen más original y saludable fue la capturada por Jorge Allo, responsable de Entornos Colaborativos. "Camino Castrojeriz" permitió a Jorge hacerse con la cámara deportiva Full HD, para poder seguir capturando sus mejores momentos. Por detrás de él se clasificaron David Penas, segundo finalista por su foto "A través de la ola", y Ana María Rodríguez, tercera finalista por su foto "Vía Ferrata".



> JORGE ALLO
"CAMINO CASTROJERIZ"



> DAVID PENAS
"A TRAVÉS DE LA OLA"



> ANA MARÍA RODRÍGUEZ
"VÍA FERRATA"



En este artículo vamos a recorrer el camino de dos estilos de cerveza que mantienen una íntima y prolongada relación: Porter y Stout. Clásicas cervezas negras con una historia cargada de evolución y leyendas. Son el perfecto ejemplo para entender cómo en el mundo de la cerveza todo está sujeto a cambios.

Para iniciar el viaje comenzamos por las Porter. La mayoría de las publicaciones indican que estas cervezas surgieron en las calles londinenses del s. XVIII con el objetivo de saciar el cuerpo y el espíritu de los mozos de cuerda (porters) del puerto de la ciudad. Se trataba de un colectivo muy numeroso y que consumía una gran cantidad de cerveza. Los hosteleros de la época veían en ellos el cliente perfecto.

Esta versión, no siendo incorrecta, sí es excesivamente simple. Su origen fue un poco más complejo, ligado a factores sociales, técnicos y económicos. El primero fue el crecimiento de la ciudad de Londres a la que, a finales del s. XVII, llegaban miles de obreros procedentes del rural inglés ansiosos por consumir cerveza a un precio asequible. El segundo era la necesidad de simplificar el método de dispensación de las pintas de la época, que surgían de la mezcla de cervezas procedentes de tres barriles distintos. El tercero está ligado a los intereses económicos y de rentabilidad de los taberneros-cerveceros de aquel momento. En medio de esta situación surgen diferentes nombres (los más citados son Ralph y James Harwood) que dieron respuesta a todos estos factores, comenzando a elaborar las primeras Porter con unos aromas y sabores muy diferentes a los de las actuales. Se trataba de cervezas en las que predominaba la malta Brown, que maduraban en depósitos de roble y que resultaban más económicas que otras coetáneas.

Lentamente, las Porter se hacen cada vez más populares y llegan a todas las esquinas de Inglaterra. Es la época del apogeo de la Revolución Industrial. Con ella surgen mejoras tecnológicas claves en la evolución de este estilo, destacando la aparición de equipos que permiten el desarrollo de nuevas maltas (con los consiguientes cambios en las recetas). Los gustos de los consumidores también cambian. Estos y otros factores hacen que a principios del s. XIX los cerveceros londinenses comiencen a elaborar unas Porter más “fuertes”,

más robustas, en cuyas recetas se incorporan las nuevas maltas. Estas cervezas comienzan a conocerse con el nombre de Porter Stout. Representan el primer paso en el nacimiento de un nuevo estilo ya que son el inicio de la evolución de las Porter hacia las futuras Stout.

En la segunda mitad del s. XIX las diferencias sensoriales entre las Porter y las Stout se intensifican. Estas últimas no solo eran más robustas, sino también menos tostadas y más dulces. Mientras que la popularidad de las Porter descendía, el gusto por las Stout aumentaba. En este éxito juega un papel importante Irlanda con un nombre fundamental en esta historia: Guinness. Cervecería fundada por Arthur Guinness en 1759 en la ciudad de Dublín, que inicialmente se dedicó a la elaboración de cervezas Porter, desarrollando más tarde la receta de clásica Stout Irlandesa.

Tras la Primera Guerra Mundial las Porter dejaron de elaborarse pasando a ser en un estilo “residual”. Las Stout se convirtieron en las reinas gracias entre otras cosas al éxito de las cervezas elaboradas por Guinness que podían encontrarse en cualquier parte del mundo. Este gran éxito permitió que en los pub se hicieran populares diferentes variedades: Outmeal Stout, Sweet Stout, Imperial Stout...

En las décadas de los setenta y ochenta se inicia un resurgimiento de las Porter gracias al trabajo de la CAMRA (Campaign for Real Ale) en el Reino Unido y a la recuperación de estilos ligada al movimiento craft Norteamericano. Nada tienen que ver ya estas Porter con aquellas del s. XVIII, son cervezas adaptadas a los gustos actuales.

Hoy en día ambos estilos gozan de excelente salud, pero es muy difícil establecer diferencias evidentes entre una Porter y una Stout contemporánea. Aquella diferencia original basada en la fortaleza ya no existe, encontrándonos ejemplos de cervezas etiquetadas como Porters que tienen más cuerpo que otras etiquetadas como Stout. La diferenciación está más ligada a los valores de historia y tradición que el cervecero quiere resaltar que a las propiedades sensoriales de la cerveza.

En los puntos 17, 18 y 19 de la guía BJCP figura un amplio listado de diferentes variedades Porter y Stout. Entre ellas figuran las Irish Stout. La O'Hara's Irish Stout elaborada por nuestros compañeros de la Carlow Brewing Company y presente en nuestro portfolio es una clara representante de estas stout irlandesas.

Disfrutad de la cerveza. Hasta el próximo artículo.

**PORTER
Y STOUT,
CLÁSICAS
CERVEZAS
NEGRAS CON
UNA HISTORIA
CARGADA DE
EVOLUCIÓN
Y LEYENDAS**



FERNANDO IGLESIAS

RESPONSABLE DE
CULTURA DE CERVEZA
HIJOS DE RIVERA SAU

EL MUNDO DE LOS ESTILOS: PORTER Y STOUT



RIVERSIDE, UNA FORMA DE VER EL MUNDO EN 12 MIRADAS

CON LA SEGUNDA EDICIÓN DE NUESTRO PROYECTO DE MECENAZGO CULTURAL SEGUIMOS ACERCANDO A GALICIA A ALGUNOS DE LOS PROTAGONISTAS DE LA ESCENA ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA. CADA CHARLA Y CADA TALLER DEL PROYECTO, ES UNA VENTANA ABIERTA A NUEVAS FORMAS DE OBSERVAR Y ENTENDER EL MUNDO QUE NOS RODEA.

Diseño industrial, joyería, grafiti, cómic, arquitectura y paisajismo. 6 disciplinas, 6 profesiones, 6 formas de observar el mundo y de expresarse. Son todas las que han pasado ya por nuestro ciclo 12miradas :: Riverside desde el pasado mes de marzo, cuando arrancó su segunda temporada. En este tiempo hemos celebrado 6 charlas en la Galería Vilaseco de A Coruña, un ciclo de "Confluencias" con artistas del grafiti brasileño y 2 talleres en la Ribeira Sacra en los que han participado 24 alumnos.

La temporada comenzaba el 9 de marzo con la visita de Guillermo Santomá, un auténtico poeta de la forma que combina disciplinas como la arquitectura, el diseño industrial, el interiorismo y la poesía en la amalgama creativa que es su obra. Sus 12 miradas fueron totalmente diferentes a cualquier otra propuesta que hayamos visto en este ciclo. Consistieron en 12 plantillas de metacrilato que el propio Guillermo grafiteó sobre cartulinas a la vez que impartía su charla. El resultado fueron 12 textos relacionados con elementos de inspiración de Guillermo que los asistentes pudieron reproducir por sí mismos y llevarse a casa.



En abril conocíamos a Cristina Sánchez, creadora de la firma joyera Sansoeurs. En su charla compartió su particular visión de la joyería que ha llevado a Sansoeurs a convertirse en una de las marcas más innovadoras del panorama internacional. Aunque joven, su producto ya ha participado en grandes campañas publicitarias y editoriales de moda de las revistas más relevantes del país.

Ya en mayo asistimos a una de las charlas más impactantes de todas las que han pasado por el proyecto con la visita de Boamistura, un colectivo cuyo trabajo va mucho más allá de la producción artística. Con sus obras han llegado a los rincones más recónditos de diferentes ciudades del mundo y en todas ellas han logrado generar un impacto positivo en la sociedad. Javier Sánchez, uno de sus integrantes, repasó sus proyectos más especiales y recibió el caluroso aplauso de las 200 personas que se acercaron a escucharle.

En junio el protagonista fue uno de los gallegos más internacionales, el ilustrador Miguelanxo Prado, Premio Nacional de Cómic e impulsor del salón Viñetas desde o Atlántico. Miguelanxo hizo repaso a su nutrida carrera y nos avanzó también algunos de los nuevos proyectos en los que está trabajando.

TALLERES RIVERSIDE

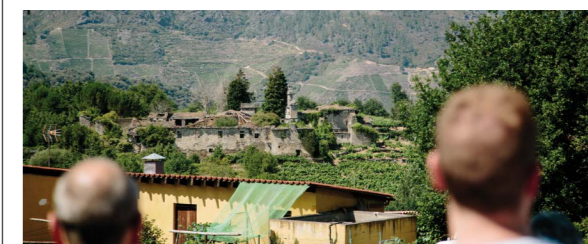
Los primeros talleres de la temporada llegaron en julio. El primero de ellos de la mano del arquitecto andaluz Juan Domingo Santos, autor entre otras obras del nuevo atrio de la Alhambra de Granada. Juan Domingo contó con 12 alumnos provenientes de diferentes disciplinas, como la arquitectura o la fotografía. Durante dos días se instalaron en la Ribeira Sacra y recorrieron los alrededores de nuestra bodega Ponte da Boga donde eligieron el antiguo Monasterio de San Paio da Abeleda como fuente de inspiración. El resultado, que se expuso en la Galería Vilaseco durante varios días, fue un mapa relacional con dibujos y fotografías. 12 miradas sobre su paisaje y su arquitectura, un mapa collage que relaciona las ruinas del monasterio de San Paio con el paisaje agrícola de viñedos, piedras y arboledas de su entorno.

El segundo taller del año tuvo como protagonista a la ingeniera agrícola y paisajista Teresa Galí-Izard, y se celebró de nuevo en Castro Caldelas el fin de semana del 22 y 23 de julio. Durante la actividad, que versó sobre la intervención y conformación del paisaje, la artista analizó su obra atendiendo a las distintas miradas que sobrevuelan cada uno de sus proyectos. Sirviéndose del dibujo y la fotografía, los alumnos retrataron el entorno de nuestra bodega con la mirada puesta en la naturaleza y su protagonismo absoluto en la conformación del paisaje.

Por delante nos queda todavía la visita de otros seis artistas y dos nuevos talleres, con la fotógrafa Montserrat Soto y los creadores sonoros Cabo San Roque.

Las miradas de todos estos artistas se encuentran actualmente en rotación por nuestros centros productivos, para acercar la creatividad y el arte al día a día de todas las personas que formamos parte de la Compañía.

Cuando iniciamos este proyecto de mecenazgo cultural, nos propusimos empaparnos de la creatividad que exhalan todos los artistas que nos visitan cada mes. Abrir nuestra mente a un mundo, el del arte, muchas veces distante y opaco, y sentarnos frente a él para conversar y compartir impresiones.





FORMACIÓN COLABORATIVA CO-COOKING

EN LOS ÚLTIMOS MESES, EL PROGRAMA CO-COOKING HA IMPULSADO NUEVOS TALLERES DE FORMACIÓN PARA ESTUDIANTES DE HOSTELERÍA.

Nuestro programa de apoyo a la formación, Co-Cooking, inauguraba una nueva temporada de actividades con las pilas cargadas y con multitud de novedades para seguir impulsando la formación de futuros hosteleros, mediante una oferta formativa totalmente renovada.

El pasado 4 de mayo celebramos en la Lonja de Celeiro (Viveiro) el primer taller de pescado del programa Co-Cooking, en el que 22 alumnos del Ciclo Superior de Dirección de Cocina del IES Sanxillao, de Lugo, pudieron conocer el producto en su origen, tomar conciencia de la pesca sostenible y aprender técnicas culinarias útiles para su desarrollo profesional, guiados por profesionales en la materia.

La comunicación digital en el sector gastronómico fue el tema sobre el que versaron los talleres celebrados los días 11 y 12 de mayo, en los que participaron entorno a un centenar de Hostelería del CIFP Manuel Antonio de Vigo y del CIFP Carlos Oroza de Pontevedra, respectivamente. “Cómo ganarse el pan en la red” era el titular bajo el que se presentaban estas jornadas de formación, impartidas por los prescriptores digitales “Rechupete” y “rubixephoto.com” y enfocadas a la creación de proyectos digitales y a la utilización de las redes sociales en comunicación gastronómica.

El 25 de mayo, expertos en cultura ecológica de Fogar do Santiso nos acompañaron en una jornada de formación con alumnos del CIFP Manuel Antonio de Vigo, que pudieron conocer el concepto “de la huerta al plato”. A través de la iniciativa Fogar Lab, estos profesionales impartieron una actividad sobre gastronomía responsable en la que mostraron a los futuros hosteleros cómo trabajan en su proyecto de restauración sostenible y de economía circular, que no genera residuos.

Nuestro programa Co-Cooking hacía las maletas el pasado mes de junio para trasladarse a Gijón, donde celebramos un taller formativo sobre la elaboración de pan tradicional gallego en el que participaron alumnos de primer curso del Ciclo de Panadería, Repostería y Confitería del CIFP de Hostelería y Turismo Principado de Asturias. Los alumnos pudieron conocer y experimentar el proceso de elaboración de pan artesano en cada una de sus fases, de la mano de Guillermo Moscoso, propietario del obrador Pan da Moa.



granini®

El sabor de la mejor fruta





Pues hay pequeños y medianos productores, todos afincados en el rural gallego y provocando ese desarrollo socioeconómico.



MERCADO
DE LA
COSECHA

SALÓN GOURMETS

POR SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO, EL MERCADO DE LA COSECHA APOSTÓ POR EL SALÓN DE GOURMETS COMO PLATAFORMA DE DIFUSIÓN, DONDE UN TOTAL DE 13 INICIATIVAS EJEMPLARES DEL RURAL TUVIERON LA OPORTUNIDAD DE PRESENTAR SUS HISTORIAS Y SUS PRODUCTOS A LOS MÁS DE 92.000 VISITANTES DE UNA VEINTENA DE PAÍSES DIFERENTES QUE PASARON POR IFEMA DURANTE LAS CUATRO JORNADAS FERIALES.

Al Salón de Gourmets viajaron los huevos Pazo de Vilane, los productos lácteos de Casa Grande de Xanceda, las infusiones de Orballo, los quesos Cortes de Muar, las sidras Maeloc, las galletas Daveiga, las mermeladas Amorodo, los productos lácteos de Arqueixal, los embutidos de Horta de Teodoro, los helados Bico de Xeado, los vinos Ponte da Boga, la propuesta de Fogar de Santiso y las castañas Naiciña, que protagonizaron un sinfín de actividades abiertas a todos los públicos.

MERCADO 2.0

Este salón profesional nos ayudó a conectar la ciudad con el rural y con la filosofía del Mercado de la Cosecha: el consumo de alimentos naturales, sostenibles y saludables, elaborados en el rural.

Los reconocidos influencers, el humorista Víctor Grande y el blogger gastronómico Alfonso López, más conocido como Recetas de Rechupete, visitaron nuestro stand del Mercado de la Cosecha en el Salón de Gourmets de Madrid para conocer personalmente a los productores de las iniciativas que divulgamos.

Ambos pudieron entrar en contacto con el rural... ¡y parece que les ha encantado! Tanto es así, que quisieron trasladarlo a todos sus seguidores a través de los contenidos especiales publicados en sus plataformas digitales, con una serie de 10 cortos y un vídeo-post especial, respectivamente.

EN EL FESTIVAL NOROESTE



El pasado 13 de agosto, el rural gallego regresó al parque del Paseo de los Puentes de A Coruña de la mano de las iniciativas del rural que divulgamos desde el Mercado de la Cosecha, que protagonizaron una jornada de actividades para toda la familia, poniendo el punto final a la trigésimo primera edición del Festival Noroeste Estrella Galicia, celebrado entre el 8 y el 13 de agosto.

Más de 6.000 personas se acercaron a este parque para descubrir el rural gallego de la mano de nuestra iniciativa de compromiso social, que alcanzó con éxito el objetivo de divulgación de la jornada, doblando el número de asistentes de la pasada edición.

Esta jornada contó con un completo programa de ocio para toda la familia, con música y actividades como obradoiros, juegos, catas o degustaciones, enfocado a que los asistentes aprendiesen a apreciar el valor de los proyectos que se están desarrollando en el rural y la calidad de sus productos.

Además, en esta segunda ocasión nuestro proyecto quiso sorprender a los asistentes a esta jornada final del Festival Noroeste Estrella Galicia con multitud de novedades. Contamos por primera vez con puestos de venta, en los que se vendieron productos sostenibles de los productores que participan en esta iniciativa, con una exposición de tractores de época y con la participación del *food truck* Casa Galeguesa.



PARLADOIROS EN SON D'ALDEA

EN EL MES DE SEPTIEMBRE, EL EVENTO SON D'ALDEA ACOGIÓ UNA NUEVA EDICIÓN DE LOS PARLADOIROS DEL MERCADO DE LA COSECHA EN LA QUE INICIATIVAS INNOVADORAS DEL RURAL GALLEGO COMPARTIERON SUS EXPERIENCIAS EN SU PROPIO ENTORNO.

Tras el éxito de las cuatro ediciones anteriores de los Parladoiros, todas ellas celebradas en teatros, el viernes 1 de septiembre, el Mercado de la Cosecha se trasladó al evento Son d'Aldea para dar voz a proyectos ejemplares del rural gallego en un nuevo escenario.

Las iniciativas participantes expusieron sus experiencias a la hora de afrontar el rural como modo de vida, en el marco de este espectáculo que puso en valor su esfuerzo y su capacidad innovadora.

De este modo, nuestra iniciativa de compromiso social continúa dando a conocer proyectos que han demostrado aportar un valor añadido y diferencial y que pueden servir de ejemplo para el conjunto de la sociedad.



BAUTISMOS DE MAR



La sonrisa que se dibujó en la cara de los jóvenes que participaron en los Bautismos de Mar en el año 2016, impulsó al Equipo de Voluntariado a poner en marcha la segunda edición de esta actividad.

Durante el mes de julio, nuestros voluntarios salieron en barco con los niños del Centro Hogar María Inmaculada de Bañobre (en Miño, A Coruña) para compartir con ellos una jornada náutica que, en alguna ocasión, y para sorpresa de los jóvenes, contó con la participación espontánea de varios delfines.

Al término de la actividad, de la que se llevaron como recuerdo una gorra, una camiseta y su diploma acreditativo, los voluntarios compartieron con ellos una merienda en grupo para reponer fuerzas.



REFORMA CENTRO DE MENORES

Atendiendo a una petición del Centro de Acogida y Protección de Menores San José de Calasanz, los miembros del Equipo de Voluntariado se pusieron manos a la obra en el mes de julio para convertir un rincón vacío infrautilizado de este centro en una terraza llena de vida y color, una zona de ocio que ellos mismos bautizaron como un impresionante "Chilau".

Gracias a la implicación de los voluntarios y con la colaboración de Custom Drinks y de Desymo, el resultado fue un éxito ya que, en apenas dos días, los chicos y chicas pudieron disfrutar de su zona de ocio.



CHARLA FEGEREC

En el mes de junio Francisca Luengo y Carmen López, presidenta y directora Socio-Sanitaria de Fegerec, respectivamente, se reunieron con algunos de nuestros empleados para explicarnos el trabajo que desempeña la Federación de Enfermedades Raras.

El Equipo de Voluntariado organizó esta charla, a la que asistieron una veintena de empleados, que bajo el título de "Abordaje de las enfermedades raras desde el ámbito civil" nos ayudó a comprender la situación socio-sanitaria de las personas afectadas por alguna enfermedad rara y crónica.



HAZTE VOLUNTARIO

El pasado mes de junio, nuestros voluntarios ponían en marcha la campaña "Tus acciones dejan huella, hazte voluntario", una campaña de difusión del Equipo de Voluntariado enfocada a la captación de nuevos voluntarios, para seguir ampliando su campo y su capacidad de actuación.

La campaña contó con imagen del equipo de voluntariado en zonas de descanso del edificio BCA y la fábrica de Agrela, a través de un stand y de dípticos informativos sobre qué es este equipo y qué es lo que hace.



ACCIÓN SOCIAL

Desde la Compañía colaboramos con instituciones y organizaciones sin ánimo de lucro para prestar nuestra ayuda a quienes más lo necesitan.

Desde hace algunos años y de forma recurrente, colaboramos con instituciones y organizaciones de ayuda social como Centro Reto, Equus Zebra o ABAC (Asociación de Bulimia y Anorexia) a través de la donación de producto o de ayudas económicas, para colaborar en sus proyectos.

De forma puntual, también prestamos nuestra ayuda a colectivos sin ánimo de lucro que nos la solicitan. En los últimos meses hemos colaborado con AECC (Asociación Española Contra el Cáncer), el Consell Insular de Fomentera (Save The Posidonia Project), la Fundación Andrés Olivares, la Fundación Abrente, la Asociación Gallega del Profesorado de Educación Matemática AGAPEMA, la Asociación Parkinson Galicia, la Asociación de Enfermos Musculares del Principado de Asturias ASEMMA, el Club Deportivo AMFIV de Pablo Beiro, la Fundación ASINDOWN, la Asociación Pro Personas con Discapacidad Intelectual de Galicia ASPRONAGA, la Confederación ASPACE, la Fundación APROCOR, la Asociación de Familiares de Enfermos de Alzheimer AFACO, la Asociación de Daño Cerebral ADACECO, la asociación ALCER, la Asociación CRECE, la Fundación INGADA, Cáritas Parroquial Aldán (Pontevedra), la Asociación de Ayuda al Toxicómano ÉRGUETE, la Escuela de Vela Adaptada del MRCYB (Monte Real Club de Yates de Baiona) y la Asociación Coruñesa de Esclerosis Múltiple.





CABREIROÁ

Agua Mineral Natural de Galicia Sin Gas



**PARA IR POR LA VIDA SIN RED
HACE FALTA EQUILIBRIO**

Síguenos en



MÁS DE 2.000
ESCOLARES
PARTICIPARON EN
LOS DÉPORCAMPUS
CABREIROÁ
ESTE VERANO.



DÉPORCAMPUS CABREIROÁ



Nuestra marca Cabreiroá anunciaba en el mes de junio el nuevo acuerdo con el Real Club Deportivo de La Coruña, por el cual, desde este año, la marca de agua mineral será patrocinador principal de los DéporCampus, que pasarán también a llamarse DéporCampus Cabreiroá.

Nuestro CEO, Ignacio Rivera presentó de la mano del presidente del Real Club Deportivo, Tino Fernández, este programa deportivo que refuerza la vinculación de las marcas de nuestra Compañía con el club y la decidida apuesta de Cabreiroá por el deporte de base.

Los DéporCampus Cabreiroá, impartidos por los entrenadores del equipo, movilizan cada año a más de 2.000 niños y niñas que desean aprender las habilidades técnicas y prácticas con el balón, así como los valores sobre el césped y el comportamiento frente al oponente.

Cabreiroá materializa de este modo su apuesta por el deporte gallego, resaltando la importancia del fomento de los hábitos de vida saludables entre los más jóvenes, a través de valores como el respeto, el esfuerzo o la solidaridad.



BANCADA CABREIROÁ

En el mes de septiembre presentamos Bancada Cabreiroá, una novedosa iniciativa conjunta de las áreas de Marketing, Patrocinios Deportivos y Trade Marketing que permitirá a nuestros consumidores gallegos vivir el deporte de una forma muy especial en los recintos deportivos del Dépor, Celta, Lugo y Obradoiro, donde podrán conocer los vestuarios, pisar el césped o disfrutar de un encuentro con los jugadores.

La iniciativa se presentó en el Pabellón Municipal de Verín con los jugadores Lucas Pérez, del Dépor; Iago Aspas, del Celta; Iriome González, del Lugo; y Alberto Corbacho, del Obradoiro, que se enfrentaron a las preguntas de los más pequeños y fueron sorprendidos con vídeos de sus familiares en los que pudieron recordar sus inicios en el deporte y la primera vez que visitaron un recinto deportivo.





ESTRELLA GALICIA 0,0 VUELVE A BRILLAR EN LOS CIRCUITOS GRACIAS AL PAPEL DE NUESTROS PILOTOS DE MOTOCICLISMO, QUE SIGUEN DÁNDONOS MUCHAS ALEGRÍAS.



BARRA LIBRE DE PODIOS



A falta de pocas semanas para que el Mundial de MotoGP2017 llegue a su fin, Marc Márquez y Franco Morbidelli tienen bastante encarrilado el título en sus respectivas categorías. Hace ocho meses, Estrella Galicia 0,0 brillaba un año más bajo los focos del Circuito de Losail, en Qatar, al comenzar la temporada 2017 del Mundial de Motociclismo el pasado mes de marzo. Después del verano, el campeonato camina ya por la recta final del calendario y, a falta de solo dos pruebas por disputarse, del total de 18, nuestra marca ha estado en el podio en 36 ocasiones de la mano de Marc Márquez, Dani Pedrosa, Franco Morbidelli, Álex Márquez, Arón Canet y Enea Bastianini en el total de los 11 países que ha visitado hasta la fecha el Mundial (Qatar, Argentina, EEUU, España, Francia, Italia, Holanda, Alemania, República Checa, Austria y Gran Bretaña).

Pero nuestros pilotos no se han dedicado sólo a acelerar en la pista, sino que también han aprovechado las semanas libres de competición para compartir algunos momentos con nosotros.

MARC MÁRQUEZ VISITÓ BRASIL

En el mes de abril llevamos por segunda vez hasta São Paulo al pentacampeón del mundo de motociclismo, Marc Márquez, que se reunió con los medios de comunicación brasileños y celebró un encuentro digital con sus fans a través de las redes sociales de Estrella Galicia 0,0. En ambos encuentros, en los que compartió sus vivencias y sus desafíos de cara al futuro, Marc contó con la compañía de Álex Barros, referente del motociclismo brasileño.

Aprovechando su estancia en la ciudad, Marc se reunió con nuestros compañeros de Estrella Galicia do Brasil, que pudieron conocerle en persona y conversar con él.

ÁLEX MÁRQUEZ, ANFITRIÓN EN EL GRAN PREMIO "DE CASA"

Coincidiendo con el Gran Premio de Cataluña, el pasado mes de junio, desarrollamos una acción especial en el canal de hostelería de Cataluña, que además de sorteos de objetos de merchandising y entradas para el Gran Premio de Cataluña, contó con un evento en el Mesón Barceloneta de Barcelona protagonizado por la joven promesa del Team Estrella Galicia 0,0, Álex Márquez que, acompañado de su moto, firmó autógrafos y se fotografió con sus fans.

FRANCO MORBIDELLI HOMENAJEÓ A SUS RAICES BRASILEÑAS

En el mes de julio, la actual sensación de Moto2, Franco Morbidelli, atendió a la prensa brasileña en un evento celebrado en Sao Paulo, de la mano de Estrella Galicia 0,0, que contó con la presencia de nuestro CEO, Ignacio Rivera, y de una figura de referencia en el motociclismo internacional, el brasileño Álex Barros.

Morbidelli aprovechó la ocasión para presentar, de la mano de nuestro CEO, un mono de carreras con la bandera brasileña con el que compitió en el Gran Premio de la República Checa.

EN LA RECTA FINAL DE LA TEMPORADA

En este mes los pilotos del Campeonato del Mundo de Velocidad se preparan para encarar las últimas carreras de una temporada muy reñida y apretada. Marc Márquez y Dani Pedrosa están más vivos que nunca en la lucha por el título y el subcampeonato desde la primera y quinta posición, respectivamente. Jack Miller y Tito Rabat encaran las últimas pruebas con el firme objetivo de seguir acumulando puntos y experiencia sobre sus Honda. Entre tanto, nuestro embajador de la marca, Álex Rins, se va haciendo poco a poco con la categoría, sintiéndose cada vez más cómodo pilotando la Suzuki que ha cogido como testigo a Maverick Viñales.

En Moto2, Franco Morbidelli lucha en cada gran premio por hacerse con el título. El piloto de origen brasileño no cesa en el intento de erigirse campeón de la categoría intermedia, mientras su compañero de equipo, el pequeño de la saga Márquez – Álex – comienza a recoger los frutos en forma de podios. Franco Morbidelli lidera la clasificación provisional del campeonato con 272 puntos, a 29 puntos del que será su compañero de equipo la próxima temporada en MotoGP en el Team Marc VDS Estrella Galicia 0,0, Thomas Luthi. Álex Márquez acumula un total de 190 puntos que le sitúan cuarto en la general.

Y en la categoría de Moto3, el Team Estrella Galicia 0,0 sigue dándonos alegrías de manos de los pilotos más jóvenes del proyecto mundialista. Tras completar una temporada entera como debutante, este año Arón Canet está concentrado en aprender cómo ser campeón del mundo y acumula ya 3 victorias esta temporada (GP de España, Holanda y Gran Bretaña), más una segunda posición en el GP de Francia y una tercera en el GP de República Checa. El joven de 17 años es tercero en la general, mientras que su compañero de filas en el Estrella Galicia 0,0, Enea Bastianini, vigente subcampeón de Moto3, es sexto tras subir al podio en Silverstone y Aragón.

No podemos olvidar a los más jóvenes de nuestro proyecto deportivo de motor, los pilotos del **Junior Team Estrella Galicia 0,0** que, como sus compañeros del Mundial de MotoGP, hacen lo propio siendo los pilotos de referencia en la categoría de Moto3 Junior World Championship del FIM CEV Repsol, en el que Jeremmy Alcoba, Sergio García y Alonso López han sumado un total de 10 podios en las nueve carreras disputadas y marchan segundo, cuarto y séptimo, respectivamente, en la clasificación provisional.

La temporada llegará a su fin el próximo mes de noviembre, tras su paso por Japón, Australia y Malasia, países donde los equipos y pilotos Estrella Galicia 0,0 lucen la marca ayudando a que nuestra cerveza sea cada día más internacional.



**1ª MASCULINA****CAMPEONES**

Nacho Montenegro Garat
Antón Pastur Valdés
SUBCAMPEONES
Roi Álvarez Pérez
Marcelo Torres de Albornoz

2ª MASCULINA**CAMPEONES**

Rubén López Orgueira
Juan Carlos García Rodríguez
SUBCAMPEONES
Rafael Míguez Rey
Álvaro Reviejo Tallón

3ª MASCULINA**CAMPEONES**

Javier Barreiro Pardo
José J. Martínez Amado
SUBCAMPEONES
Alberto Casado Quintela
Pablo Conde

4ª MASCULINA**CAMPEONES**

José Pena Raña
Javier Leira
SUBCAMPEONES
Adrián García Vázquez
Carlos S. López Vila

1ª FEMENINA**CAMPEONAS**

Carolina Montenegro de Ramón
Raquel Vara Pernas
SUBCAMPEONAS
Carmen León Solana
Mª Victoria Fdez. Carballo-Calero

2ª FEMENINA**CAMPEONAS**

Cecilia Maiz Fernández
Leticia Vázquez Tarodo
SUBCAMPEONAS
Olga de la Torre
Blanca Monje Hernández

3ª FEMENINA**CAMPEONAS**

Nieves Martínez Alonso
Mª del Pilar Paris Huguet
SUBCAMPEONAS
Cristina Fernández Blanco
Pepa López-Villalta Lozano

MIXTA**CAMPEONES**

Carolina Montenegro de Ramón
David García Deber
SUBCAMPEONES
Mª José del Castillo Puente
José Mª Pedreira Fuentes

VETERANOS +45**CAMPEONES**

David García Deber
José Manuel Gómez Pallas
SUBCAMPEONES
Yago Álvarez Pérez
Ángel del Castillo Puente

VETERANAS +40**CAMPEONAS**

Mª José del Castillo Puente
Teresa Rincón Saavera
SUBCAMPEONAS
María Rúa Bermúdez
Rosa Domenech Rey

EXAGERADAMENTE BUENA**CAMPEONES**

Ignacio Montenegro Garat
Antón Pastur Valdés
SUBCAMPEONES
Daniel Blanco
Boris Botikali

OPEN ESTRELLA GALICIA DE PÁDEL

UN TOTAL DE 800 JUGADORES PARTICIPARON EN LA 14.ª OPEN DE PÁDEL ESTRELLA GALICIA CELEBRADO A FINALES DE JUNIO EN EL REAL CLUB DE TENIS CORUÑA.



Entre el 20 de junio y el 1 de julio celebramos, en las cinco pistas del Real Club Tennis Coruña, la decimocuarta edición del Open de Pádel Estrella Galicia que cubrió este año las 800 plazas disponibles para todas las categorías en disputa: femenina, masculina, mixta, veterana y, por primera vez, la categoría "Exageradamente Buena" que reunió a cuatro de las mejores parejas del ranking gallego de pádel, con deportistas de la talla de Fernando Aldao, González Niño o Fernando Clavario.

El Open de Pádel Estrella Galicia ha logrado posicionarse desde sus inicios como la prueba amateur más multitudinaria y con mayor poder de convocatoria del norte peninsular, convirtiéndose en una cita ineludible en la agenda de los aficionados del pádel, tanto amateur como profesionales.



CARLOS SAINZ AL VOLANTE

EL PILOTO NOS CEDIÓ PARTE DE SU HISTORIA

Nuestro piloto de Fórmula 1, Carlos Sainz, compareció ante los medios de comunicación en un evento organizado por Estrella Galicia 0,0 en Barcelona, donde concedió entrevistas a bordo de la cabina del teleférico que conecta la torre de Miramar con la torre San Sebastián de Montjuic.

Durante el evento, Sainz compartió impresiones con Ignacio Rivera destacando ambos la fuerte vinculación que une a nuestra Compañía con el piloto, con el que comparte valores como la superación y el esfuerzo.

Al término del evento, Carlos Sainz quiso agradecer el apoyo prestado entregando a Ignacio un regalo muy especial para él, el "morro" de su primer kart, que marcó sus inicios como piloto profesional con 7 años y que pasará a formar parte de nuestro Museo MEGA.

TEMPORADA 2017

Bahrain, Rusia, España, Mónaco, Canadá, Azerbaiyán, Austria, Gran Bretaña, Hungría, Bélgica, Italia y Singapur fueron las últimas paradas del Mundial para nuestro piloto Carlos Sainz, que destacó de manera especial en los Grandes Premios de Mónaco, España y Hungría, entrando en el top ten con un sexto y dos séptimos puestos respectivamente.

En Mónaco, Sainz arrancó y terminó sexto, alcanzando la línea de meta por delante de pilotos consolidados como Hamilton. A pesar de sus problemas con los neumáticos durante la carrera, y de las limitaciones de su monoplace, la carrera fue en términos generales sobresaliente, en un circuito complicado en el que el motor no importa tanto como las dotes de pilotaje, que el piloto exhibió durante toda la carrera.

En el Gran Premio "de casa", el piloto se sintió cómodo desde el inicio, aprovechando muy bien las oportunidades de la salida y, tras pelear férreamente con Magnussen, al principio de carrera, y con Wehrlein al final de la prueba, alcanzó la línea de meta con un séptimo puesto estratégico que le dio 6 puntos.

El Gran Premio de Hungría empezó con buen pie para Carlos Sainz con una arrancada excelente, que le colocó sexto, con el adelantamiento a su compatriota Fernando Alonso y la posterior defensa su posición frente al resto de rivales. Carlos Sainz y Fernando Alonso fueron protagonistas de un duelo que acabó en investigación, al echar fuera del asfalto a Fernando.

Seguiremos expectantes por ver cómo sube en la clasificación de cara a las próximas temporadas. No hay duda de que Carlos tiene futuro.





PLAN DE IMPULSO MOTO GP

En el mes de agosto, un grupo de empleados del área comercial tuvo la oportunidad de asistir al Gran Premio de Motociclismo de Austria, tras participar en un Plan de Impulso de Estrella Galicia 0,0 mediante un formato de ranking a nivel nacional que premia a los mejores promotores y delegados de España.

Además de la asistencia al Gran Premio, los asistentes recibieron diferentes premios y privilegios como el acceso a espacios exclusivos vinculados al patrocinio de Estrella Galicia 0,0.



PARTIDOS CON CLIENTES

Estrella Galicia organizó, el pasado mes de mayo, encuentros amistosos de fútbol y baloncesto con clientes VIP de las diferentes delegaciones, en los estadios de los equipos patrocinados por la marca.

Fontes do Sar, Anxo Carro, Balaídos y Riazor fueron escenario de estos partidos, en los que los participantes pudieron compartir jugadas y experiencias con figuras míticas del Obradoiro, el Lugo, el Celta y el Dépor sobre el terreno de juego.



ESTRELLA GALICIA CON EL RUGBY

Reforzamos nuestra apuesta por el rugby con el patrocinio de los tres equipos gallegos de mayor nivel, CRAT Coruña, Vigo Rugby y Campus Ourense Rugby, los únicos que compiten en División de Honor B, y del mejor club a nivel nacional, el VRAC Valladolid, actual campeón de Liga y campeón de la Supercopa de España, que contarán con el apoyo de Estrella Galicia y Cabreiroá para las dos próximas temporadas.

Además de ser cerveza oficial de los equipos senior masculinos y femeninos, con presencia en las equipaciones de juego, Cabreiroá será agua oficial de sus categorías inferiores.



PATROCINADOR OFICIAL DEL OBRADOIRO

Renovamos nuestro acuerdo de patrocinio con el club de baloncesto compostelano Monbus Obradoiro, único equipo gallego que compete en la liga ACB. Este acuerdo sitúa a Estrella Galicia y Cabreiroá como patrocinadores principales para los próximos cuatro años. Como novedad, con este nuevo acuerdo Estrella Galicia 0,0 pasa a estar presente en el frontal de la camiseta de juego del primer equipo y Cabreiroá en la parte trasera inferior de categorías inferiores.



PRESENTAMOS NUEVOS ACUERDOS DE PATROCINIO CON LOS CLUBES REAL CLUB BETIS Y MÁLAGA CF QUE ESCENIFICAN NUESTRA APUESTA POR EL FÚTBOL ANDALUZ Y QUE CONVIERTEN A NUESTRO MANANTIAL EN EL AGUA OFICIAL DE ESTOS HISTÓRICOS EQUIPOS.



FONTAREL CON EL FÚTBOL ANDALUZ



REAL BETIS

Con este nuevo acuerdo, nuestra marca de agua andaluza se convierte en el agua oficial de este club para las tres próximas temporadas, una alianza de futuro con vigencia hasta el año 2020.

De este modo, Fontarel cuenta actualmente con la exclusividad en el sector de aguas en los recintos deportivos donde compete el club y suministra la hidratación necesaria a sus jugadores tanto en el entrenamiento como durante las competiciones.



MÁLAGA CF

Firmamos un convenio con el club que convierte a Fontarel en el agua oficial del equipo blanquiazul para las dos próximas temporadas, un acuerdo que une los caminos de ambas entidades hasta 2019.

Gracias a este acuerdo, nuestra marca de agua andaluza hidratará a los jugadores del primer equipo, del Atlético Malagueño, de todos los equipos de La Academia y del MCF femenino.





JUAN JOSÉ DELGADO

GLOBAL CHIEF DIGITAL OFFICER
HIJOS DE RIVERA SAU

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

EN LOS ÚLTIMOS TIEMPOS, CON LA IRRUPCIÓN DIGITAL, SE HAN PRODUCIDO GRANDES CAMBIOS QUE NOS HAN LLEVADO A NUEVOS PARADIGMAS.



Esta transformación digital queda patente en la desmaterialización del servicio frente al producto físico, la creación activa ante el antiguo consumo, el servicio en cualquier lugar y momento sin necesidad de los puntos de uso o consumo, el cambio de la producción en masa por la personalización, el auge del compartir en comunidad frente a la propiedad individual, la mejora continua, así como la desintegración de la cadena de valor.

La razón de estos nuevos paradigmas está centrada en tres macro tendencias digitales.

Por una parte, **la democratización de la tecnología que permite desarrollar nuevos negocios y proyectos con mayor escalabilidad, eficiencia y agilidad**, reduciendo los costes y acelerando el “time to market” sin grandes inversiones que están al alcance de un individuo, pequeña y mediana empresa. La clave aquí, por tanto, no es utilizar la mejor y más avanzada tecnología, sino utilizar aquella tecnología disponible que nos posicione de manera privilegiada en la industria e incluso nos permita disruptirla.

Por otra parte, **la virtualización del procesamiento de la información debido a la revolución del Big Data, el abaratamiento del almacenamiento en Cloud y la aparición de poderosas herramientas de análisis en tiempo real**, hace que la información se convierta en un activo principal para la obtención de nuevas oportunidades de desarrollo, en el sistema nervioso de las compañías, siendo difícil sin ella mantenerse o, incluso, subsistir.

Y, **por último, la hiper-conectividad**. En la actualidad, los aparatos conectados están cambiando la forma de relacionarnos con el mundo físico, de modo que lo digital se ha convertido en una extensión de la realidad física y el acceso a cualquier contenido se puede llevar a cabo desde cualquier lugar, en cualquier momento y desde cualquier dispositivo. Con todo, la hiper-conectividad es el medio para poder conseguir que la inteligencia sea operativa.

Estas tres macro tendencias han generado una disrupción de los negocios en todos los sectores teniendo un fuerte impacto en sus componentes claves.

Los consumidores son ahora más difíciles de impactar, ya que están más informados que

nunca, tienen un acceso más amplio a diferentes opciones y ofertas y el control de la relación comercial se ha trasladado del canal a los propios consumidores.

En el ámbito de lo negocios, se han adoptado también nuevos paradigmas en lo que se refiere tanto a la relación con los consumidores y el diseño de la oferta como a la estructura de los costes. El resultado es un continuo lanzamiento de nuevos productos y modelos de negocio para “descomoditizar” la oferta actual y las propuestas de valor.

Otro de los factores clave, la estructura sectorial, se ha visto influida debido a la desintegración de la cadena de valor, el escalado exponencial basado en el uso de la tecnología, así como la regulación dirigida a promover la competencia, fomentando la entrada de jugadores no tradicionales.

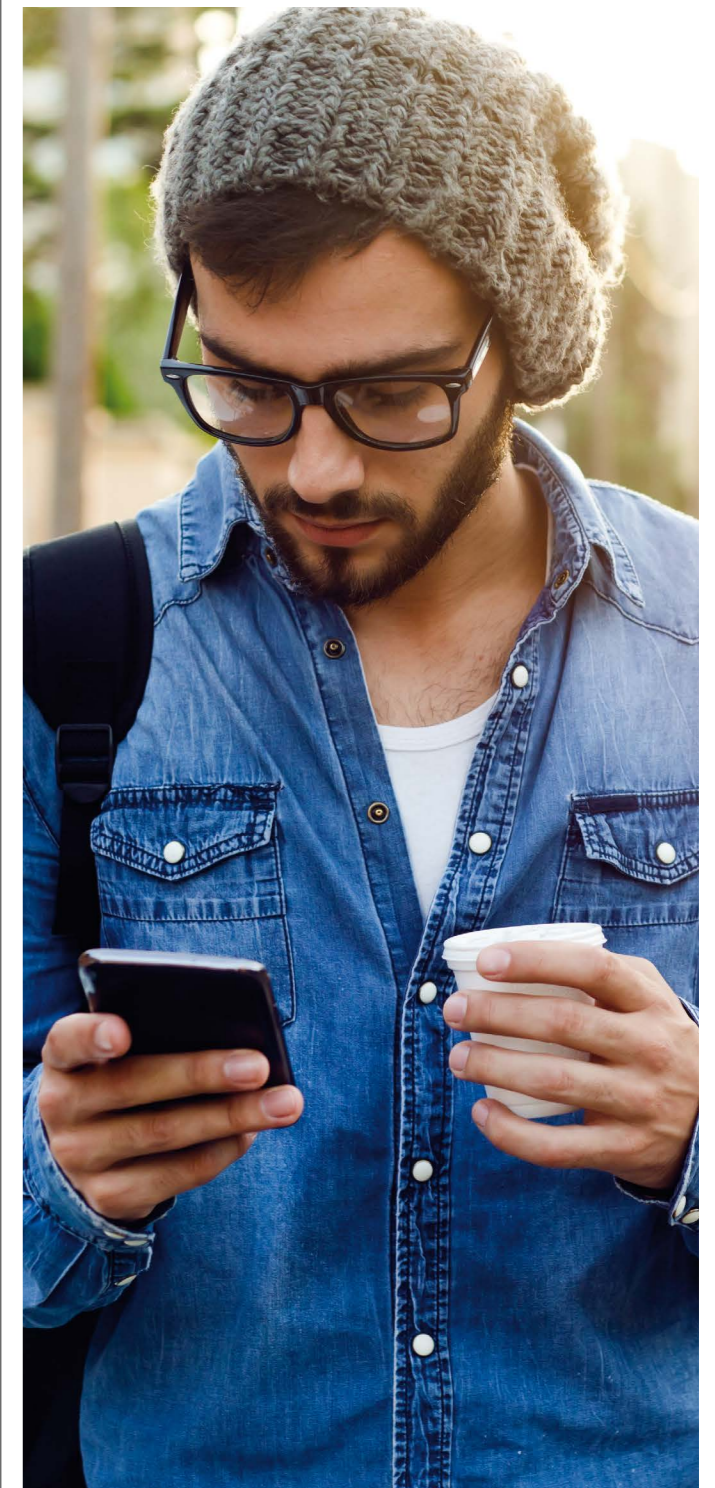
Así, nos encontramos ante un nuevo consumidor con nuevos hábitos y formas de consumo, donde prevalece el comportamiento del nativo digital que marca las pautas de comportamiento en otras generaciones.

Este nuevo perfil de consumidor acorta los procesos de compra, muestra un comportamiento más joven, es impaciente y exigente demandando calidad y plazos, trata de salir de lo multitudinario presentando un posicionamiento más inconformista, interactúa por todos los canales utilizando los diferentes dispositivos a su alcance, muestra interés por la salud y el bienestar, alarga el proceso post-venta dada la facilidad que tiene para compartir sus opiniones y valora los productos personalizados y auténticos.

Con todo, estamos expuestos a un ecosistema complejo, volátil y rápido en donde infinidad de plataformas conviven con miles de millones de interacciones diarias en todo el mundo, en el que el ranking de soluciones y tecnologías más populares varía considerablemente año tras año, y en el que aparecen nuevas organizaciones que han cambiado las reglas del juego.

En este contexto, el momento y la correcta absorción de la digitalización es la clave para generar una ventaja competitiva, presentándose crucial el estar totalmente conectado y el entender el entorno para conseguir así ser diferencial y poder ganar la oportunidad.

En conclusión, la tecnología y la correcta absorción de la digitalización ha pasado de ser una palanca más a convertirse en una pieza central de la estrategia de empresas e instituciones.





Estrella Galicia

Tú.
Tu sonido.
Tu cerveza.
Ahora.

Surfin' Bichos, Dorian Wood, Nikki Hill...

Sala El Sol, Madrid
Tops · 01 de noviembre
Cabezafuego · 18 de noviembre

Sala Fun House, Madrid
Anímic · 04 de noviembre

Teatro Lara, Madrid
Maria Arnal i Marcel Bagés
08 de noviembre
Nunatak · 16 de noviembre
Ricardo Lezón (McEnroe)
30 de noviembre

Escenario Santander
Guadalupe Plata · 10 de noviembre
Freedonia · 18 de noviembre

Playa Club, A Coruña
Nikki Hill · 13 de noviembre
Ángel Stanich · 25 de noviembre

Mardi Gras, A Coruña
Chuck Prophet & The Mission Express
14 de noviembre

Sala La Riviera, Madrid
Surfin' Bichos + Tortel
17 de noviembre
Novedades Carminha
18 de noviembre

Agenda Conciertos

Giras, Festivales y Ciclos

SON Tickets

Compra tu entrada en
son.estrellagalicia.com

American Autumn

Dorian Wood
05 de noviembre
Auditorio Municipal, Ourense

Sun Kil Moon
23 de noviembre
Teatro Lara, Madrid

Los Hijos de la Montaña
29 de noviembre
Café & Pop Torgal, Ourense

MIRA. Digital Arts Festival

09, 10 y 11 de noviembre
Fabra i Coats, Barcelona

981heritage

Shabazz Palaces
01 de noviembre
Sala Taboo, Madrid

Dorian Wood
02 de noviembre
Sala Taboo, Madrid

Julia Holter
27 de noviembre
Teatro Barceló, Madrid



Estrella
Galicia

Estrella Galicia recomienda un consumo responsable

19.06

Las Lollypops en Ferrol y Santiago y Carlos Sarduy en Bilbao, A Coruña y Lugo, fueron los últimos conciertos del Ciclo 1906, que se cerró el 19 de junio por todo lo alto con la tradicional cita 19.06, que en esta ocasión programó tres conciertos simultáneos

Fue un fin de fiesta como merecía la celebración del 10º Aniversario de este ciclo que desde su inicio el 13 de marzo, con el arrollador directo de Nik West en Madrid, acogió 45 conciertos en 13 ciudades con más de 20 artistas. Nombres de la talla de la citada Nik West, Pepe Habichuela, Jack Broadbent, Shirley Davis, Aaron Parks, Melissa Aldana o Jerry Bergonzi consolidaron la edición más ambiciosa.

Por ello se programó un cierre a la altura para el 19.06: tres conciertos simultáneos en Madrid, Santiago de Compostela y São Paulo (Brasil), que vibraron al mismo tiempo, a las 19:06 horas, al ritmo de flamenco, jazz y soul, respectivamente.

En Madrid estuvieron Flamenco All Stars, la unión de Josemi Carmona y Javier Colina, que, junto con varios amigos, ofrecieron una noche única en el escenario del icónico Café Berlín. Por su parte, la plaza de A Quintana de Santiago de Compostela unió a dos de los máximos exponentes del jazz gallego, como guiño al nacimiento del Ciclo 1906: Abe Rábade y Perico Sabeat compartieron escenario en varios pases. La expansión internacional en este broche de oro del Ciclo 1906 llegó de la mano del concierto que ofrecieron en Brasil Daniel Daibem & Banda. El Viaducto do Chá de São Paulo fue testigo de esta propuesta a medio camino entre el soul y el jazz que, como los anteriores, abrió sus puertas gratuitamente para todos los interesados.

Así se despidieron tres meses de música con personalidad a cargo de artistas sofisticados y elegantes, en línea con la cerveza extra 1906 Reserva Especial; intensos y pasionales, como 1906 Red Vintage, o rebeldes e inconformistas como la cerveza negra extra 1906 Black Coupage.



CICLO+QJAZZ

Entre el 5 y el 29 de julio, se celebró la cuarta edición del Festival +Quejazz que ofreció, a coruñeses y visitantes, hasta 14 citas imprescindibles de este género. Unos directos que contaron con la presencia de artistas locales, gallegos e internacionales de la talla de Clarence Bekker o Risto Voulanne que actuaron en el Garufa Club y el Jazz Filloa gracias a la cerveza 1906.

Dentro de esta programación, cabe destacar a Clarence Bekker, con una carrera de 30 años que le ha convertido en un habitual de los grandes festivales de soul y jazz en Europa.

Otra de las formaciones destacadas del festival fue Kotka, encabezada por Guillermo Bazzola, músico de origen argentino que ha tocado con los más relevantes jazzistas del mundo.



EN SU VIII EDICIÓN, SON ESTRELLA GALICIA MANTIENE SU APUESTA POR LA MÚSICA ALTERNATIVA: AQUELLA QUE MEZCLA ESTILOS DIVERSOS, FUSIONA GÉNEROS Y CREA TENDENCIA SIN OLVIDAR LOS CLÁSICOS.

AL RITMO DE SON ESTRELLA GALICIA

Este ciclo anual que cuenta con más de 150 conciertos en 16 ciudades de todo el territorio nacional y también al otro lado del charco, en Brasil, cerró el curso el pasado mes de junio con algunas citas clave para los amantes de la música en directo.

Freedonia, Toy, The Limboos, Sr. Chinarro, Fantastic Negrito, Of Montreal, Cosmen Adelaida, Ramírez Exposure con Lois o Quique González & Los Detectives protagonizaron el cartel de conciertos del mes, repartido en las salas Lemon Rock de Granada, Porta Caeli de Valladolid, Capitol de Santiago, Loco Club de Valencia y las madrileñas Joy Estalva, Taboo, Teatro Lara y Teatro del Arte.

Como en todas las citas de SON Estrella Galicia, hubo música en directo en salas de referencia, festivales y escenarios inusuales con el fin de ofrecer al público más melómano experiencias musicales inolvidables acompañadas de la mejor cerveza. Y, para redondear la programación nuestro SON Estrella Galicia aprovechó el comienzo de la temporada de festivales para sumarse a las citas de referencia del panorama nacional.



CONTINÚA NUESTRA ESPECIAL RELACIÓN CON BRASIL Y REINO UNIDO, DOS PAÍSES CON LOS QUE COMPARTIMOS NUESTRA AFICIÓN POR LA CERVEZA, ¡Y LA MEJOR MÚSICA!



...EN BRASIL

El 19 de junio, a las 19:06 horas, Daniel Daibem & Grupo llevó a las calles de Vila Madalena en São Paulo el repertorio consagrado del llamado souljazz, una vertiente popular del jazz, que se desarrolló a finales de la década de 1950 y que llegó hasta hoy con gran éxito. Además, entre el 15 y el 18 de junio tuvo lugar en las playas del litoral norte de São Paulo el Viento Festival, cuyo escenario principal fue el Escenario SON Estrella Galicia. Por él pasaron diversos artistas como Metá Metá, Francisco el Hombre, Ava Roca, Tono, Barro y Del Amor.

Y en los Shows Son Estrella Galicia contamos en el mes de junio con artistas de la talla de Douglas Germano –nominado al Grammy Latino en la categoría Mejor música en lengua portuguesa– que estuvo en el Audio Rebel de Río de Janeiro, mientras que el CC Río Verde de São Paulo contó con Juliana Perdigão, que presentó las canciones de su segundo álbum acompañada de la banda Los Kurva. En julio SON Estrella Galicia recibió en sus escenarios de São Paulo y Río a la mítica banda Cebo de Policía, creada en 1979 por Itamar Assumpção y que, desde entonces, viene divulgando la música original y creativa de ese gran músico.

Sin olvidar que continuamos con las colaboraciones musicales entre España y Brasil; tras la presentación en la Sala El Sol en Madrid, la banda brasileña Liniker y Os Caramelows recibirán en São Paulo al grupo valenciano Modelo de Respuesta Polar.



...Y EN REINO UNIDO



En los últimos meses, SON Estrella Galicia nos llevó de nuevo hasta Reino Unido para disfrutar de la mejor música independiente británica, reforzando nuestra presencia en el exterior a través de la vinculación con eventos musicales de referencia en el país.

En junio dimos el pistoletazo de salida a NME Lock In with Estrella Galicia, una campaña de música experimental en vivo desarrollada en colaboración con la prestigiosa revista musical NME. El día 9 de junio tuvo lugar la primera de las cuatro noches musicales del año, de la mano de las reconocidas bandas británicas Bang Bang Romeo y Pretty Vicious.

En línea con nuestra colaboración con la reconocida revista lifestyle británica Notion, el 7 de julio participamos en Londres en el Notion Summer Party, un evento de prestigio que contó con una gran afluencia de público y con la presencia de artistas de la talla de Clean Bandit, Becky Hill, Gorgon City o Duke Demont.



MAKETON MAELOC

El proyecto patrocinado por MaeLoc sigue apostando por el apoyo a la escena musical local. Este verano hemos estado en directo desde LOS40 Vigo, en la primera edición del VIGO SEAFEST y en PORTÁMERICA 2017.

Desde MAKETON seguimos apostando por el apoyo a la escena musical de Vigo (y por extensión a la de toda Galicia) dando visibilidad a los artistas, grupos, productores y DJ gallegos. Enmarcada en este proyecto ha estado la presentación en LOS40 Vigo de los nuevos trabajos de Maldito Murphy, Anton Cord, Igloo, Javi Maneiro, Escuchando Elefantes, Aaron Lorenzo, y un largo etcétera.

El sábado 8 de julio el MAKETON se emitió en directo desde las avenidas del puerto de Vigo que acogieron la primera edición del VIGO SEAFEST. Por el set de radio se pasaron los componentes del grupo madrileño Freedonia que actuaron en este sorprendente festival, de la mano de SON Estrella Galicia, así como los artistas vigueses Rober Carcos y Josete Villanueva que nos presentó en directo alguna de las canciones incluidas en su último trabajo Zoo para dos.

Donde repitió nuevamente el MAKETON fue en la cita del festival PORTAMÉRICA, este año desde su nueva ubicación en Caldas de Reis. Por el set de radio pasaron los componentes de Igloo, muy emocionados por participar en el festival en su propio pueblo. También entrevistamos al artista gallego Frans Banfield que, asentado en Buenos Aires, ha estado este verano de gira por Galicia. También estuvieron con nosotros el chef madrileño Diego Guerrero, uno de los protagonistas del "ShowCooking & ShowRocking", y el organizador del PORTÁMERICA, Kin Martínez.

Tras el verano se inició la gira MAKETON WAY patrocinada por MAELOC que organiza LOS40 Vigo y para finalizar el año tendrá lugar la 17ª edición de los PREMIOS DE LA MÚSICA MAKETON patrocinados por nuestra sidra cosecha de Galicia en una gala que tendrá lugar en una de las salas de conciertos de referencia en Vigo días antes de despedir este 2017.



UN VERANO DE FESTIVALES

DESDE EL PASADO MES DE JUNIO Y HASTA FINAL DE AÑO ESTARÁ REPLETA LA AGENDA DE FESTIVALES SON ESTRELLA GALICIA. CITAS PARA TODOS LOS GUSTOS Y PÚBLICOS CON LA CALIDAD COMO DENOMINADOR COMÚN.



ATLANTIC FEST

El inigualable entorno de A Illa de Arousa da lugar a un festival diferente, ideal para desconectar de la rutina sin renunciar a la mejor música independiente. En el cartel de este año se dieron cita bandas gallegas, nacionales e internacionales de gran calidad, desde interesantes artistas del panorama alternativo como Maximo Park o Rosalía y Raúl Refree hasta bandas míticas como Lori Meyers, Los Planetas o The Temper Trap.



PORTAMÉRICA

La 6ª edición del festival con más carisma de las Rías Baixas se celebró en la villa termal de Caldas de Reis. Allí se dieron cita cultura, gastronomía y música de primer nivel, con nombres como Xoel López, Porter, Iván Ferreiro, Leiva, Kase. O, Niños Mutantes, The Horrors, Depedro, Novedades Carminha, Triángulo de Amor Bizarro, Carlos Sadness, Carlos Jean o Ángel Stanich.



SINSAL SON ESTRELLA GALICIA

Un remanso de paz en la euforia de macrofestivales que año tras año congrega a un público entregado, que llega en barco a la isla para dejarse sorprender, sin aglomeraciones y en armonía con el entorno. Este año formaron parte de este festival nombres como María Arnal i Marcel Bagés, Melange, Metá Metá o Bitchin Bajas.



SEAFEST, ARVI DO PEIXE

“Poner a Vigo como centro mundial de la pesca” es el objetivo de este festival cuya primera edición reunió puestos de pescados y mariscos, exhibiciones culinarias, torneos deportivos y un programa musical formado por siete artistas españoles que tocaron en dos escenarios. En el Son Estrella Galicia actuaron Los Mambo Jambo, Miss Cafeína, Julián Maeso, Freedomia y The Soul Jacket, mientras que en el escenario 1906 tocaron Los Hot Chocolates, Clarence Bekker y Las Lollipops.



CARBALLEIRA DE ZAS

Al tesoro de lingotes de oro y plata que, según la leyenda, esconde el Monte Castro se une cada verano, desde 1983, otro: Carballeira de Zas, uno de los festivales folk más antiguos de España. Un evento familiar con comida tradicional y, la mejor música, que este año corrió a cargo de Os fillos do Estramonio, Korpiklaani, Pan de Capazo, Radio Cos, Milladoiro, Moxie, Rare Folk, Dequenvessendo, Fanfarria Taquikardia y Cé Orquestra Pantomina.

OURENROCK

Bemposta acogió su tradicional cita con el rock que este año contó con más de 15 actuaciones entre las que destacaron las de Boikot, La Raíz, Indomables, Outlines, 80 Voltios, Zoo, Boikot, Rebeliom do Inframundo, Insolenzia, Ce Orquestra Pantomina, Noe Black, Proudthom o Maskarpone.

RESURRECTION FEST ESTRELLA GALICIA >

La música extrema celebró el duodécimo aniversario de su festival por todo lo alto, con la actuación de los alemanes Rammstein, quienes llevaron a Viveiro, en una fecha única para toda la península, el mejor directo del mundo. Junto a ellos los legendarios Mastodon, Anthrax y Sepultura lideraron el cartel de esta cita que, por segundo año consecutivo, agotó todos sus abonos.



FESTIVAL ORTIGUEIRA

Cita ineludible del verano y uno de los referentes mundiales del folk, contó este año entre sus cabezas de cartel con Michael McGoldrick Band, Usher's Island, Scott Wood Band. Pese a la magnitud del evento, en la esencia del mismo permanece la ilusión con la que nació en el año 1978.



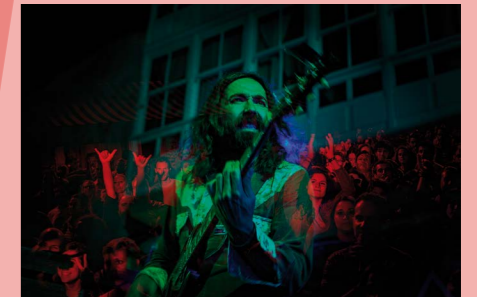
PARDIÑAS

Autodenominado Feria y Fiesta de la Música y de las Artes este festival que organiza desde 1980 la asociación cultural Os Xermolos, pretende preservar y difundir la cultura gallega. Entre los grupos que actuaron este año destacan Fernando Meireles, Quique Escamilla, Kalakan & Luís Peixoto, Cúig, SkandaloGZ, Abóbriga, Davide Salgado, Yves Lambert Trio ou Sacha na horta.



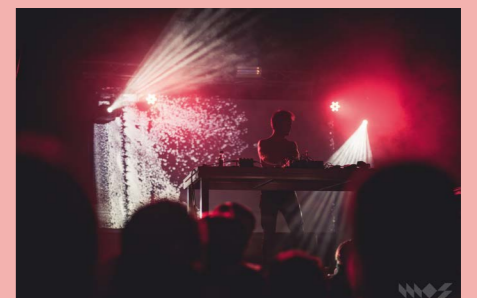
NOROESTE ESTRELLA GALICIA >

Este es un festival urbano totalmente integrado en la ciudad. Incluyó cerca de 100 bandas, dando cabida a los ritmos más eclécticos, como las personalísimas voces femeninas de Ala.ni, Lula Pena y Rosalía y Raúl Refree; el mítico electro-tecno-pop futurista de la banda Aviador Dro; el ska, el reggae, el rock y el jazz del New York Ska-Jazz Ensemble; los riffs rockabillys de Rolling Bowling; o el rock más extremo de las bandas seleccionadas por el colectivo A Nave 1839, entre las que se encuentran Adrift, Hongo, Romance, Salmiak, Samesugas, Wild Animals o Window Pane.



ARMADIÑA ROCK ESTRELLA GALICIA

La séptima edición de este festival ahondó en su carácter integrador, con un cartel donde predominaron las mujeres, con grupos como Blues do país, The Soul Breakers o Bala, se habilitaron espacios para que las personas con diversas discapacidades pudieran gozar de bandas como Heredeiros da Crus, Talco, Ruxe Ruxe o Def con Dos.

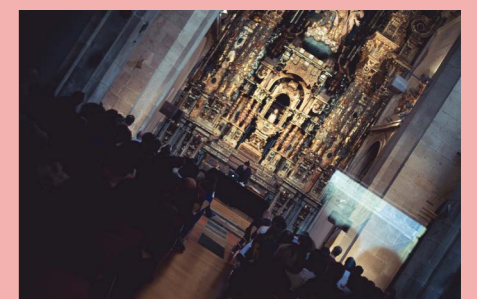


WOS >

Aunque la música es el eje central del WOS (Work on Sunday), este festival gallego bebe de otras muchas corrientes culturales, promoviendo cada temporada la búsqueda y difusión de nuevos talentos y propuestas sin dejar de lado la tradición.

NORDESTAZO DE MALPICA

El rock volvió a sonar con fuerza en la playa de Canido en un festival renovado y gratuito que contó con Novedades Carminha como cabeza de cartel y en el que participaron también Arizona Baby, Banda Crebinsky, Los Labios, Bento Veloso & Los Doce Trinches y Los Mecánicos.



FREE RIDERS DE MUROS

Rutas de enduro y por carretera y un circuito en el propio recinto compartieron protagonismo con actuaciones musicales como las de Eddie & the Hot Rods, Sex Museum o The Godfather.

ECUADOR

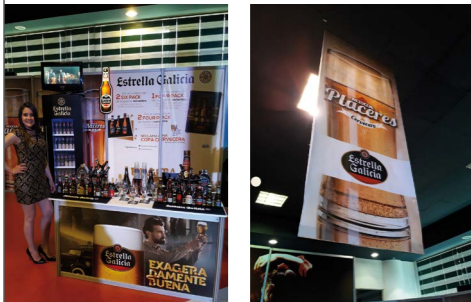


FERIA MEGA PLACERES

Entre el 8 y el 11 de julio y, de nuevo, entre el 21 y el 23 de julio en un evento exclusivo para cerveceros, estuvimos presentes con nuestra cerveza Estrella Galicia en la feria Mega Placeres, que se celebró en uno de los salones más grandes de Ecuador, el salón de exposiciones Megamaxi 6 de Diciembre emplazado en la ciudad de Quito.

En esta feria, basada en una dinámica de degustaciones y promociones, participaron los principales fabricantes e importadores de cerveza del país.

La respuesta por parte del público fue espectacular, obteniendo Estrella Galicia la consideración como la mejor cerveza del encuentro, al ser la más consumida y la mejor valorada por los consumidores.



PERÚ



DESEMBARCO DE AGUAS

En los últimos meses nuestras aguas han llegado por primera vez al mercado sudamericano a través de los formatos de botella PET de 50 cl. y 1 litro de Cabreiroá en todas las cadenas de supermercados de Perú: Tottus, Vivanda, Plaza Vea y Wong.



COLOMBIA



RONDA DE DEGUSTACIONES

Entre los meses de mayo y noviembre, la cadena de supermercados de Colombia Carulla organiza, de la mano de los proveedores de productos de alta gama que comercializa en sus establecimientos, una ronda de charlas, catas y presentaciones de estos productos en diferentes puntos del país.

Con el objetivo de transmitir la Cultura de Cerveza de la Compañía, nuestros importadores en el país participan en esta ronda de charlas dando a conocer ante el público nuestros productos Estrella Galicia, 1906 Reserva Especial y Estrella Galicia 0,0.



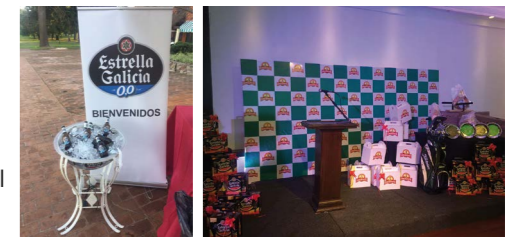
URUGUAY



COPA SEÑOR EMIGRANTE

Estuvimos presentes con Estrella Galicia 0,0, en la Copa Señor Emigrante, un torneo de golf impulsado por esta marca de productos españoles referente en Uruguay.

El torneo se celebró el pasado 19 de julio en el campo de Golf de Uruguay, el más emblemático y antiguo de Montevideo, y en él se batieron los mejores jugadores del club, que pudieron hidratarse durante la competición y al finalizar el campeonato con nuestra Estrella Galicia 0,0.



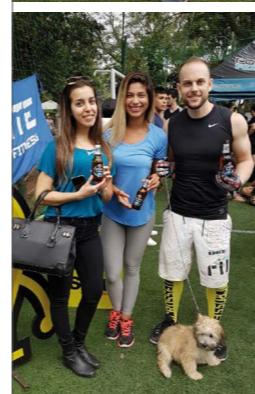
PARAGUAY



CAMPEONATO CROSS GAME PARAGUAY

A principios de mayo estuvimos presentes en el campeonato *Cross Game Paraguay*, un campeonato de *crossfit* celebrado, al sur de Asunción, que reunió a más de 200 deportistas del país.

Este evento nos permitió dar a conocer la Estrella Galicia 0,0 como una propuesta de hidratación para estos deportistas.



ENCUENTRO NACIONAL DE FUPACEL

En el mes de mayo estuvimos presentes en la semana del Celíaco celebrada en Paraguay, para dar a conocer Estrella Galicia Sin Gluten, que fue la única cerveza presente en este evento impulsado por la Fundación Paraguaya del Celíaco (Fupacel).

Desde nuestra llegada a Paraguay hemos logrado posicionarnos como la principal marca sin gluten del país, al ser la única recomendada por la fundación Fupacel.



ENCUENTROS DE FOOD TRUCKS

Estrella Galicia, Estrella Galicia Sin Gluten y Estrella Galicia 0,0 están presentes en los encuentros de *Food Trucks* que en los últimos tiempos se han convertido en tendencia en Paraguay y se encuentran en pleno auge en la ciudad de Asunción.

Se trata de eventos que se celebran semanalmente en algunas plazas asunceñas, donde se reúnen varios chefs para ofrecer sus platos a pie de calle. Una tendencia actual que se ha convertido en una de las principales atracciones de la ciudad.



EEUU



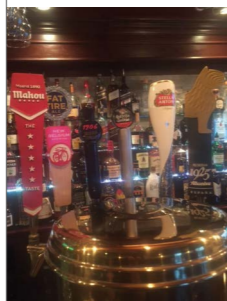
BALEARIC BEVERAGE

Nuestra distribuidora en Norteamérica, Balearic Beverage ha duplicado su plantilla y ha reorganizado su estructura directiva en los últimos meses, nombrando a dos nuevos responsables de estado, Brandon Fleischman and Thomas Barris que han comenzado a dirigir los mercados de Nueva York y Nueva Jersey y de Florida, respectivamente.



ESTRELLA GALICIA EN BARRIL

El formato de barril de Estrella Galicia está disponible por primera vez en el mercado estadounidense. Se trata del formato más comercializado en el canal de hostelería de Estados Unidos, especialmente en establecimientos de cerveza artesana.



ATERRIZAMOS EN KANSAS

En el mes de mayo, nuestras cervezas Estrella Galicia, 1906 Reserva Especial y nuestras sidras Maeloc entraron por primera vez en el mercado de Kansas, gracias al acuerdo con la distribuidora Speakeasy Distribution.

BUSCH GARDENS

Nuestra cerveza Estrella Galicia y la gama de sidras de sabores Maeloc han comenzado a comercializarse en los bares y restaurantes emplazados en el parque de Busch Gardens, en Tampa, en el estado de Florida. Se trata de una localización con una gran afluencia, ya que este parque recibe a más de 4 millones de visitantes cada año.



REINO UNIDO



ZELMAN MEATS

En los últimos meses hemos puesto en marcha una colaboración con la reconocida cadena de restaurantes británicos Zelman Meats, que cuenta en la actualidad con 4 establecimientos en Londres y 1 pop-up en Manchester.

Desarrollamos conjuntamente las camisetas que viste el personal de todos sus locales, en las que se ha introducido la imagen de nuestra marca Estrella Galicia.



IMBIBE LIVE

Los días 3 y 4 de julio estuvimos presentes con nuestras cervezas Estrella Galicia en la feria Imbibe Live, una de las exposiciones de bebidas más importantes de Europa, que se celebra en Londres y que reúne cada año a más de 12.000 marcas y multitud de profesionales del sector.



HYDE & SEEK BEER FESTIVAL

El pasado 5 de julio participamos en la feria Hyde & Seek Beer Festival, organizada por el distribuidor de bebidas Matthew Clark y celebrada en Hyde Park, en Londres.

Fue un evento único en el que los asistentes tuvieron la oportunidad de descubrir y degustar más de 200 cervezas y 60 sidras de todo el mundo, entre ellas, nuestra cerveza Estrella Galicia.



EEUU



ESTRELLA GALICIA PATROCINA EL MICROTEATRO

Somos patrocinadores de los eventos de Microteatro en Miami, un formato teatral desarrollado en Madrid que aterrizó en este estado en el año 2012 y que cuenta, desde sus inicios, con el respaldo de nuestra marca Estrella Galicia.



SEABRA GROUP

Nuestras cervezas Estrella Galicia y 1906 Reserva Especial han comenzado a comercializarse, en formato botella y grifo, en una cadena de restaurantes propiedad de Seabra Group en Newark, en el estado de New Jersey.



MAELOC POUR THE CORE

En el mes de junio, más de 8.000 distribuidores y consumidores pudieron probar nuestras sidras Maeloc que estuvieron presentes en el festival de sidra itinerante Pour the Code, contando con un espacio destacado en sus paradas en Brooklyn, en el Brooklyn Cider Festival, y en New Albany, en el Fest of Ale.



VISITAS



CONVIVALITY

En el mes de julio recibimos la visita del equipo directivo de Conviviality, nuestro importador en Reino Unido y el mayor distribuidor independiente británico. Durante su visita a España, tuvieron la oportunidad de conocer nuestra fábrica y su entorno, la ciudad de A Coruña. Además, desarrollamos con ellos un plan de formación en Cultura de Cerveza y una actividad de showcooking de la mano del chef Omar Allibhoy, llegado desde Inglaterra, y del chef Antonio Amenedo, del Pazo de Santa Cruz de Mondoio (A Coruña).

53 DEGREES NORTH & RICCI'S TAPAS

El pasado mes de julio nos visitó nuestro cliente 53 Degrees North & Ricci's Tapas, que comercializa nuestras sidras y cervezas en sus tres restaurantes Premium en el norte de Inglaterra y sus dos locales de copas. Diez miembros de su equipo estuvieron en España, donde tuvieron la oportunidad de visitar nuestra fábrica de cerveza, conocer la ciudad de A Coruña y disfrutar de la gastronomía española, a través de un concurso "Master Chef" por grupos en el que tuvieron que cocinar una paella.



- Contents:
- Energy drink
 - Tonic
 - Sangría
 - Wine
 - Mixers
 - Tea



- Formats:
- 20cl / 200ml
 - 25cl / 250ml
 - 33cl / 330ml
 - 50cl / 500ml
 - 1000 ml / 1L
 - Keg

custom
drinks



Rosa López



ROSA LÓPEZ, PARA MUCHOS MÁS CONOCIDA COMO "ROSA DE ESPAÑA", LUCHÓ DESDE PEQUEÑA POR SU SUEÑO DE CONVERTIRSE EN CANTANTE. CON SU PRIMER ÁLBUM BATIÓ RÉCORD DE VENTAS EN LA PRIMERA SEMANA.

Rosa María López Cortés (Peñuelas, 1981), para muchos más conocida como Rosa "de España", nació en enero de 1981 en Peñuelas, en el municipio de Láchar, Granada.

Desde pequeña mostró abiertamente su inquietud por la música, combinando sus estudios con su trabajo en el negocio familiar y la música, hasta que a los 14 años decidió abandonar el colegio para dedicarse plenamente a la música y luchar por su sueño de convertirse en cantante profesional.

No fue hasta el año 2001, con apenas 20 años, cuando la artista granadina saltó a la fama al ser seleccionada como una de los dieciséis jóvenes de la primera entrega del programa televisivo Operación Triunfo, que dio un giro de 360 grados a una tranquila vida de ama de casa y cantante ocasional en bodas y otros festejos. Poco tiempo le bastó a la joven para ganarse a sus profesores, a sus compañeros y al público del programa que, desde las primeras semanas, la votó como favorita llevándola en volandas a la final del programa, del que se proclamó vencedora.

Semanas más tarde fue seleccionada para representar a España en Eurovisión, conquistando una séptima posición con su 'Europe's living a celebration', y poco después lanzó al mercado su primer álbum, un disco titulado 'Rosa' que batió el récord de ventas de una cantante femenina en la primera semana.

Pero más allá de la Rosa artista de los discos de platino, está la Rosa cercana, de su familia y de su entorno, con ese carácter fresco, espontáneo y natural que la define. Esta personalidad, unida su fuerte vinculación con sus raíces granadinas, la ha convertido por segundo año consecutivo en embajadora de nuestra marca Fontarel, una sólida relación que la cantante describe de la siguiente manera:

"Fontarel llegó a mi vida de la manera más transparente. Solo puedo dar las gracias a todo el equipo de Fontarel por hacerme portavoz de algo tan maravilloso como un agua de mi tierra, para ser exactos, de Loja (Granada). Orgullosa de dónde procede y orgullosa de quien la consume y de quien la disfruta. Porque la vida, ¡se bebe a todo color! No se puede pedir más".

PRODUCTOS ECOLÓGICOS

- Un producto ecológico no es lo mismo que un producto artesano, ni que un producto natural o un producto tradicional; pero sí es lo mismo que un producto orgánico, biológico o simplemente BIO.
- Para que un producto sea considerado ecológico debe estar certificado como tal y todos sus ingredientes deben provenir de agricultura, ganadería o acuicultura ecológica.
- Como distintivo para que el consumidor pueda diferenciar los productos ecológicos todas las unidades envasadas deberán llevar impreso el logotipo de la UE y el código numérico de la entidad de control de quien depende el operador responsable del producto ecológico, además de su propia marca y los términos específicos de la producción ecológica.
- Además, en Galicia, cada unidad de envase está numerada, para facilitar la trazabilidad del producto, pudiendo identificar el origen de las materias primas empleadas en la elaboración del producto.
- La producción agraria ecológica o biológica constituye un método diferenciado de producción de alimentos, que está regulado asegurando la transparencia en todas las fases, tanto de la producción como de la elaboración y comercialización.
- El Consejo Regulador de Agricultura Ecológica de Galicia (C.R.A.E.GA.) es el órgano encargado del control y certificación de las producciones ecológicas en Galicia y tiene su sede en Monforte de Lemos.
- La producción en ecológico es un sistema de producción que busca conseguir alimentos de máxima calidad, respetando el medio ambiente y conservando la fertilidad del suelo y el agua. Además se basa en el respeto de los sistemas y los ciclos naturales, en preservar y mejorar la salud del suelo, el agua, las plantas y los animales y en el equilibrio entre ellos; contribuyendo a alcanzar un alto grado de biodiversidad.
- Todo lo anterior se lleva a cabo con el fin de vivir y trabajar en un ambiente sin contaminación y más equilibrado, sin los riesgos de toxicidad que puede acarrear la agricultura convencional y sin esquilmar los recursos naturales, lo que asegura la posibilidad de utilización de los mismos a futuras generaciones.
- Existe una creciente e imparable demanda de productos ecológicos, tanto en los mercados más inmediatos como en el conjunto del mercado mundial, ya que son más valorados y habitualmente mejor pagados que los productos convencionales.
- Las ventajas que tiene para el consumidor comprar productos ecológicos son: asegurarse de que está consumiendo los productos más saludables, nutritivos y satisfactorios por sus



GESTOR DE PROYECTOS+D+I
HRI INCORP / JOSÉ LUIS OLMEDO



cualidades organolépticas y que, con su demanda, contribuye a fomentar sistemas productivos que ayudan a mantener este planeta como un lugar más amigable, más hermoso y, por encima de todo, más habitable.

- El requisito que exigimos desde Customdrinks, S.L. a los productores es que la manzana de sidra haya sido cultivada de forma ecológica siguiendo los protocolos indicados por el C.R.A.E.GA.; y se marcará en la contraetiqueta numerada de nuestras sidras ecológicas, siendo éste el elemento identificador que indicará al consumidor que esa sidra es ecológica.
- La industria, no sólo nuestra empresa, necesita para su propia supervivencia promover de forma constante y regular los niveles de aprovisionamiento de la materia prima a lo largo del tiempo. Y que esa materia prima sea de calidad. Garantizar el abastecimiento implica también tratar de manera científica todos los aspectos del cultivo, cómo podar los árboles, por ejemplo. Es lo que intentamos hacer al mantener un vínculo que fortalezca las relaciones entre proveedores e industria. De esta relación deriva, en última instancia, la capacidad de producir nuevas variedades de sidra a lo largo del tiempo, a medida que vamos conociendo con mayor profundidad todos sus elementos.
- En Customdrinks se hace un uso responsable de la energía y de los recursos naturales como el agua, el suelo, las materias orgánicas y el aire para ser coherentes con nuestro propósito de elaboración de productos ecológicos.
- España ocupa el primer lugar en superficie de agricultura ecológica de la UE y quinto mundial. Galicia aporta el 1,5% de la superficie total cultivada ecológicamente en España, facturando 41 millones de euros.
- Actualmente la Consellería de Medio Rural está elaborando el Plan Estratégico de Producción Ecológica en Galicia del 2017-2022, donde Customdrinks ha participado activamente en las reuniones sectoriales llevadas a cabo.
- Pero, lo ecológico no está reñido con la innovación, y en concreto con el desarrollo de nuevos productos, como así lo demuestra la próxima bebida que está en proceso en nuestras instalaciones de Chantada, resultado de una fermentación híbrida de mosto de manzana con mosto cervicero.
- La feria BioCultura celebrará su edición número 33 en Madrid del 9 al 12 de noviembre, en unas jornadas que contarán con la comunidad autónoma de Galicia como protagonista y donde nuestra Compañía estará presente con un stand y se divulgará nuestra actividad investigadora con la ponencia "proyecto MAELOC: estudio de variedades autóctonas de manzana de sidra", así como con una cata de nuestras tres sidras ecológicas: Maeloc Natural, Maeloc Extra y Maeloc Dulce.



Comer y Beber



CEBICHE

INGREDIENTES

berberechos, cigalas
lima, chile
salsa verde de tomate mejicano
apio, cebolla roja
cilantro, jengibre
pimienta, sal

ELABORACIÓN

Para la preparación de esta receta, vamos a necesitar berberechos frescos de la Ría de Muros y cigala fresca recién comprada en la lonja. El cebiche es una receta en la que los ingredientes se comen crudos, así que la frescura es fundamental.

Dejamos hervir agua con sal y escaldamos los berberechos durante 30 segundos.

Abrimos las cigalas y retiramos la lámina negra del lomo ya que es parte del intestino y da mal sabor.

Procedemos a la mezcla de los ingredientes en un bol grande.

Primero los sólidos.

Colocamos los berberechos sin concha y las cigalas cortadas en trozos pequeños, apio picado previamente, cebolla roja cortada en grandes aros, cilantro muy picado, rallamos jengibre sobre la mezcla y salpimentamos al gusto.

Ahora pasamos a los líquidos.

Una cucharada generosa de salsa de tomate, chile al gusto según la tolerancia al picante y revolvemos todo con cuidado.

Finalmente, exprimimos la lima dejando que el jugo también resbale por la cáscara y así recogiendo parte de sus aceites esenciales.

Dejamos macerar durante 4 minutos y ya estaría listo para emplatar.

MARIDAJE



MAGMA DE CABREIROÁ

En los últimos meses, Magma de Cabreiroá ha lanzado un original proyecto de Maridaje Inverso, según el cual prestigiosos chefs de alta cocina crean sus recetas teniendo en cuenta las características organolépticas de nuestra agua de aguja. De manera "inversa", su autor elabora cada una de estas recetas teniendo en cuenta la explosión de sensaciones que produce Magma en la boca y para satisfacer los paladares más exquisitos.

HAY COSAS QUE SIEMPRE SE HACEN IGUAL

— hasta que llega alguien —

Y LAS HACE DIFERENTES.



1906

NUESTRA INTERPRETACIÓN
— más —
PERSONAL

La experiencia, nuestro mayor valor

viajes orzán

DESDE 1978

Dublin

DESDE SU FUNDACIÓN POR LOS VIKINGOS A PRINCIPIOS DEL SIGLO IX, Y HASTA BIEN ENTRADO EL SIGLO XX, LA CAPITAL IRLANDESA HA SUFRIDO MULTITUD DE CONFLICTOS QUE HAN MARCADO SU FORMA DE SER. HOY ES UNA CIUDAD DINÁMICA, COSMOPOLITA, DIVERTIDA Y MUY ACOGEDORA DONDE LA MODERNIDAD SE MEZCLA CON LA TRADICIÓN GAÉLICA PARA OFRECER AL VISITANTE UNA EXPERIENCIA ÚNICA CON UNA PROTAGONISTA DE EXCEPCIÓN: LA CERVEZA.

Socios estratégicos



Ofrecemos
respuestas profesionales

GUINNESS STOREHOUSE

La antigua fábrica de cerveza Guinness es, sin duda, parada obligada en esta ciudad. El edificio en forma de pinta recorre la historia de la marca y de la propia cerveza, que se puede degustar durante la visita en el bar panorámico de la séptima planta mientras se obtiene una magnífica vista de la ciudad. Por algo es la atracción más visitada de Dublín y probablemente la visita a la antigua destilería de Jameson, convertida actualmente en un "museo del whiskey".

ARQUITECTURA GEORGIANA

Es uno de los grandes atractivos de la ciudad, ya que Dublín conserva muchos edificios y elementos de este estilo, como las magníficas puertas que suelen protagonizar las postales de la ciudad. El City Hall –Ayuntamiento– es uno de los mejores ejemplos de arquitectura georgiana de Dublín. Su construcción data de la segunda mitad del siglo XVIII, al igual que la Number Twenty Nine –la Casa Número 29–, un museo sobre la vida de la burguesía de la época. Del mismo siglo XVIII son también los imponentes edificios neoclásicos Custom House y el Casino Marino, así como la cárcel de Kilmainham ligada a la lucha por la independencia de Irlanda y hoy museo.

AUNQUE FUE FUNDADA POR LOS VIKINGOS EN EL AÑO 841, PTOLOMEO YA HACE REFERENCIA A ESTA ZONA EN EL 140 D.C. DOS HECHOS MARCARÁN LA HISTORIA DE DUBLÍN Y DEL PAÍS: LA EVANGELIZACIÓN QUE LLEVA A CABO SAN PATRICIO EN EL SIGLO V Y LA INTEGRACIÓN DE LA ISLA EN LA CORONA BRITÁNICA EN EL S. XII. A PARTIR DE AHÍ LOS CONSTANTES CONFLICTOS ENTRE CATÓLICOS Y PROTESTANTES, JUNTO CON PLAGAS Y HAMBRUNAS, MARCAN EL DEVENIR DE LA CIUDAD, QUE EN 1900 DEJA DE SER LA MÁS IMPORTANTE DE IRLANDA EN FAVOR DE BELFAST. LA GUERRA CIVIL ANGLO-IRLANDESA -DE LA QUE SURGE EN 1922 EL ESTADO LIBRE DE IRLANDA- DESTRUYE GRAN PARTE DE DUBLÍN, QUE NO DESPEGARÁ DEFINITIVAMENTE HASTA FINAL DE SIGLO, CUANDO IRLANDA SE INTEGRA EN LA UE. LA CIUDAD QUE INSPIRÓ A GRANDES ESCRITORES COMO JOYCE, WILDE O BECKETT SE CONVIERTE EN LA ACTUAL CAPITAL BULLICIOSA, MODERNA Y LLENA DE VIDA.

CASTILLO DE DUBLÍN

Otra parada obligada en la ciudad es la visita a alguno de sus fantásticos castillos. El de Dublín, situado en pleno centro, nació como fortificación vikinga aunque de la época medieval solo sobrevive su magnífica torre. El resto se reconstruyó tras el incendio de 1684 por lo que no presenta aspecto de castillo. Fue sede del gobierno de Irlanda hasta 1922 y cuenta con un espléndido jardín oval desde el cual se puede disfrutar de una excelente vista de la torre y la muralla. Otros magníficos castillos, ya en las afueras, son los de Malahide, Swords, Balbriggan, Dalkey o Drimnagh.



COMER

La cocina irlandesa es sencilla y tiene entre sus principales ingredientes el pescado, la ternera (protagonista de su célebre estofado) y, sobre todo, la patata, con la que se elaboran gran cantidad de platos como el champ o el colcannon (variedades del puré de patata), el fadge (tortas) o el boxty (pastel de patata). Pero, como en todas partes, la cocina tradicional se está reinventando y ofrece magníficos platos para todos los gustos tanto en sus pubs o mercados como en restaurantes de estrella Michelin. Por supuesto, siempre regado con una buena cerveza.

TRINITY COLLEGE

Es la universidad más antigua de Irlanda y una de las más famosas del mundo. Fundada en 1592 por la reina Isabel I, cuenta con una magnífica biblioteca donde se guarda la mayor colección de manuscritos y libros impresos de Irlanda. El edificio de la Antigua Biblioteca (1712-1732) es el más antiguo que se conserva y guarda entre sus tesoros el *Libro de Kells*, un antiquísimo manuscrito en latín de los evangelios con una ornamentada y colorida caligrafía realizada, al parecer, por monjes celtas en el siglo IX. La monumentalidad de la biblioteca ha sido utilizada como reclamo cinematográfico y es una de las paradas obligadas para el visitante.

CALLEJAR

Dublín es una ciudad para pasear y disfrutar del bullicio de sus calles, tanto de día como de noche. Además de Temple Bar, uno de los barrios más antiguos y carismáticos, hay dos calles imprescindibles: la peatonal Grafton Street y O'Connell Street, avenida principal repleta de tiendas, bares, restaurantes y esculturas. Aunque la estatua más significativa está en Suffolk Street, frente a la Oficina de Turismo que ocupa la que antaño fuera la iglesia de Saint Andrews. Es la de Molly Malone, la mítica pescadera que de día recorría el puerto y de noche los pubs de la ciudad y que se ha convertido en un símbolo del país.

◀ DUBLÍN ES HOY UNA CAPITAL MODERNA RICA POR SU HISTORIA CAPAZ DE CAUTIVAR A SUS VISITANTES CON LA MEZCLA DE LAS MÁS ARRAIGADAS TRADICIONES Y UNA CONSTANTE ADAPTACIÓN AL MUNDO MODERNO.



DÓNDE TOMARSE UNA ESTRELLA

Urban Brewing

Custom House Quay, North Dock.
Dublin, Irlanda

/1959/ LA ESTRELLA DE CUATRO CAMINOS



ANTIGUA FÁBRICA DE CERVEZAS ESTRELLA GALICIA - 1959

El crecimiento imparable de las ventas experimentado durante la década de los 50, hizo pensar en la necesidad de remodelar el ya emblemático edificio de Cuatro Caminos.

Comenzó así, en el año 1959, una primera fase de las ampliaciones que se consideraban indispensables para situar a la empresa al mismo nivel que la competencia, tanto en lo referente a nuevas tecnologías como en arquitectura industrial que permitiese introducir nuevas fases de cadenas de producción más profesionales, con el objetivo principal de triplicar la producción.

Tres años más tarde concluirían estas obras de remodelación del edificio de Cuatro Caminos, al que se dotó de una fachada única en la calle General Sanjurjo, unificando las fábricas de 1906 y 1920, y añadiendo una nueva planta a las anteriores.

TAMBIÉN EN /1959/

El 1 de enero se produce el triunfo de la Revolución cubana y FIDEL CASTRO TOMA EL PODER.



El 3 de marzo Estados Unidos pone el PRIMER SATÉLITE EN ÓRBITA alrededor del Sol.



El 1 de abril Franco inaugura el monumento del VALLE DE LOS CAÍDOS.



En abril se funda en Colombia el GRUPO GUERRILLERO M-19 (Movimiento 19 de Abril).



En el verano de este año se forma en España la BANDA TERRORISTA ETA.



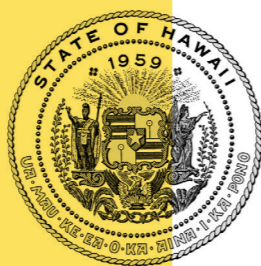
El científico español Severo Ochoa recibe el PREMIO NOBEL DE MEDICINA.



El 11 de julio nace RICHIE SAMBORA, guitarrista estadounidense de la banda Bon Jovi.



El 21 de agosto Hawái se convierte en el ESTADO N.º 50 DE ESTADOS UNIDOS.



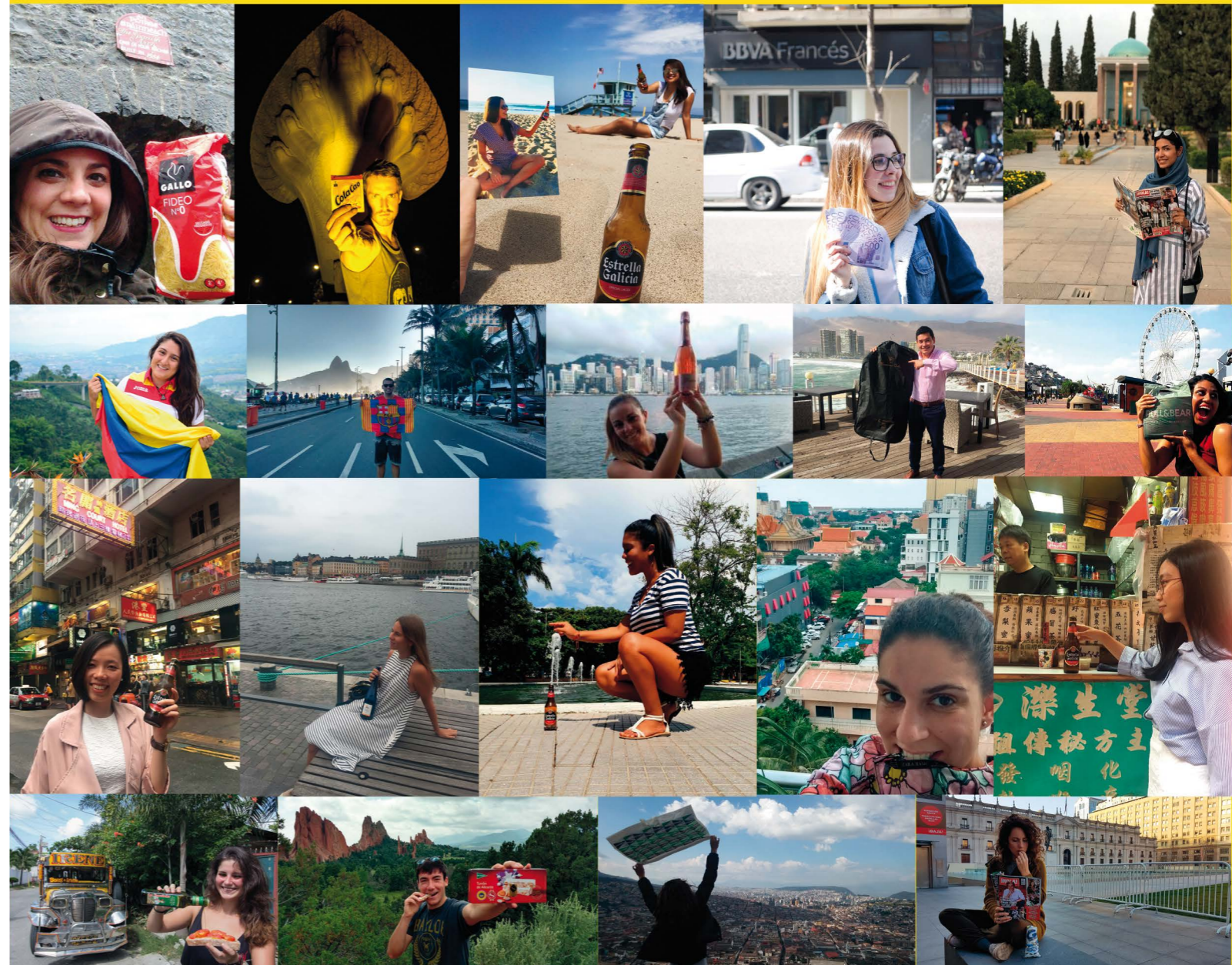
El 20 de noviembre la Asamblea General de las Naciones Unidas presenta la DECLARACIÓN DE LOS DERECHOS DEL NIÑO.



Se estrena la película CON FALDAS Y A LO LOCO, obra maestra de Billy Wilder, protagonizada por Jack Lemmon, Tony Curtis y Marilyn Monroe.



marcasxelmundo.com



Foro de
Marcas Renombradas
Españolas

Una Historia Diferente

