



WELCOME <
ACTUALIDAD
PÁGINA 24

**PERSONAJE
ESTRELLA** <
MACY GRAY
PÁGINA 61

**HR POR
DENTRO** <
FORMACIÓN
CULTURA DE CERVEZA
PÁGINA 20

**EN PRIMERA
PERSONA** <
PABLO
MINAMBRES
PÁGINA 26

**ACCIÓN
RESPONSABLE** <
VOLUNTARIADO
PÁGINA 32

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.

Iniciado ya 2017 estamos avanzando e inmersos en un nuevo plan estratégico trianual, 17-19, plan esencial, para reafirmar, aun más si cabe, nuestra identidad, nuestro origen y nuestra cultura.

En los últimos años hemos intentado transmitir nuestros valores y cultura, ayudando a que la sociedad y el consumidor entienda mejor lo que hacemos y cómo lo hacemos, y así comprenda mejor los productos que elaboramos.

Creo que uno de nuestros secretos ha sido ser siempre fieles a nuestro origen y respetar el oficio. Como sabéis nos gusta hacer una cerveza a fuego lento, con ingredientes naturales y recetas únicas y diferenciadas, y sobre todo, con algo que nos distingue de nuestros principales competidores, un origen único, la garantía y credibilidad que supone la elaboración en una única fábrica en España.

Creo imprescindible mantener esta cultura y valores que nos han traído hasta aquí, con la confianza y la seguridad de estar legitimados para liderar la cultura cervecera en España.

Damos la bienvenida a O'Hara's a este ambicioso e ilusionante proyecto, en el que compartimos mucho, como cultura, actitud, valores y una manera personal de hacer la cosas que seguro nos permitirán aprender mutuamente y crecer como empresa y equipo.

Bienvenidos a la familia!!

NOTICIAS

< CAMPANADAS CON ESTRELLA GALICIA



18

UNIVERSO 2.0 > 40

CULTURA DE CERVEZA



< ESTILOS DE CERVEZA



22

ACCIÓN RESPONSABLE > 28

EN PRIMERA PERSONA > 26

HR POR DENTRO

< FORMACIÓN CULTURA DE CERVEZA



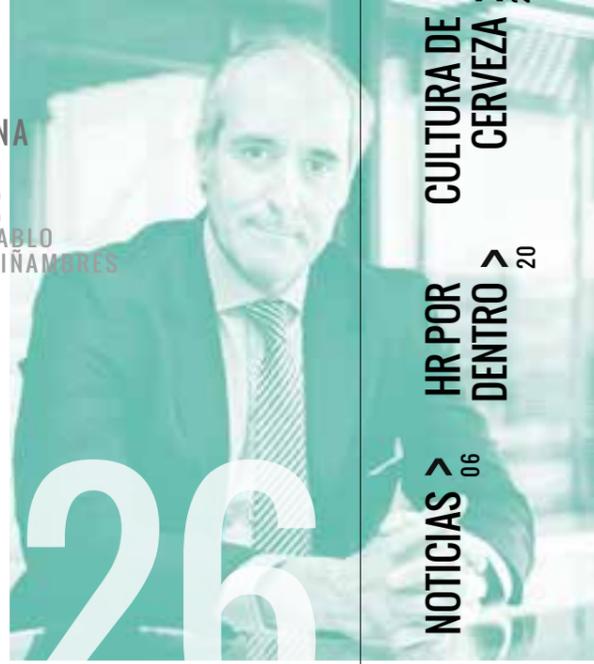
20

ACTUALIDAD > 24

CULTURA DE CERVEZA > 23

EN PRIMERA PERSONA

< PABLO MINAMORES



26

HR POR DENTRO > 20

NOTICIAS > 06

ABRIL 2017 | No 28

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

COLABORACIONES: Ignacio Rivera, Álvaro García de Quevedo, Rubén Pérez, Covadonga Noguero, David Fernández, Víctor Mantrián, Fernando Iglesias, Paul Tran, Lindsay Castling, José Luis Olmedo

DEPORTES > 43

MÚSICA > 51

MERCADOS > 56

PERSONAJE ESTRELLA > 61

SABÍAS QUE > 62

VIAJES > 64

VIAJES > 67

GUIÑO AL PASADO > 70

48



30

ACCIÓN RESPONSABLE

> PARLADOIROS DEL MERCADO DE LA COSECHA

DEPORTES

> MEJOR JUGADOR EG



24

ACTUALIDAD

> O'HARA'S

DEPORTES > 43

MÚSICA > 51

MERCADOS > 56

PERSONAJE ESTRELLA > 61

SABÍAS QUE > 62

VIAJES > 64

VIAJES > 67

GUIÑO AL PASADO > 70



40

UNIVERSO 2.0

> SON TICKETS



CABREIROÁ: INNOVACIÓN Y CRECIMIENTO



**ÁLVARO GARCÍA
DE QUEVEDO** / DIRECTOR UNIDAD DE NEGOCIO AGUAS
HIJOS DE RIVERA SAU
ROMPIENDO PARADIGMAS

Si algo tenemos que caracteriza a esta casa, es que no seguimos las tendencias que marcan otros, sino que creamos nuestro propio recorrido.

En este camino y de la mano de personas de enorme valía en todas las áreas de la compañía, hemos trazado un sendero propio para nuestro negocio del agua mineral, que por ahora engloba 3 manantiales, cada uno con sus características y bondades y todos complementarios. Si la tendencia es movilizar volumen bajando precios, nosotros convertimos a Cabreiroá en la marca de mayor valor de la categoría, y además resulta que incrementando por encima de cualquier otro competidor el volumen. Si la tendencia es cada vez tener marcas más globales, nosotros focalizamos en Cuevas y Fontarel como las aguas minerales asturianas y andaluzas por antonomasia siendo fieles al origen de nuestros manantiales. Si nadie apuesta por un mercado nicho como es el agua con gas, nosotros invertimos en nuevos formatos que acercan las propiedades de nuestra agua, Magma de Cabreiroá a los consumidores... y en todos estos casos, los que mandan, consumidores y clientes, nos responden positivamente con la elección de nuestras aguas y nuestra forma de entender los mercados, una forma propia y alternativa.

Es para nosotros un orgullo ver como otros actores de la categoría nos siguen, y algunos lo hacen con más recursos y con más inversión, pero hay dos pilares que no son capaces de imitar, uno es el talento de las personas que tenemos: nuestros equipos comercial, industrial, marketing y departamentos de soporte, y otra, la calidad y el mimo con el que trabajamos nuestras aguas. Este es nuestro eje diferencial sobre el que vertebramos nuestra estrategia.

No obstante, no podemos ser complacientes, estamos obligados a reinventarnos, y en los próximos años tendremos que exigirnos más, ser aún más eficientes, aún más innovadores y seguir retando el statu quo... porque al fin y al cabo, es el camino para seguir creando nuestra propia realidad.



**APOSTAMOS POR UN SÓLIDO PROCESO
DE MODERNIZACIÓN Y AMPLIACIÓN DE
LAS INSTALACIONES DE CABREIROÁ.**

En los últimos años hemos materializado nuestra apuesta por el negocio del agua mineral a través de importantes inversiones, enfocadas hacia nuestros manantiales (Cabreiroá, Agua de Cuevas y Fontarel), que nos han permitido adaptarnos a las necesidades del mercado y de nuestros consumidores.

En el caso concreto de Cabreiroá, se han hecho inversiones superiores a los 4,5 millones de euros en los últimos años, y está previsto invertir más de 7 millones en los tres próximos, con la intención de ampliar la capacidad de producción de la planta de Verín (Ourense), destinadas tanto a líneas de etiquetado y a una nueva llenadora como a cambios de envases. Todo ello teniendo en cuenta la inversión habitual destinada al exquisito cuidado que requiere el propio manantial y su perímetro para preservar la calidad de nuestras aguas.

Estas medidas nos han permitido incrementar la producción de Cabreiroá un 19% en el último ejercicio, con 72,5 millones de litros envasados, aumentando el volumen de litros en un 43%, cifra récord en el sector. Ha permitido a la marca situarse como segunda marca nacional en el canal de hostelería, tanto en el mercado de agua mineral sin gas como con gas.

Desde la Compañía se ha apoyado esta expansión a través de diversas herramientas que han resultado todo un éxito como es el caso de las inversiones en mejoras industriales, las campañas publicitarias, el cambio de envases y la ampliación de formatos o la asociación a licencias infantiles.

VINAGRE DE SIDRA ECOLÓGICO 100% GALLEGO

**MAELOC HA DADO UN PASO
MÁS ALLÁ Y AMPLÍA SU GAMA
DE PRODUCTOS CON UN NUEVO
VINAGRE DE SIDRA ECOLÓGICO.**

Como parte de la apuesta de Maeloc, por el cultivo de manzana ecológica, y del Proyecto Maeloc desarrollamos y lanzamos el nuevo vinagre de sidra 100% ecológico, que surge como resultado del intenso trabajo desarrollado por nuestro equipo de Custom Drinks, en nuestra planta de Chantada (Lugo).

Con este lanzamiento apoyamos la agricultura ecológica, a través de programas específicos de colaboración con cultivadores locales, en estrecha colaboración con más de 150 pequeños agricultores y fomentando el cultivo ecológico, ya que, en la actualidad, el 30% de la manzana sidrera que recogemos está certificado por el CRAEGA (Consello Regulador de Agricultura Ecolóxica de Galicia).

Ampliamos también nuestra gama de productos, sorprendiendo a los amantes de la cocina, con un vinagre que se caracteriza por su baja acidez, ausencia de sulfitos, color dorado ambarino y aroma suave y afrutado. Especialmente marcado por la materia prima de su elaboración: la manzana sidrera ecológica.

El vinagre de sidra Maeloc es un producto muy saludable, sin azúcares añadidos, sal ni grasas, que cuenta con efectos diuréticos y antioxidantes, además de controlar problemas como el colesterol, los triglicéridos o la hipertensión. Esto incrementa la posibilidad de disfrutar plenamente de su sabor.

Llegará a los lineales, en un envase de cristal de 50 cl con una imagen vintage, muy natural y acorde con el espíritu de la marca.

PRESENCIA INTERNACIONAL

Presentamos el vinagre de sidra Maeloc, con motivo de la mayor feria mundial de productos ecológicos, Biofach que se celebró en Nuremberg (Alemania) entre los más de 50.000 profesionales de 130 países que acudieron a este evento. Estuvimos presentes a través del vinagre de sidra y de nuestras sidras, que fueron las únicas españolas en este encuentro internacional que acoge a 2.325 expositores de todo el mundo.



**SURGE COMO
RESULTADO
DEL INTENSO
TRABAJO
DESARROLLADO
POR NUESTRO
EQUIPO DE
CUSTOM
DRINKS, EN
NUESTRA
PLANTA DE
CHANTADA
(LUGO)**



PRESENTACIÓN CORPORATIVA EN BRASIL

El día 22 de octubre asistimos de nuevo a un evento de presentación corporativa en Brasil, que se celebró en la sala Tom Brasil de São Paulo. Contamos con la presencia de Fabio Rodrigues, director general de Estrella Galicia Brasil, Juan Paz, director de Marketing de Estrella Galicia Brasil, y Antonio Viejo, director de Asuntos Corporativos de Corporación Hijos de Rivera.

A este evento asistieron distribuidores de la marca, periodistas, clientes, y personalidades como el cónsul de São Paulo o exfutbolistas del R.C. Deportivo de La Coruña como Djalminha o Luizao.

El primero en intervenir fue Antonio Viejo, quien agradeció durante su discurso la gran labor del equipo Estrella Galicia do Brasil, así como la asistencia a los allí presentes, en la que deseó que fuese una noche muy especial para todos.

Acto seguido, Fabio Rodrigues destacó, en su intervención, el gran crecimiento que la empresa ha experimentado a lo largo de estos 4 años de trayectoria, resaltando los logros alcanzados en el mercado brasileño.

La ocasión era para celebrar, ya que después de tantos años de trabajo por parte de todo el equipo de Estrella Galicia do Brasil, hemos logrado hacernos un hueco en un mercado de alto interés estratégico para la compañía como Brasil, tercer mercado del mundo en cuanto a volumen, con 200 millones de consumidores potenciales y que se ha convertido en una de las puntas de lanza para el desarrollo de nuestra compañía en América del Sur.

Para acompañar al evento de presentación corporativa, se celebró un concierto de la institución social de ayuda a jóvenes desfavorecidos Meninos do Morumbi, que fue encargada de poner ritmo a la noche y de hacer bailar a todos los asistentes.

Para culminar la velada, tuvo lugar un concierto a cargo del reconocido artista brasileño Zeca Baleiro, que quiso compartir su arte con todos los presentes.



PARA ACOMPAÑAR AL EVENTO DE PRESENTACIÓN CORPORATIVA, SE CELEBRÓ UN CONCIERTO DE LA INSTITUCIÓN SOCIAL DE AYUDA A JÓVENES DESFAVORECIDOS MENINOS DO MORUMBI



Y EN CHINA

El día 16 de noviembre celebramos un evento corporativo en la ciudad de Shanghái, en China, con el objetivo de acercarnos a nuestros clientes en este mercado, fidelizar nuestras relaciones así como para transmitir nuestra filosofía como compañía y la esencia de nuestros productos.

En este evento, al que asistieron nuestros principales clientes del gigante asiático, contamos con la presencia de Rafael Rostoll, director de nuestro negocio en Asia, Francisco Alabart, director general de HR Incorp, y Antonio Viejo, director de Asuntos Corporativos, que intervinieron, en este orden, para explicar a los presentes, cuál es la trayectoria de nuestro negocio en este mercado, los objetivos y la historia, que hay detrás del negocio.

La gala estuvo amenizada por varias actuaciones, que combinaban elementos de la cultura española y china, entre las que se encontraba una actuación de música flamenca o grupos de música tradicional china, encargados todos ellos de acercar el arte a este escenario.

El cena finalizó a las 21.30 horas, clausurando el evento con la entrega de un pequeño detalle a los asistentes, como agradecimiento por su participación en esta velada, que se celebró en Le Royal Meridien Hotel de Shanghai.

A través de este tipo de eventos corporativos, consolidamos nuestra presencia, como compañía, en los mercados extranjeros en los que estamos presentes. En este caso en China, un mercado en continuo crecimiento, en el que nuestras ventas se han triplicado entre 2014 y 2016.

LA GALA ESTUVO AMENIZADA POR VARIAS ACTUACIONES, QUE COMBINABAN ELEMENTOS DE LA CULTURA ESPAÑOLA Y CHINA, ENTRE LAS QUE SE ENCONTRABA UNA ACTUACIÓN DE MÚSICA FLAMENCA O GRUPOS DE MÚSICA TRADICIONAL CHINA





TEMPORADA DE FERIAS

XANTAR 2017

La temporada de ferias y salones profesionales arrancó con el Salón Internacional de Turismo Gastronómico Xantar, que celebró su décimo octava edición del 1 al 5 de febrero en Ourense. En esta ocasión, estuvimos presentes a través de un completo stand multiproducto y de una intensa agenda de catas y degustaciones abiertas al público, para dar a conocer nuestra gama de bebidas entre todos los visitantes.

Celebramos actividades en torno a la cerveza, con catas de Estrella Galicia y de nuestras cervezas de la gama 1906, así como de nuestras cervezas de distribución. Dimos a conocer nuestras sidras Maeloc y nuestra apuesta por la agricultura ecológica en el cultivo de la manzana y desarrollamos catas de nuestros vinos Ponte da Boga.

FÓRUM GASTRONÓMICO

Del 12 al 14 de marzo, estuvimos presentes en la décimo-octava edición del Fórum Gastronómico, que se celebró por cuarto año consecutivo en A Coruña.

Como parte de nuestras actividades en el Fórum, uno de los eventos más reconocidos del circuito gastronómico nacional, celebramos catas, charlas y degustaciones de nuestras cervezas, vinos, sidras y aguas, maridados además con platos de primera calidad, elaborados por chefs de renombre que forman parte de la Asociación "Coruña Cociña", integrada por una veintena de cocineros y cocineras locales que buscan promocionar la cocina coruñesa.

En el marco del Fórum Gastronómico, celebramos la cuarta edición del Campeonato Gallego de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia y contamos con algunos invitados de honor, como los jugadores del R.C. Deportivo de La Coruña, Florin Andone y Pedro Mosquera, que hicieron entrega de los premios del Certamen de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia.

MERCADO DE LA COSECHA

Nuestro programa de Responsabilidad Social Corporativa, el Mercado de la Cosecha, estuvo también presente en el Fórum a través de un completo stand en el que se desarrollaron un total de 57 actividades, a lo largo de los tres días feriales, en las que participaron más de 850 personas, un constante hervidero de público que mostró un gran interés por los proyectos ejemplares del rural gallego que integran esta plataforma.



Talleres de infusiones de Orballo o de castañas Naiciña, catas de sidras Maeloc o vinos Ponte da Boga o degustaciones de embutidos de poco celta de Horta de Teodoro, yogures de Casa Grande de Xanceda y quesos de Archeixal o Cortes de Muar son solo algunas de las propuestas a las que el público acudió masivamente. Además, Fogar de Santiso expuso su modelo de negocio basado en productos de proximidad a los asistentes a través de actividades tipo showcooking de: "Cocina con Identidad", "Cocina de Proximidad" y "Cocina 360º".

ACUERDO CORUÑA COCIÑA

En el marco de esta feria, y manteniendo nuestro apoyo a la gastronomía local, presentamos el acuerdo con la Asociación Coruña Cociña, compuesta por cocineros locales que comparten el objetivo de impulsar la ciudad de A Coruña como destino gastronómico de primer nivel.

Dicho acuerdo supondrá, entre otras cosas, el apoyo por parte de Hijos de Rivera al desarrollo de actividades que contribuyan a la divulgación de la cultura culinaria gallega y la promoción de A Coruña como destino de turismo gastronómico de primer nivel.

FEVINO

Nuestros vinos Ponte da Boga estuvieron presentes, los días 3 y 4 de abril, en la décima edición de Fevino, el Salón Internacional del Vino que convirtió a la ciudad de Ferrol en epicentro de la enología durante estos días.

Alrededor de 200 bodegas de las principales denominaciones de origen de España participaron en este evento, un referente del sector en el noroeste peninsular, y punto de encuentro para bodegueros, importadores, distribuidores, sumilleres, enólogos y profesionales del vino.

PRÓXIMAS CITAS SALÓN DE GOURMETS

Un año más, estaremos presentes en el Salón de Gourmets, que se celebrará en Madrid del 24 al 27 de abril, y que contará con nuestras marcas Estrella Galicia y Cabreiroá como patrocinadores oficiales. Esta feria internacional se ha ido consolidando, desde la década de los 80, como uno de los escaparates más importantes de alimentos y bebidas de alta gama, así como anticipador de tendencias en el sector.

Nuestro stand contará con una intensa agenda de actividades divulgativas, desde ponencias, hasta catas y maridajes. Este salón será la última parada de nuestro Campeonato Nacional de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia, en su recorrido por nuestro país, y será también escenario del quinto Campeonato de España de Tapas, Gourmetapa Estrella Galicia.





IV CAMPEONATO DE TIRAJE DE CERVEZA



NUESTRO PROGRAMA BEER MASTER SESSIONS RECORRE, UN AÑO MÁS, TODO EL TERRITORIO NACIONAL, A TRAVÉS DEL CAMPEONATO DE TIRAJE DE CERVEZA ESTRELLA GALICIA, CON EL OBJETIVO DE PROMOVER LA CULTURA DE CERVEZA Y RECONOCER LA LABOR DE LOS HOSTELEROS COMO UN ESLABÓN FUNDAMENTAL EN LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS DE NUESTRA COMPAÑÍA

El Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia busca los mejores tiradores de cerveza en cada comunidad, poniendo a prueba sus habilidades en el servicio y frente al resto de hosteleros que se presentan a cada campeonato. Los finalistas de cada fase regional (campeón y subcampeón) compiten por ser el Mejor Tirador de Cerveza Estrella Galicia a nivel nacional.

CERTAMEN DE ASTURIAS

El pasado 20 de febrero tenía lugar en Oviedo la primera cita del año del IV Campeonato de Tiraje de Cerveza, el Certamen de Asturias. Martín Galán Rozada, de la cafetería Cervantes en El Entrego (Asturias), resultó vencedor. Borja Vijande, subcampeón de este certamen, le acompañará en la final nacional que se celebrará en Madrid.

CERTAMEN DE GALICIA

El 13 de marzo celebramos el Certamen de Galicia, en el Fórum Gastronómico de A Coruña, donde Rubén Vilariño e Iván Eijo se proclamaron campeón y subcampeón de Galicia, respectivamente. Recibieron el premio de manos de los jugadores del R.C. Deportivo de La Coruña, Florin Andone y Pedro Mosquera.

CERTAMEN DE CASTILLA Y LEÓN

La última parada del IV Campeonato ha sido Salamanca, donde se celebró el Certamen de Castilla y León. En esta prueba se proclamó vencedora la aspirante Pilar García, y el subcampeón fue Diego Arnaiz.

En el del Salón de Gourmets, tendrán lugar el Campeonato de Tiraje de Madrid (24 de abril) y la gran final nacional, donde conoceremos al Mejor Tirador de Cerveza de España de esta edición (25 de abril).

EDICIONES LIMITADAS

DESDE HACE YA VARIAS TEMPORADAS, LANZAMOS DIFERENTES EDICIONES ESPECIALES Y LIMITADAS DE ETIQUETAS DE NUESTRA MARCA ESTRELLA GALICIA CON EL OBJETIVO DE RENDIR HOMENAJE A TRADICIONES, EVENTOS O FESTEJOS DE CARÁCTER POPULAR, Y PARA COMPARTIRLOS CON TODOS NUESTROS CLIENTES Y CONSUMIDORES.

En estos primeros meses de 2017 celebramos las Fallas de Valencia y las Ferias de Andalucía en España, y lanzamos por primera vez una edición limitada para el mercado brasileño que rinde homenaje al *street art* de São Paulo, capital mundial del grafiti.

ESTRELLA GALICIA, STREET ART BRASIL

Estrella Galicia Brasil lanza en abril una edición limitada de etiquetas, en la que tres artistas visuales brasileños han plasmado su visión personal sobre la Cultura de Cerveza.

Cusco Rebel, Shock Maravilha y Leiga participan en este homenaje, a través de sendas obras artísticas que se incorporarán a nuestras botellas de 330 y 600 ml para el mercado brasileño.

Sus creaciones, además, quedaron plasmadas en un gran mural, con motivo de su visita a nuestro país a finales de marzo y como parte de la colaboración entre nuestra filial en Brasil y el proyecto de mecenazgo corporativo, 12 Miradas :: Riverside.

ESTRELLA GALICIA, FERIAS DE ANDALUCÍA

Con el objetivo de acercarnos a nuestros consumidores andaluces y para celebrar la temporada de Ferias, lanzamos una edición limitada, disponible en el canal de hostelería en formato botella de 33 cl, durante todo el mes de abril y hasta agotar existencias.

El hashtag **#lamásflamenca** acompaña al diseño de esta etiqueta en la que rendimos homenaje al traje típico de flamenca, a la que no le faltan sus lunares, clavel y caracoles en el pelo.

ESTRELLA GALICIA, FALLAS DE VALENCIA

Un año más, nos unimos a la celebración de las Fallas con el lanzamiento de una edición especial de etiquetas de Estrella Galicia, que estuvo disponible en el canal de hostelería de la Comunidad Valenciana, durante todo el mes de marzo y hasta agotar existencias.

Con el claim "Estrella Galicia On Fallas", el diseño de las botellas se inspiró en el murciélago, uno de los emblemas de la ciudad desde el siglo XVII, y en el fuego, protagonista por excelencia de la fiesta valenciana más reconocida a nivel internacional.

Nuestra presencia en la fiesta valenciana se ha reforzado este año, con la imagen de nuestra marca Estrella Galicia en once de las Fallas participantes, ocupando un lugar destacado en todas ellas. En el caso de la Falla L'Antiga de Campanar, además, fue merecedora del primer premio de la Sección Especial de Monumentos, y la Falla Malvarrosa, en la zona del marítimo, logró un segundo premio en la categoría de Iluminación, con nuestra imagen coronando el espectáculo de luz y sonido.



NUESTRAS COSECHAS

LAS CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS NO HAN SUPUESTO FINALMENTE UN IMPEDIMENTO PARA LOGRAR UNA BUENA TEMPORADA DE COSECHA DE LÚPULO, MANZANA Y UVA EN 2016.

Las fantásticas condiciones climatológicas hicieron de 2015 un año inmejorable para nuestras cosechas. Si bien en 2016 las condiciones han sido menos favorables, no han impedido que podamos disfrutar de una buena temporada de cosechas.

La campaña se inauguró en el Centro de Investigaciones Agrarias de Mabegondo (CIAM), con la recogida del lúpulo. El 2016 ha sido un año muy importante para nosotros, ya que hemos sido pioneros en España en el cultivo de la variedad británica Admiral, que se suma a las variedades que veníamos cultivando hasta la fecha (Nugget, Magnum, Perle, Sladek, Merkur, Cascade).

La vendimia ha estado especialmente marcada por las duras condiciones climatológicas, por ser esta una materia prima muy sensible a la meteorología. Finalmente se logró una magnífica cosecha gracias a las condiciones que se dieron en la última fase de maduración de la uva, que nos permitió recoger nuestras variedades: Mencía, Godello, Albariño, Merenzao, Souson y Brancellao.

Por último, se desarrolló la campaña de la manzana. Durante la fase de recogida, en nuestras instalaciones de Custom Drinks, recibimos a más de 1.000 pequeños cultivadores de toda Galicia, que colaboran en la producción de nuestra sidra 100% natural. Algunos de ellos, además, se han sumado ya a nuestro proyecto de manzana ecológica, cultivada según los procedimientos del Consello Regulador de Agricultura Ecológica de Galicia (CRAEGA).

El 2016 también ha sido un buen año para nuestra sidra, tanto en lo referente a materia prima como en avances de investigación, ya que se incorporaron dos nuevos campos de ensayo, en Chantada y Ortigueira. En total, durante esta cosecha se han recogido 1,5 millones de kilos de manzana con los que elaboramos nuestra sidra Maeloc.



PREMIOS TERMATALIA

Termatalia, la principal feria internacional del turismo de salud, galardonó en su reciente edición a nuestras Cabreiroá, Magma de Cabreiroá Original y Magma de Cabreiroá con Gas, en la Cata Internacional de Aguas, que se celebró en México del 29 de septiembre al 1 de octubre.

El jurado otorgó los máximos galardones a nuestras aguas en sus respectivas categorías: agua mineral sin gas, agua mineral natural con gas carbónico natural y agua con gas carbónico añadido.

Estas distinciones se suman a otros premios que recibimos a lo largo del año, como los ITQI, que le fueron otorgados por el International Taste and Quality Institute de Bruselas en el mes de mayo.



PRIMER PREMIO 'GLOBAL BOTTLED AWARDS'

La edición especial de Cabreiroá, con la Patrulla Canina, recibió el Primer Premio en la reciente edición de los galardones internacionales Global Bottled Water Awards 2016, organizados por Zenith International que se celebraron en Praga en 2016.

Los Global Bottled Water Awards premian los mejores logros en la industria del agua embotellada, siendo los más prestigiosos dentro de este sector y un referente por la gran participación de marcas internacionales, que en esta ocasión fueron más de 100 las que se presentaron en las diferentes categorías.

En el caso de Cabreiroá ha tenido gran importancia la afinidad del producto hacia el público infantil, ya que, las etiquetas son coleccionables y están pensadas para que el consumidor pueda despegarlas de las botellas y pegarlas en cualquier superficie, como un libro o un álbum.

El jurado ha tenido en cuenta también la variedad de diseños existentes: 6 distintos de etiquetas frontales por cada uno de los personajes de la serie y 4 para las etiquetas traseras. En total, 24 combinaciones distintas que se podían personalizar, con el nombre, en la etiqueta frontal.



CABREIROÁ, UNA ALIANZA DE ALTOS VUELOS



Nuestra marca de agua mineral Cabreiroá lanzó este mes de enero una nueva edición de sus botellas, de la mano de los Super Wings, la serie de éxito del momento y una de las más visionadas del canal Clan, responsable de su emisión en España. Los conocidos personajes están presentes en los envases del formato PET de 33 cl con tapón infantil.

Esta serie de animación de repercusión internacional comenzó a emitirse en mayo de 2016, consiguiendo un éxito inmediato entre el público infantil y convirtiéndose en un referente para la cadena de mayor audiencia infantil a nivel nacional.

A lo largo de 2017 se lanzarán colecciones diferentes con las que nuestra marca sorprenderá a los consumidores. En un primer momento, los más pequeños podrán disfrutar de una edición inicial de lanzamiento que cuenta con los cuatro personajes principales: Jett, Dizzy, Donnie y Jerome.

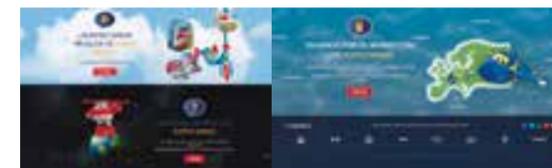
Con esta alianza, Cabreiroá dará la posibilidad a sus consumidores más pequeños de aprender viajando con los Super Wings participar en sorteos y coleccionar los diferentes modelos de envases y tapones de colores.

NOVEDADES EN LA WEB

Con motivo de la nueva licencia infantil, hemos actualizado la página web de la marca, para ofrecer contenido exclusivo y educativo para los más pequeños de la casa.

Se ha introducido un cuestionario mediante el cual los niños pueden aprender jugando, y se ha puesto a disposición del usuario un apartado de descarga de recortables, como mapas y botellas, para redondear la experiencia de marca y que los niños aprendan de la mano de los Super Wings, con la ayuda de sus padres.

Además, con el ticket de compra, los consumidores pueden participar en el sorteo de diferentes elementos de merchandising, como patinetes, mochilas o gorras de los Super Wings.



DAVID FERNÁNDEZ / PRODUCT MANAGER AGUAS CABREIROÁ SUPER WINGS
HIJOS DE RIVERA SAU



Uno de los ejercicios más difíciles para una marca es renovarse año tras año sin perder su espíritu.

Sin duda el año pasado los resultados del formato 33 cl infantil fueron un éxito y logramos revolucionar la categoría de aguas minerales... lo que se dio gracias a la implicación y la entrega de todo el equipo que hace posible que el producto llegue al mercado, desde el equipo del Manantial pasando por el de Ventas y de Trade Marketing.

Con este histórico, el 2017 se presenta como un importante reto en este formato, tanto en ventas como en relevancia e impacto para el consumidor. Con el objetivo de asentarnos como una alternativa para los compradores de aguas infantiles, el primer paso ha sido pensar en una asociación a medio plazo con una licencia que aportase valores educativos y experienciales a las familias.

De ahí nace la asociación con Super Wings, la serie de dibujos animados llamada a ser el gran éxito de los próximos años y que transmite estos valores de Vitalidad y Positividad tan vinculados con Cabreiroá, de mente abierta y aventurera, pero en este caso destinada a los más pequeños.

Con un plan de valor añadido en el que habrá diferentes ediciones durante el año, Super Wings nos ayudará en este 2017 a afianzarnos en consumidores con hijos, de esta franja de edad de 2-7 años, que son muy activos en el lineal. No les importa pagar un poco más por un producto que va destinado a los más pequeños de la casa.



CONGRESO NACIONAL DE LA EMPRESA FAMILIAR

DEL 16 AL 18 DE OCTUBRE, SE CELEBRÓ EN A CORUÑA EL CONGRESO NACIONAL DE LA EMPRESA FAMILIAR, DONDE SE DIERON CITA POLÍTICOS, EMPRESARIOS Y EXPERTOS DEL PANORAMA NACIONAL E INTERNACIONAL PARA DIFUNDIR LAS MEJORES PRÁCTICAS EN GESTIÓN EMPRESARIAL, ESTRATEGIA CORPORATIVA Y GOBIERNO FAMILIAR.

En esta XIX edición del congreso, que inauguró Su Majestad el Rey, Felipe VI, acompañado por el presidente de la Xunta, Alberto Núñez Feijóo y el alcalde de la ciudad, Xulio Ferreiro, tuvo lugar una mesa redonda sobre “Empresas familiares centenarias” en la que intervino Ignacio Rivera junto a Mauricio González-Gordon y Joaquín Uriach, presidentes de González-Byass y Grupo Uriach, respectivamente.

Hasta el Palacio de Exposiciones y Congresos (PALEXCO), donde se celebró el evento, se trasladaron líderes políticos y economistas, además de empresarios de la talla de Pablo Isla, presidente de INDITEX o Simón Pedro Barceló, copresidente de Barceló, para debatir sobre la situación económica del país y la importancia de las empresas de origen familiar.

A mayores del programa de conferencias, el CNEF contó con actividades paralelas, como la “Fiesta Fórum” que celebramos en la discoteca del Playa Club, un almuerzo en el Mirador de San Pedro y una cena en el Pazo de Vilaboa.



110 ETIQUETAS DE PREMIO

LA CAMPAÑA 110 ETIQUETAS DE ESTRELLA GALICIA FUE GALARDONADA POR EL CLÚSTER DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA DE GALICIA COMO LA MEJOR IDEA INTEGRADA-CROSS MEDIA, EN EL MES DE NOVIEMBRE.

La acción conmemorativa del 110 aniversario, de la empresa, que competía con otras 480 candidaturas a los “Premios Paragüas”, fue considerada como la mejor adaptación de un mismo mensaje a los diferentes canales, medios y soportes, consiguiendo una campaña integrada y potente.

Nuestro CMO de Marketing, José Cabanas recogió el galardón, agradeciendo la participación y el apoyo brindado a este proyecto por parte de artistas como Manel Cráneo, que según sus palabras “hizo posible este proyecto al haber logrado reunir a más de 50 ilustradores de gran prestigio”. Cabanas puso también en valor el trabajo de la agencia Imaxe, que colaboró en el desarrollo del diseño de esta colección de botellas.



PROYECTO ECOVINE

La Agencia Gallega de Innovación aprobó ECOVINE en el mes de noviembre. Un innovador proyecto liderado por nuestra bodega Ponte da Boga de la mano de la Universidad de Santiago y el CSIC, en el que colaboran otras entidades, como la Bodega Lar de Ricobao y las empresas tecnológicas Elmantec y Teican Medioambiental.

Este proyecto, que pretende aprovechar los avances tecnológicos para mejorar los procesos tradicionales de cultivo de la vid, se basa en la utilización de un sistema de captación de imágenes a bordo de un dron dotado de una cámara multiespectral que, en combinación con los datos proporcionados por los sensores de suelo, permitirá zonificar el viñedo con precisión y conocer de modo global el estado fisiológico y la situación vegetativa del mismo. Dará como resultado un mapa cromático que, tratado con un software específico, nos dará información precisa sobre la que tomar decisiones.

Gracias a este proyecto, se optimizará notablemente el proceso de cosecha y cultivo, tanto en términos cualitativos como de eficiencia, ya que serán los datos globales procesados, proporcionados por drones y sensores, en lugar de un muestreo estadístico, siempre limitado, los que nos aporten la información con un elevado rango de detalle sobre la cartografía de la parcela.



RUBÉN PÉREZ / DIRECTOR TÉCNICO ADEGA PONTE DA BOGA
APROXIMACIÓN A LA CIENCIA

Como bien sabéis, el ser humano lleva fermentando jugos (vino, cerveza, sidra...) desde los albores de la civilización, lo cual ha generado una profunda tradición empírica que ha permitido obtener buenos resultados basados en la experiencia, incluso antes de conocer los principios básicos que regían las fermentaciones (Louis Pasteur), y si bien a finales del siglo pasado las cosas aceleraron algo en términos de conocimiento científico, en los últimos años la recuperación de una serie de corrientes de pensamiento (pseudociencias), como la biodinámica, han frenado el afán investigador.

Creo que, en estos tiempos donde la interacción con el público es tan importante, el mundo del vino debe tratar de aproximar la ciencia a los consumidores y prescriptores, para evitar que en su imaginario se establezca un conflicto entre ciencia y tradición. En este sentido, el último proyecto ECOvine, liderado por nuestra bodega de la mano del CSIC y de la Universidad de Santiago de Compostela, debe contribuir a este objetivo.

Voy a tratar de explicaros el proyecto de un modo razonablemente divertido, dando relevancia a algunas de las mentes que desarrollaron el conocimiento para hacerlo posible y que, básicamente, consiste en un Dron con una cámara de fotos y algunos sensores en tierra.

Pues bien, esta sencilla aeronave (Dron), copia el funcionamiento básico del autogiro (Juan de Cierva), pero sustentada gracias a la propulsión de sus motores AC (Nikola Tesla), alimentados por baterías de Litio superligeras, que en conjunción con su bastidor de fibra de carbono le permiten portar una cámara fotográfica multiespectral.

Dado que la planta es capaz de transformar la energía luminosa (fotón) en energía química para la síntesis de tejidos (Einstein aclaró el efecto fotoeléctrico), a través de la clorofila (responsable del color verde vegetal), el proyecto ECOvine nos permitirá establecer un mapa cromático de nuestra parcela, que puede ser tratado con un software (Turing) para analizarlo y obtener información sobre el estado de la parcela en cada pixel. Además, el objetivo será vincular el estado de nuestro viñedo con una longitud de onda determinada (J.C.Maxwell); algo que puede resultar complejo dada la cantidad de interferencias que hay sobre la radiación reflejada por el viñedo y que se solapa con la variabilidad vegetativa que presentan las plantas.

Esa dificultad, y los traspiés a los que nos conduce, forma parte de la esencia misma de la ciencia, de modo que, incluso fracasando, debemos perseverar para seguir aprendiendo. Me gustaría finalizar con una frase (adaptada a mi conveniencia) de Sir Isaac Newton: “Solo lograremos ver más lejos, subidos a hombros de gigantes”, es decir, solo mejoraremos si seguimos aprendiendo, lo que creo, aclara mi posición, sobre el camino a seguir por el mundo del vino.



**COVADONGA
NOGUEROL** / JEFA SERVICIOS DE MARKETING
HIJOS DE RIVERA SAU

EFFECTO SORPRESA

El sector cervicero es uno de los más activos en lo que a comunicación publicitaria se refiere pero en Estrella Galicia, no nos conformamos con lo de siempre. A lo largo de estos años hemos querido diferenciarnos de la competencia con el desarrollo de acciones sorprendentes e innovadoras. Somos conscientes de que cada vez es más difícil captar la atención del público y conseguir comunicar nuestro posicionamiento a través de los medios de forma convencional.

Por esta razón, nos esforzamos cada día en buscar nuevos emplazamientos para nuestra marca y sobre todo, idear acciones disruptivas capaces de trascender y sobrevivir más allá del mero intercambio publicitario.

Una de las últimas acciones más atrevidas ha sido la portada de *Marca* el día siguiente que Marc se proclamó Campeón del Mundo de MotoGP. Después de muchas conversaciones con el medio conseguimos modificar su cabecera e incluir nuestro logo en la misma, algo que ningún otro anunciante había conseguido hasta el momento.

Uno de nuestros programas favoritos para realizar este tipo de acciones no convencionales es *El Hormiguero* en Antena 3. Asociándonos con el invitado y utilizando como prescriptores a las famosas hormigas y al presentador Pablo Motos, conseguimos incluir nuestra marca durante la emisión del mismo y generar un recuerdo mucho más potente en los 4 millones de personas que ven el programa diariamente.

Como colofón final, para despedir el año por todo lo alto, desarrollamos una nueva acción de medios durante la retransmisión de las campanadas en la noche de Fin de Año, desde la Puerta del Sol. En esta ocasión, logrando llegar a 5 millones de espectadores a través de los canales de televisión Atresmedia y Mediaset y a 21 millones de usuarios a través de redes sociales, con un 40% de cuota de pantalla en el momento televisivo más esperado del año.

Con todas y cada una de estas acciones, desde el área de Servicios de Marketing seguiremos trabajando y explorando nuevas formas de seguir sorprendiendo; buscando nuevas fórmulas y dando una vuelta de tuerca a lo convencional... porque desde este planteamiento lo importante es el efecto sorpresa.

CAMPANADAS 2016

MÁS DE 5 MILLONES DE PERSONAS BRINDARON CON ESTRELLA GALICIA POR UN AÑO 2017 "EXAGERADAMENTE BUENO" EN LAS PRINCIPALES CADENAS DE TELEVISIÓN NACIONALES. EN ESTA OCASIÓN, JUNTO A LOS ROSTROS MÁS POPULARES DE ESTAS CADENAS.

Por quinto año consecutivo, Estrella Galicia ha sido protagonista de la noche más especial del año. La presencia de nuestra cerveza en la Nochevieja es ya una tradición, que en esta ocasión ha reunido un 40% de cuota de pantalla, teniendo como 'leitmotiv' el humor.

Este año, llegamos a los hogares españoles a través del emblemático actor Manuel Manquiña, que se coló en los programas especiales de estas cadenas, a petición popular, desde la plataforma **change.org** y desde las redes sociales, para desear a los espectadores un 2017 exageradamente bueno.

Además, y durante la retransmisión de las Campanadas, Carlos Sobera y Lara Álvarez en Telecinco y Cuatro, Cristina Pedroche y Alberto Chicote en Antena3 y Frank Blanco e Irene Junquera en La Sexta, comenzaron el 2017 con una Estrella Galicia en la mano.

IMPACTO SOCIAL

Los datos reflejan que, desde el 25 de diciembre cuando se comenzó a emitir el spot con el actor de *Airbag*, logramos impactar a la sociedad tanto a través de la televisión como en internet. En televisión, llegamos a más de 30 millones de personas.

Junto a la presencia en televisión, esta campaña ha tenido una alta repercusión en internet. En total, llegando a más de 21 millones de usuarios a través de las redes sociales Twitter, Facebook e Instagram con el hashtag **#campanadasconmanquiña**. El video principal ha obtenido más de 890.000 visualizaciones. Incluso, la plataforma **change.org** ha registrado una petición con más de 1.500 firmas para que Manuel Manquiña retransmitiese los programas especiales de Fin de Año, en directo.



EL HORMIGUERO

Nuestros pilotos de Moto GP y Fórmula 1, Marc Márquez y Carlos Sainz Jr., acudieron al plató del programa de Antena 3, *El Hormiguero* para divertirse con Pablo Motos y sus famosas hormigas en este *talk show* televisivo, líder de audiencia en su franja horaria con una media de 2,8 millones de espectadores en cada programa.

Estrella Galicia 0,0 dio la bienvenida a los pilotos, al comienzo de estos programas, en una nueva acción especial de la marca, que volvió a 'colarse' en dos episodios de este programa. Trancas y Barrancas aparecieron con camisetas de Estrella Galicia 0,0 durante estos momentos televisivos.



PRODUCT PLACEMENT

Nuestra cerveza Estrella Galicia quiso estar presente en algunos de los programas de mayor audiencia en televisión durante el año 2016, como: *Allí Abajo*, *Bajo Sospecha*, *Vis a Vis* y *Mi casa es la tuya*, que fueron algunos de los formatos elegidos en los canales de Atresmedia y Mediaset.

A través del *product placement*, una acción basada en la presentación de los productos durante el desarrollo de las acciones del programa, logramos introducir de forma digital nuestra marca en el recuerdo del espectador de una manera natural y alcanzando una alta notoriedad, siempre en el horario de máxima audiencia.

Cabreiroá se unió a esta iniciativa, junto a Estrella Galicia, apareciendo por primera vez en el guión de una serie de ficción española en *prime time*, *Bajo Sospecha*.



HISTORIA EN MARCA

Celabramos junto a Marc Márquez su última victoria como Campeón del Mundo de Moto GP, con una portada emblemática en el diario *Marca*, que modificó el diseño de su portada a través de un juego de palabras que, mediante la eliminación de su última A y la introducción de nuestro logotipo, convertía a MARC y Estrella Galicia 0,0 en grandes protagonistas.

Esta acción especial formaba parte de una serie de felicitaciones públicas de Estrella Galicia 0,0 en diferentes medios de televisión y online. En la web: 93razonesmarcmarquez.es los usuarios podían completar, además, las 93 razones para felicitar al campeón.

Felicidades Marc!



SOMOS CERVECEROS: PLAN FORMATIVO EN CULTURA DE CERVEZA

EL EQUIPO DE CULTURA DE CERVEZA, EN COLABORACIÓN CON RECURSOS HUMANOS, ESTÁ LIDERANDO UN TRABAJO LIGADO A LA FORMACIÓN CERVECERA. PARA ELLO HAN COMENZADO CON UN PLAN FORMATIVO DIRIGIDO A LAS PERSONAS QUE TRABAJAN EN LA COMPAÑÍA. ALREDEDOR DE 550 PERSONAS DE DIVERSAS ÁREAS HAN RECIBIDO MÁS DE 7.200 HORAS DE FORMACIÓN PARA CONVERTIRSE EN LOS MEJORES EMBAJADORES DE NUESTRO MUNDO CERVECERO.



RESPONSABLE DE CULTURA DE CERVEZA
HIJOS DE RIVERA SAU
FERNANDO IGLESIAS /



La cerveza nos acompaña desde hace unos 10.000 años, formando parte de la vida diaria de antiguas y modernas civilizaciones. Es una bebida en continuo proceso de evolución y rodeada de una cultura milenaria. Los aciertos, los errores, el aprendizaje continuo y los avances tecnológicos han permitido llegar a la cerveza de la que ahora podemos disfrutar. Pero este largo y difícil camino no se podría recorrer sin la pasión de cientos de personas que con su trabajo diario han contribuido a hacer de esta bebida algo muy especial.

Hoy en día la cerveza vive un excelente momento. Es popular y cada vez genera mayor interés entre los consumidores que comienzan a apreciar su historia y riqueza. Por este motivo nos hemos propuesto un reto diferenciador: transmitir su cultura (que es la nuestra) a través de diferentes vías, una de ellas es la formación.

Por este motivo desde el área de Cultura de Cerveza, y con la colaboración del departamento de Recursos Humanos, hemos comenzado a construir los cimientos del proyecto centrandolo en la formación de los mejores embajadores que la cerveza en general y las nuestras en particular pueden tener: todas las personas que formamos parte de esta Compañía.

En noviembre del pasado año pusimos en marcha un plan formativo que en esta primera edición finalizó el mes de febrero de 2017. Su desarrollo supuso más de 7.200 horas de formación, incorporando a unos 550 compañeros a nuestro universo cervecero.

Diseñamos un programa formativo propio, pensado para nosotros, y siguiendo en todo momento la siguiente norma: "aprende divirtiéndote". Tratamos así que los participantes tengan una visión completa de la cerveza en general y de las cervezas de Hijos de Rivera en particular. El objetivo es que todos nosotros nos convirtamos en los mejores embajadores de esta maravillosa bebida.

Pero esta es solo la primera etapa dentro de una carrera de fondo. Manteniendo la formación interna como elemento clave, abrimos este año una segunda fase del plan formativo que busca ampliar el papel de embajadores al personal de las cervecerías propias, a la distribución y a las cervecerías de bodega.

En el 2016 comenzamos un camino que no tiene fin y que continuará en los próximos años. Estamos encantados de que nos acompañéis.

ESTA ACTIVIDAD SE HA DESARROLLADO, EN LÍNEA CON EL ÚLTIMO PLAN ESTRATÉGICO, TRATANDO DE BUSCAR LA EXCELENCIA EN CADA UNA DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA



HAY COSAS QUE SIEMPRE SE HACEN IGUAL

— hasta que llega alguien —

Y LAS HACE DIFERENTES.



1906

NUESTRA INTERPRETACIÓN
— más —
PERSONAL

1906 recomienda el consumo responsable.



Este es el primero de una serie de artículos destinados a guiarnos en el apasionante mundo de los estilos de cerveza. Comenzaremos este viaje con un estilo en auge y en plena evolución, del que ya se tiene conocimiento desde hace aproximadamente 200 años. Aquellas cervezas Pale Ale elaboradas para la India y que hoy todos conocemos como cervezas IPA.



FERNANDO IGLESIAS / RESPONSABLE DE CULTURA DE CERVEZA HIJOS DE RIVERA SAU

EL MUNDO DE LOS ESTILOS: LAS IPA



“Allí vivían un gran número de ciudadanos ingleses ávidos de consumir alimentos que no se podían encontrar o producir en aquellas latitudes, ingleses que echaban de menos sus clásicas pintas”.

De esta necesidad surge una fructífera ruta comercial. Desde los puertos de Londres y Liverpool zarparon navíos cargados de mercancías inglesas (la cerveza era una de ellas) y regresaban con las bodegas repletas de otras más exóticas que causaban furor en la Inglaterra de la época.

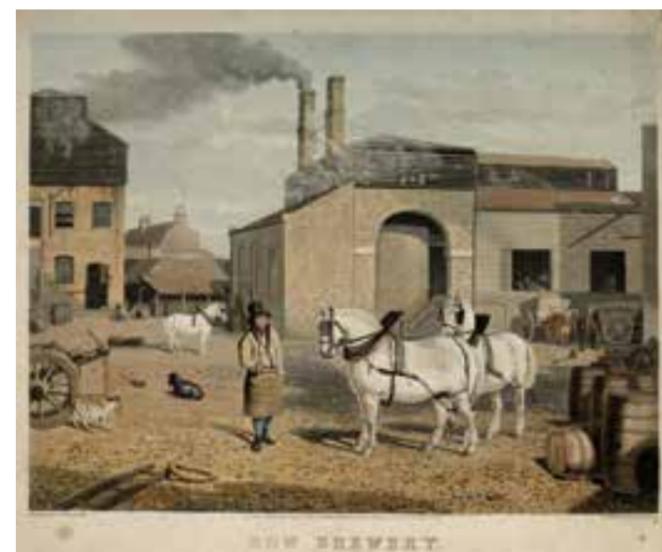
Existen datos muy diversos sobre cuáles eran esas primeras cervezas que se exportaban a la India. Parece que no se trataba de un solo estilo, pero en esta historia hay uno clave: las Pale Ale. Se trata de cervezas altamente consumidas en la Inglaterra de la época a las que el duro viaje hasta la India no les sentaba nada bien. Durante el largo periodo de navegación (de tres a cinco meses) se veían sometidas intensos cambios de temperatura, a fuertes agitaciones... por lo que, las Pale Ale, llegaban a la India “más muertas que vivas”.

Surge así la figura de George Hodgson, propietario de la pequeña Bow Brewery londinense y el más conocido de los primeros exportadores de Pale Ale a la India. Hodgson sabía que para prevenir el deterioro de sus cervezas durante el complicado viaje tenía dos herramientas: el lúpulo y el alcohol. Los dos grandes conservantes de los que disponía el cervecero de la época.

Realizó cambios en la receta de su Pale Ale empleando más grano y más lúpulo (incluso añadió lúpulo seco en los barriles en los que la envasaba). Esto modificó por completo sus propiedades sensoriales, obteniendo cervezas con más cuerpo, con un mayor volumen de alcohol y con más unidades de amargor que las Pale Ale de las que partían. Cervezas que podía soportar el rigor de un largo viaje. Surgen así las primeras “Pale Ale elaboradas para la India”; las primeras IPA.

Desde esas iniciales English IPA del S. XVIII al actual “mundo IPA” no solo han pasado tres siglos, sino una etapa en las que esta tipología de cervezas estuvo a punto de desaparecer y otra que permitió su renacimiento y evolución (gracias, entre otras cosas, a la explosión craft norteamericana). A fecha de hoy viven un momento de pleno apogeo. Si consultamos el punto 21 de la guía BJCP nos encontramos con un extenso listado de diferentes variedades de IPA. Una de ellas es la Belgian IPA, estilo plenamente representado por la Chouffe Houblond, una cerveza que forma parte de nuestro portafolio.

Apasionados de la cerveza, seguiremos en próximos artículos.





PARTICIPAMOS EN LA ARTESANA O'HARA'S

ADQUIRIMOS UNA PARTICIPACIÓN DEL 32% EN LA COMPAÑÍA IRLANDESA, INCORPORANDO A NUESTRA ESTRUCTURA EMPRESARIAL EL PROYECTO DE LA FAMILIA O'HARA'S, DE MARCADO CARÁCTER Y PERSONALIDAD PROPIA.

Adquirimos una participación del 32% de la cervecera artesana irlandesa "Carlow Brewing Company", una empresa familiar que comenzó hace 20 años a elaborar cervezas artesanas en el exigente mercado irlandés y que se ha situado a la cabeza de este movimiento en Europa a través de sus cervezas O'Hara's, marca emblema de la compañía que produce cervezas tradicionales irlandesas y sus propias interpretaciones personales de las variedades

más reconocidas internacionalmente como Stout, Ale, Lager y cervezas de trigo. Completa su gama con cervezas de temporada y ediciones limitadas entre las que destacan propuestas basadas en distintos lúpulos, cervezas IPA y cervezas maduradas en barrica, siempre con materias primas naturales y una concepción muy cuidada de la elaboración de cerveza.

AMANTES DE LA CERVEZA

Ignacio Rivera ha expresado su entusiasmo por haber conseguido sumarse al proyecto de O'Hara's, una propuesta de altísimo valor en el mercado global que, en sus propias palabras, "comparte nuestros valores y la esencia de lo que somos: grandes amantes de la cerveza". Afirma también que esta adquisición se enmarca y encaja de forma natural en la estrategia de nuestra compañía ya que Estrella Galicia nació en 1906 de un emprendedor artesano con una clara vocación cervecera.

Carlow Brewing Company es una compañía familiar fundada en 1996 en Barrow Valley, origen de la tradición cervecera irlandesa como corazón del cultivo y la producción de malta. Desde entonces, se ha mantenido a la vanguardia de la producción artesana de cerveza en Europa, un resultado avalado por múltiples reconocimientos dentro del sector. La familia O'Hara fue pionera en la corriente de cerveceros artesanos que hoy recorre el mundo y son de los pocos que a día de hoy se mantienen como una referencia dentro del sector, con una producción anual que supera ya los 3 millones de litros.

Su cerveza bandera es O'Hara's Irish Stout, pero la firma destaca por su vocación constante por innovar a través de nuevas propuestas cerveceras que sorprendan al consumidor, algo que les ha permitido completar una amplísima gama de recetas de diferentes estilos cerveceros de forma que mantiene una oferta de más de 16 cervezas distintas en el mercado simultáneamente.

Esta compra por parte de nuestra Compañía se deslizaba ya en el discurso de Ignacio Rivera en la presentación de resultados celebrada en el mes de marzo, en la que se abría la puerta a posibles incorporaciones al grupo empresarial, siempre manteniendo el carácter de "big craft", un concepto bajo el que se sitúa nuestra firma familiar, centenaria y cervecera.





**PABLO
MINAMBRES**
DIRECTOR ASESORÍA JURÍDICA
HIJOS DE RIVERA SAU

“LA TENDENCIA EN LAS EMPRESAS ES QUE EL DEPARTAMENTO JURÍDICO VAYA TOMANDO CADA VEZ MAYOR IMPORTANCIA A LA HORA DE AYUDAR EN LA TOMA DE DECISIONES”



EDAD
50

ESTADO CIVIL
Casado

UNA COMIDA
Un plato de buen jamón

UNA BEBIDA
Estrella Galicia Especial

AFICIONES
Me encanta practicar deporte

CIUDAD FAVORITA
La mía, A Coruña

UN LIBRO
“La cima de la colina”,
de Irving Shaw

UNA PELÍCULA
“Atrapa a un ladrón”,
de Alfred Hitchcock

UNA CANCIÓN
“Happy Hour”,
de The Housemartins

UN MOMENTO
Dormirme con mi hija
pequeña mientras le leo algo

UN RETO
En este momento,
tener y transmitir alegría

NO SOPORTA
Las malas formas

UNA DISCULPA
Déjame un rato y te llamo

¿Cuáles son las principales funciones de un departamento jurídico?

Hoy en día, la tendencia en las empresas es que el departamento jurídico vaya tomando cada vez mayor importancia a la hora de ayudar en la toma de decisiones, convirtiéndose de esta manera, en un elemento proactivo y garante del cumplimiento de la legalidad, a diferencia de lo que ocurría en tiempos pasados, en que solamente se recurría a las asesorías jurídicas cuando surgía un problema, considerándolas más como un abogado que como un profesional especializado en el entorno legal afectado por el negocio en cuestión. En este sentido, nuestra obligación es la supervisión y el asesoramiento jurídico de todas las sociedades del Core Business, como garantía y control preventivo de la legalidad, posibilitado por la visión global y transversal que poseemos de todas las áreas.

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

No cabe duda de que el crecimiento que está experimentado la Compañía supone un esfuerzo extra para todos, y el departamento jurídico no iba a ser una excepción. No obstante, esto genera grandes posibilidades de aprendizaje y crecimiento profesional para ser capaz de afrontar las nuevas situaciones debidamente, lo cual es muy ilusionante y motivador.

¿Cuáles son los principales proyectos en los que estáis ahora mismo involucrados?

Estamos inmersos en varios proyectos importantes, sujetos a cierto grado de confidencialidad y que afectan tanto al negocio de la distribución como al de ampliación de la capacidad industrial de algunas de nuestras plantas. Por otro lado, en el ámbito internacional, damos apoyo al desarrollo, tanto orgánico como inorgánico, que está experimentando la Compañía en diferentes mercados.

¿Qué importancia tiene vuestro trabajo en cuanto a las “cifras” que maneja una empresa?

Nuestro trabajo tiene un componente más cualitativo que cuantitativo. No obstante, también defendemos reclamaciones que nos llegan de diferentes ámbitos y, que, en muchas ocasiones, tienen un importante componente económico.

¿Cuáles son los principales retos de futuro, desde el punto de vista jurídico?

En el marco del actual Plan Estratégico del departamento, trabajaremos en la implantación de una base de cultura legal en las diferentes áreas, en los principales aspectos de su ámbito de actuación, para que se puedan desarrollar con más tranquilidad y confianza. Por otro lado, también nos ocuparemos de la adaptación del departamento a los grandes cambios tecnológicos y de mercado que está experimentando nuestro entorno.



MECENAZGO



EL AÑO EN QUE ABRIMOS NUESTRAS PUERTAS AL ARTE

12 ARTISTAS, 12 CHARLAS, 12 EXPOSICIONES. MÁS DE 2.000 ASISTENTES, 4 TALLERES Y 80 ALUMNOS. NUESTRO CICLO 12MIRADAS :: RIVERSIDE CUMPLE SU PRIMER AÑO Y EL BALANCE SOLO NOS DEJA CON GANAS DE VER, APRENDER Y DISFRUTAR CON MÁS ARTISTAS EN ESTE 2017.

12 artistas, 12 formas de ver el mundo, de expresarse y de entender la creatividad. Esa es la esencia de 12Miradas :: Riverside. Un ciclo que, desde hace un año, ha sido el encargado de acercar el arte y la creatividad a nuestra agenda de la mano de algunos de los artistas más relevantes del panorama nacional. Nos han permitido conocer sus creaciones, y abrir nuestra mente frente a la realidad.

Los participantes en 2016 han sido Toni Cumella, ceramista presente en proyectos emblemáticos de la arquitectura contemporánea; María Barros, diseñadora gallega de gran proyección internacional; Rosario Froján & Alfredo Olmedo, creadores de la marca de ropa femenina D-due, basada en procesos de fabricación artesanales; el director creativo y diseñador de luminaria Arturo Álvarez; los arquitectos Manuel Gallego y Toni Gironés; el diseñador industrial y defensor del "hazlo tú mismo", Curro Claret; Lois Patiño, cineasta y artista que plasma en su obra la dimensión del paisaje en contacto con el ser humano; los diseñadores industriales del estudio de diseño y comunicación Cenlitrosmetrocadrado; el dramaturgo Rodrigo García y Tomás Alonso, diseñador gallego que se ha convertido en una figura de renombre a nivel internacional, dentro del "slow design" basado en la reutilización de materiales, y que ha trabajado para clientes de la talla de IKEA o Swarovski.

La vertiente urbana del proyecto ha sido un éxito, con una asistencia de más de 2.000 personas que han completado el aforo de todas las charlas.

ÚLTIMAS CITAS

En los últimos meses asistimos a los eventos finales de esta primera edición del Proyecto 12 Miradas :: Riverside, de la mano de grandes artistas que visitaron la Galería Vilaseco de A Coruña.

Teníamos una cita el pasado mes de enero con las 12 miradas del diseñador gallego Tomás Alonso, una figura de renombre internacional dentro del panorama del "slow design", un movimiento basado en la creación de objetos sostenibles y de alta calidad a través del uso de materiales reciclados. Este gallego afincado en Londres, que ha tenido la oportunidad de trabajar para clientes de la talla de IKEA o Swarovski, nos abrió las puertas a su imaginación a través de la exposición y explicación de sus 12 miradas.

Como él mismo explicaba en una entrevista para la revista AD, "trabajar con las manos es una parte importante. Los objetos se hacen para la gente, cuando creas algo tienes que entender cómo se siente ese objeto, cómo funciona o cómo es cuando lo tocas. Todo esto implica que uses el tacto para alcanzar el diseño final". Una idea que también trasladaría al público durante su charla en la Galería Vilaseco, el pasado 27 de enero.

Antes que él, en el mes de diciembre del pasado año, conocíamos la obra de Rodrigo García. Director de teatro, dramaturgo y escenógrafo hispanoargentino, se convirtió por sus obras en una figura de notable relevancia dentro del panorama teatral internacional de principios de siglo, recibiendo premios como el Europa Nueva Realidad Teatral, otorgado por la UNESCO.

Y anteriormente recibíamos a los diseñadores gallegos de Cenlitrosmetrocadrado, uno de los estudios que está revolucionando el panorama del diseño en Galicia. A través de sus 12 miradas aprendimos mucho sobre la historia del diseño industrial, los procesos históricos y evolutivos que conducen a que un objeto tenga una forma determinada y las pautas que marcan los diferentes estilos, desde el más cercano, como el de Sargadelos, a los más exóticos como el nórdico o el oriental.

Las miradas de todos los artistas que participaron en 12 Miradas :: Riverside este año siguen itinerando actualmente por nuestros centros productivos, y seguirán haciéndolo hasta dar paso a las obras de los artistas de la nueva edición de 2017, que se ha inaugurado recientemente.

La otra pata del proyecto, Riverside, tuvo lugar en la Ribeira Sacra, en los entornos de nuestros centros productivos Ponte da Boga y Custom Drinks. En el mes de junio Toni Cumella condujo a 20 alumnos a través de la historia de la cerámica para invitarles a imaginar diseños inspirados en el entorno de Ponte da Boga. El arquitecto Toni Gironés visitó nuestra bodega en julio para retar a los participantes a idear una forma nueva de integrar sombras en los viñedos. Lois Patiño indagó en la relación entre el paisaje y las personas entre manzanos en Chantada y en el mismo escenario Curro Claret condujo el impulso creativo de los alumnos para crear un mobiliario de cata de lo más original.

La nueva temporada 2017 promete acercarnos a más artistas gallegos, nacionales e internacionales que nos prestarán por un rato su visión del mundo y su capacidad inspiradora, para que nunca olvidemos la importancia de ser creativos, todos los días y en todo lo que hacemos.

Ese es el compromiso que nos lleva a participar de diferentes actividades de mecenazgo cultural, como es el caso de 12 Miradas :: Riverside, un proyecto cultural multidisciplinar comisariado por Carlos Quintáns que impulsamos de la mano de la Galería Vilaseco Laboratorio Creativo, de A Coruña.

RIVERSIDE TRASPASA FRONTERAS

EL PASADO MARTES 28 DE MARZO, INAUGURAMOS UNA SEMANA DEDICADA AL ARTE URBANO. BAJO EL TÍTULO DE "BEYOND THE GRAFFITI", ACERCÓ A LA CIUDAD DE A CORUÑA TODO EL TALENTO DE BRASIL, DE LA MANO DE TRES ARTISTAS EMERGENTES DEL STREET ART DE SÃO PAULO.

Los artistas visuales, Cusco Rebel, Leiga y Shock Maravilha protagonizaron una semana especial de actividades en la que, además de exponer sus obras en la galería Vilaseco, pintaron un mural en el que plasmaron su visión personal sobre la Cultura de Cerveza y debatieron en una mesa redonda con los artistas urbanos gallegos, Michael Straight y Pilar Alonso.

Este es el primer encuentro del ciclo *Confluencias*, que ha puesto en marcha 12 miradas :: Riverside, a través del cual buscamos incentivar el intercambio y la puesta en común de experiencias, la transmisión de resultados y la integración de la creación, en estrategias empresariales.





PARLADOIROS 2016

CELEBRAMOS UNA NUEVA EDICIÓN DE LOS PARLADOIROS DEL MERCADO DE LA COSECHA EN EL MES DE NOVIEMBRE EN VIGO, DONDE SE DIERON CITA 5 DE LOS PROYECTOS MÁS EXITOSOS EN TORNO AL RURAL GALLEGO.

El rural gallego volvió a ser protagonista el 29 de noviembre, en una nueva edición de los Parladoiros del Mercado de la Cosecha. Con el Auditorio del Teatro Afundación de Vigo como escenario principal, celebramos la cuarta cita de este evento, en el que emprendedores del rural gallego comparten sus experiencias, ante el público.

Fueron cinco, los proyectos que pasaron por el escenario en esta ocasión, llenando de contenido una jornada en la que se buscaba poner en valor todo el potencial del rural gallego y la gran calidad de los productos que nacen del esfuerzo y el cariño que hay detrás de todas y cada una de estas iniciativas.

Fogar do Santiso se subió al escenario para hablar del secreto de sus frutas, verduras, carnes y pescados locales, de calidad, autóctonos y de temporada. Lo que comenzó como un restaurante rural, fue avanzando poco a poco hacia un gran proyecto gastronómico, ecológico y sostenible que pretende poner en valor el producto local, reduciendo los residuos en su producción y haciendo gala del reciclado en cada uno de sus procesos.

Orballo, desde Betanzos, nos acercó el respeto por la naturaleza, el cariño por el rural gallego y el gusto por la comida sana. El centro de su propuesta son las plantas aromáticas, las especias, las infusiones y los ecoarroses, productos todos ellos 100% ecológicos.

Naturavia llegaba desde Ribadavia para presentarnos una propuesta de cosmética natural, avalada por el Instituto Suizo de Ecomercado (IMO). La idea de esta bióloga molecular es desarrollar productos basados en los ingredientes que ofrece el propio entorno natural, creando fórmulas que ayudan a restaurar el equilibrio natural de la piel.

Woodworks Buschmann Bella, desde Corcubión, trasladaba hasta el auditorio su taller de trabajo artesanal de la madera, un proyecto que pretende salirse de lo establecido, empujar los límites, y recuperar una práctica que se está perdiendo como es el trabajo artesanal de la madera.

Muuhlloa nos acercaba su proyecto cosmético, basado en la elaboración de leche hidratante 100% ecológica. Es esta una fusión entre dos iniciativas distintas, la explotación vacuna de Granxa Maruxa, y la producción ecológica de Milhulloa, que lograron reinventarse e innovar sin salirse del trabajo en el rural.

Tras el éxito de la Pop-Up Store instalada en la ciudad el año anterior, se quiso repetir emplazamiento en la ciudad de Vigo, para acercar el Mercado de la Cosecha y sus iniciativas, a esta ciudad. El balance de la jornada fue muy positivo, ya que todos los asistentes pudieron disfrutar de exposiciones de lo más entretenidas, bañadas con pinceladas de humor sobre el día a día en el mundo rural, y en las que también la música tuvo su momento.

YA ESTÁN SUBIDOS LOS VÍDEOS

Todos los vídeos con las exposiciones de los protagonistas de los Parladoiros del Mercado de la Cosecha, están disponibles en canal de YouTube de Mundohr. Para todos aquellos que no hayan podido asistir o se hayan quedado con ganas de volver a verlo desde esta plataforma se podrá acceder a todas las charlas impartidas por los emprendedores que han participado en esta iniciativa.



ORBALLO





TARJETAS SOLIDARIAS

Desde el Equipo del Voluntariado se decidió colaborar con UNICEF, que trabaja para garantizar los derechos de niños y niñas en 190 países de todo el mundo, tras conocer su actividad en la charla de sensibilización impartida por parte de esta organización en nuestras instalaciones.

Los voluntarios decidieron colaborar con la compra de más de 1.000 tarjetas solidarias, que personalizaron a mano con el nombre de cada uno de los empleados de nuestra compañía. A través de estas tarjetas, del denominado Regalo Azul, se estaba colaborando con UNICEF, en la compra de 422.100 pastillas potabilizadoras de agua que UNICEF envió a aquellos lugares donde más se necesitaban.

En total, en nombre de los empleados de la empresa, hicimos posible que 6.030 niños pudiesen tener acceso a agua potable durante, al menos, una semana.

Todas estas actividades se rigen por una filosofía que comparten los miembros del Equipo de Voluntariado de la compañía y quedaba patente en estas postales solidarias: "Porque creemos que entre todos y todas podemos mejorar la situación de vida, de aquellos y aquellas, que más lo necesitan".



RECOGIDA DE TAPONES

Durante 2016 colaboramos con la Fundación SEUR en su campaña de "Taponos para una nueva vida", a través del convenio de colaboración de "Organización Taponera", del que forman parte muchas otras organizaciones.

A través del emplazamiento de puntos de recogida de taponos en nuestros centros de trabajo (Fontarel, Agua de Cuevas, Cabreiroá, Fábrica del Polígono de A Grela y oficinas del Edificio BCA) recogemos taponos de plástico (de las botellas PET) para ayudar a niños y niñas con problemas de salud. Esta iniciativa colabora con la Fundación SEUR en la campaña "Taponos para una nueva vida", que recoge los taponos de Compañías como la nuestra, a través de un convenio de colaboración como "Organización Taponera".

'5KM SOLIDARIOS'

Nuestro equipo de voluntariado se sumó, un año más, a la carrera benéfica 5km Solidarios, en colaboración con voluntarios del Cuerpo Comarcal de Bomberos (a través de su ONG, AIRE) y con el objetivo de recaudar fondos para el Banco de Alimentos Rías Altas.

La carrera se celebró el domingo día 13 de noviembre, a las 11:00 h, con salida y llegada desde el Polideportivo Municipal de Arteixo, en A Coruña, que fue el escenario de esta nueva edición, reuniendo a alrededor de 700 personas, entre las que participaron muchos de nuestros compañeros tanto en las labores de gestión (comunicación, inscripciones, reparto de kits de corredores, etc.) como corriendo o animando a los participantes.

Abonando 5 euros por cada inscripción, cada uno de los corredores recibió la camiseta oficial de la carrera, algunos productos de avituallamiento para combatir el desgaste y otros regalos que aportaron los colaboradores. Además, la empresa instaló una barra de cerveza sin alcohol y agua, para coger fuerzas en la línea de meta.

Un año más, la carrera superó todas las expectativas, logrando recaudar un total de 4.985 euros y 85 kg de alimentos, aumentando la recaudación en 740 euros más que el año anterior. La recaudación obtenida, entre inscripciones y donaciones, fue destinada íntegramente a esta asociación benéfica.



NUEVOS PROYECTOS

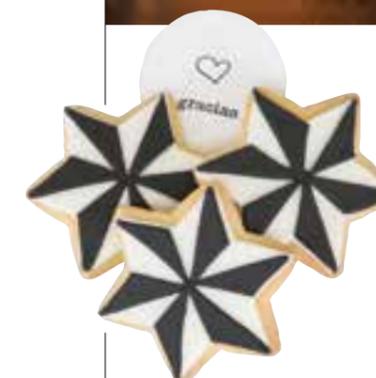
Nuestro Equipo de Voluntariado, con nuevas incorporaciones este año, se reunía el pasado miércoles 22 de febrero para poner en marcha la nueva agenda anual de actividades solidarias.

En esta reunión, además de hacer un repaso a las actividades de 2016, se pusieron sobre la mesa numerosas propuestas para el año 2017, así como mejoras para la gestión interna del propio grupo, que cuenta cada vez con un número mayor de integrantes.



GALLETA SOLIDARIA

Los voluntarios pusieron en marcha en esta jornada la primera actividad del año, la segunda Operación Galleta Solidaria de Carnaval, programada para el día 2 de marzo. Nuestros voluntarios promovieron esta iniciativa, compartiendo con el resto de empleados los dulces típicos de Carnaval, que elaboraron con todo su cariño y que estuvieron disponibles a cambio de un donativo solidario, en las zonas de descanso y cafeterías de nuestra fábrica del polígono de A Grela y oficinas del BCA. El resto de compañeros también se unieron a esta actividad, con sus propios dulces caseros. Desde el Voluntariado, agradecemos a todos ellos que hayan empleado su tiempo y esfuerzo en esta actividad. La recaudación de esta iniciativa se destinó a la institución Padre Rubinos de A Coruña.





ENFERMEDADES RARAS

Nuestros voluntarios se unieron a la iniciativa promovida por la Asociación de las Enfermedades Raras (FEGEREC), **“Puede ser mágico gracias a ti”**.

Con esta campaña navideña, a través de la compra de bastones de caramelo que se ubicaron en cada una de las instalaciones de nuestra compañía, colaboramos en la difusión del proyecto de esta ONG y recaudamos fondos destinados a mejorar la atención sociosanitaria de personas que sufren algún tipo de enfermedad rara.

Los caramelos estuvieron disponibles en nuestras instalaciones desde principios de diciembre hasta que se agotaron, para endulzar las navidades de todos nuestros compañeros. Además, nuestros voluntarios enviaron caramelos a otras asociaciones con las que habitualmente colaboran, como Padre Rubinos, La Cocina Económica o los centros de protección de menores, San José de Calasanz y Bañobre (en Miño).



#NICO CONTRA ELCANCER

Desde el Equipo de Voluntariado, colaboramos con la campaña **#nicocontraelcancer**, a través de la solicitud de una compañera, que además es la madre de Nico.

Hemos querido poner nuestro grano de arena en esta iniciativa que promueve la asociación NEN (Niños Enfermos de Neuroblastoma), que trabaja en la investigación de este tipo de cáncer representa un 7% de los cánceres infantiles y que afecta a 1 de cada 100.000 niños.

Como parte de esta iniciativa, colaboramos en la producción de 1.500 calendarios solidarios para este año 2017, que se pusieron a la venta en los centros de El Corte Inglés de Galicia y otros establecimientos colaboradores de Galicia, Valencia y Barcelona, a través del eslogan **“El mejor regalo es contar contigo”**. Colaboramos, además, con la inserción de una página de publicidad en estos calendarios.



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 ABAC (Asociación de Bulimia y Anorexia), Centro Reto o Equus Cebrá a través de la donación de producto o de una ayuda económica, para colaborar en sus proyectos.

De forma puntual, también prestamos nuestra ayuda a todos aquellos colectivos sin ánimo de lucro que lo demandan. En estos últimos meses hemos colaborado con la Fundación Abrente en su III Carrera por la Integración ENKI, con la Asociación J'aime Réver, con el Concello de Carballada de Avia en su Andaina Solidaria contra el Cáncer, con el Congreso de Nutrición de Santiago, con la Asociación de Daño Cerebral ADACECO, con la Asociación contra el Cáncer Infantil Pablo Ugarte, con las ONG Tierra de Hombres y Mestura, con la Fundación Secretariado Gitano y con el Club Deportivo Cristal.



MENINOS DO MORUMBI

Queremos trasladar nuestro compromiso con la sociedad a los mercados en los que operamos. Este compromiso nos ha llevado a colaborar con instituciones como la Asociación Meninos do Morumbi, en Brasil. Un programa que nace en el año 1996 con la misión de proteger y ayudar a jóvenes y adolescentes marginados, transformando sus valores a través del arte y la cultura, y contribuyendo a la construcción de una sociedad más justa.

El grupo artístico formado por una pequeña parte de los más de 14.000 jóvenes a los que ha ayudado la organización hasta el momento, fue el encargado de poner ritmo a la presentación corporativa de nuestra compañía en Brasil, que celebramos en el mes de octubre de 2016.



SALÓN ECOGALIA

EL MERCADO DE LA COSECHA PARTICIPÓ EN LA SEGUNDA EDICIÓN DE LA FERIA ECOGALIA, QUE SE CELEBRÓ EN A CORUÑA DEL 21 AL 23 DE OCTUBRE DE 2016.

A través del Mercado de la Cosecha, fuimos patrocinadores de este evento, que fue un éxito de asistencia, inundando la ciudad de **#ecoactitud** durante 3 días. Contamos con un stand propio, donde se promocionaron las iniciativas que forman parte de nuestro proyecto de Responsabilidad Social Corporativa.

Ecogalia es un evento pensado para aquellos que se preocupan por lo que comen y por lo que beben, para quienes quieren saber de dónde viene lo que consumen y con qué criterios se produce. Todo el recinto se convirtió en un gran expositor de las últimas tendencias en consumo ecológico y sostenible, con productos pensados para cuidarnos y cuidar a la vez nuestro entorno.



TALLERES CO-COOKING

SEGUIMOS IMPULSANDO EL TALENTO A TRAVÉS DEL PROGRAMA CO-COOKING QUE, DESDE NOVIEMBRE, REALIZÓ 8 TALLERES FORMATIVOS PARA ESTUDIANTES DE ESCUELAS DE HOSTELERÍA DE GALICIA.

Tras su paso por el festival PortAmérica, donde el programa Co-Cooking contó con grandes chefs como Yayo Daporta o Javi Olleros, proponiendo a los estudiantes cocinar junto a ellos, retomamos la agenda de actividades en el mes de noviembre, con la celebración de diversos talleres en los que los estudiantes han estado en contacto con el rural y sus productos.

De la mano de Co-Cooking, visitamos la industria familiar Horta de Teodoro, los días 22 y 25 de noviembre con el CIFP Manuel Antonio de Vigo, y el 28 de febrero con alumnos del CIFPP Carlos Oroza. En este taller participamos en el proceso de despiece y elaboración de embutidos de Porco Celta.

En la granja de Archeixal, disfrutamos, los días 24 de noviembre y 21 de febrero, con los alumnos del IES Fragas do Eume y del IES Sanxillao, respectivamente, de un taller de elaboración de quesos, en el que los alumnos pudieron descubrir todos los secretos sobre el queso con Denominación de Origen Arzúa-Ulloa, y conocer en profundidad este producto.

En febrero nos trasladamos a Silleda con 21 alumnos de primer curso del Ciclo Superior de Dirección de Cocina del CIFP Compostela, para visitar las instalaciones de Cortes de Muar y su centro de procesamiento de lácteos, para conocer el trabajo de esta quesería y el proceso de producción de 'Queixo do País'.

En el obrador Pan da Móa celebramos dos talleres, los días 30 de noviembre y el 29 de marzo, con los alumnos del IES Vilamarín de Ourense, y del IES Fragas do Eume de Pontevedra, respectivamente. Nos desplazamos a Santiago, con dos grupos de alumnos de esta escuela, para conocer todos los secretos sobre el proceso de elaboración de pan de forma artesanal.



granini®

Solo la mejor fruta





RUTA EN BICICLETA

El 15 de octubre se realizó una ruta en bicicleta por un tramo del Camino de Santiago, con un grupo de compañeros de diferentes secciones de nuestra fábrica de cerveza. La iniciativa fue propuesta por miembros del equipo de envasado y desde el área de Recursos Humanos, en línea con nuestra filosofía de Empresa Saludable, colaboramos con los medios de transporte necesarios para su desarrollo. El resultado fue una agradable jornada de deporte, al aire libre, en la que disfrutaron todos los asistentes.



HÁBITOS SALUDABLES

Coincidiendo con el arranque de 2017, recordamos a todos nuestros empleados la importancia de mantener hábitos de vida saludables, a través de una campaña que incluía un Manual de Propósitos Saludables para el año 2017. En este dossier, incluimos algunas de las claves para mejorar el estado físico y recomendaciones para sentirse bien; relacionadas con el sueño, la alimentación, el deporte y la prevención de hábitos tóxicos, como el tabaco.



PREVENCIÓN DE RIESGOS



En el mes de enero entregamos los nuevos calendarios de Prevención de Riesgos Laborales, a todo el personal de fábrica y empresas externas del grupo, que realizan trabajos de mantenimiento o de obra. Bajo el lema "Trabaja a un ritmo seguro. Piensa antes de actuar", lanzamos un mensaje de seguridad y recordamos a los empleados la importancia de responder a cinco preguntas antes de comenzar a trabajar; para asegurar que todas las condiciones son óptimas para el desarrollo de la tarea de una forma segura y para prevenir situaciones indeseadas.



SEMANA DE LA SALUD

En marzo dedicamos una semana a la promoción de hábitos de vida saludables entre nuestros empleados. A lo largo de esta semana de la salud, además de colocar fruta en las diferentes zonas de descanso de nuestras instalaciones, desarrollamos diferentes talleres enfocados a mejorar y fomentar la salud física, con los talleres de alimentación saludable y de *gravity*, y la salud psíquica y mental, con los talleres *mindfulness* y de técnicas de relajación.



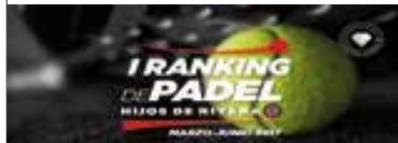
CONTRA EL CÁNCER DE MAMA

El 19 de octubre, nos sumamos al rosa, en señal de apoyo a la lucha contra el Cáncer de Mama. Desde la Compañía, y en colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), pusimos a disposición de los empleados lazos rosas con el objetivo de dar nuestro apoyo a enfermos y familiares, para apoyarles en la lucha contra esta enfermedad. Los lazos estuvieron disponibles en el Servicio Médico, en la recepción de las oficinas centrales de la fábrica de A Grela y en la recepción de las oficinas del BCA, de A Coruña.



I RANKING DE PÁDEL

En el mes de marzo, pusimos en marcha la primera edición del Campeonato de Pádel - Hijos de Rivera, que tendrá lugar entre los meses de marzo y junio de 2017. Se trata de un torneo unisex, impulsado con el objetivo de fomentar la actividad física y el deporte entre los empleados, reforzando a su vez las relaciones interdepartamentales. Este torneo se complementa con la organización de clases de pádel, para que todos puedan apuntarse, independientemente de su nivel.



PAUL TRAN / DIRECTOR DE RRHH HIJOS DE RIVERA SAU

EN BUSCA DE LA FELICIDAD...

CUANDO HABLAMOS DE FELICIDAD HABLAMOS DE NUESTROS DESEOS O EXPECTATIVAS Y DE SI ESTOS SE CUMPLEN O SE HACEN REALIDAD (EN OTRAS PALABRAS, DE NUESTRAS EXPERIENCIAS).

Desde hace unos cuantos años, se oye hablar mucho de la felicidad en el trabajo. Puede que este concepto nos suene un poco paradójico y hasta ilusorio, pero aplicando el sentido común, no cabe duda de que si me va mal en el trabajo, si no estoy contento o satisfecho con mis tareas profesionales, es muy probable que no sea del todo "Feliz".

Hablar de la felicidad en el trabajo abre la puerta a un sinnúmero de opiniones, todas ellas basadas en las experiencias que hayamos podido tener a lo largo de nuestra vida profesional. Y si no me creéis, intentad sacar este tema de conversación la próxima vez que os vayáis a tomar una cerveza con vuestros amigos: **¿Eres feliz en tu trabajo?**

Todos hemos leído frases o proverbios sobre la felicidad. El refranero popular está lleno de frases hechas y la más conocida puede que sea: "El dinero no te da la felicidad" ("pero ayuda", suele ser la coletilla que añadimos todos).

Desde mi punto de vista, **creo simplemente que la felicidad tiene distintas interpretaciones, tantas como personas que la experimentan.** Básicamente, porque cuando hablamos de felicidad hablamos de nuestros deseos o expectativas y de si estos se cumplen o se hacen realidad (en otras palabras, de nuestras experiencias).

A estas dos dimensiones, tenemos que añadirle una escala de tiempo que nos ayudará a medir el retorno y la intensidad de la felicidad. Por ejemplo, la expectativa de cumplir cosas cotidianas nos proporciona felicidad a corto plazo pero de poca intensidad. Quedar con los amigos para tomar una cerveza al acabar de trabajar es un plan que nos encanta a todos, fácil de cumplir y que siempre nos trae una dosis de felicidad sencilla. Otro ejemplo a nivel profesional son los sistemas de retribución basados en objetivos anuales: alargan en el tiempo la expectativa de la recompensa y el efecto motivador que puedan generar, pero una vez cobrados el efecto satisfactorio que generan suele durar muy poco.

Si hablamos de **la aspiración de alcanzar metas "más grandes"**, entonces necesitaremos más tiempo, pero la satisfacción conseguida será también mayor. Eso suele pasar con las expectativas relacionadas con las promociones, la posibilidad de participar en proyectos profesionales que nos apasionen o cuando formamos parte de proyectos cuyos objetivos están enfocados a un bien común mayor. Es difícil superar la sensación de satisfacción que nos proporcionan experiencias donde, de verdad, sentimos que nuestra aportación, nuestro trabajo, han marcado una diferencia positiva o tienen un significado especial para nosotros o para los demás. La pasión o las ganas que sentimos al hacer las cosas, la satisfacción de haber superado las expectativas, de haber superado nuestros límites o recibir el reconocimiento de los demás son increíbles multiplicadores de nuestra satisfacción profesional, y por consecuencia, de nuestra felicidad en el trabajo.

Es verdad que también **existen muchos "divisores" o "restadores" en la ecuación de la felicidad** en el trabajo: malos jefes, estrategias dudosas, políticas de empresa represivas o controladoras, malas condiciones de trabajo o insatisfacción con los salarios. Pero, el resultado de esta ecuación, en gran parte depende de nosotros. Nos podemos centrar en lo malo, en el vaso medio vacío, en los problemas y seguir quejándonos. Es poco probable que seamos más felices y que mejore nuestro estado anímico. El secreto está en cambiar nuestra actitud, mirar hacia delante, valorar lo bueno que tenemos e intentar mejorar lo demás. No esperaríamos a que la felicidad ocurra o aparezca de forma milagrosa. Nuestra voluntad para estar más contentos, más satisfechos o más felices tiene que vencer a nuestra actitud conformista. Es hora de pasar a la acción y de buscar la felicidad esté donde esté para cada uno de nosotros.

Así que no nos hagamos más la pregunta de si somos felices en el trabajo y empecemos a preguntarnos qué debemos hacer o cambiar para ser felices en el trabajo. Como decía Aristóteles: **"La felicidad depende de nosotros mismos"**.

SON TICKETS



Con el inicio de este año 2017, estrenamos un nuevo proyecto de SON Estrella Galicia: La taquilla digital de conciertos, SON Tickets.

Esta plataforma de venta directa de entradas nace con la intención de mejorar la experiencia SON, desde el momento de la compra, creando una comunidad de músicos, ofreciéndoles promociones y descuentos, recomendándoles de manera personalizada los conciertos, artistas o experiencias que más encajan con su perfil y en base a sus preferencias. Con SON Tickets buscamos el *sold out* en cada fecha, siendo prescriptor de un *target* que siempre busca nuevas experiencias musicales.

Hasta el 28 de febrero, se han gestionado alrededor de 40 conciertos a través de esta plataforma, que comenzó su andadura con promociones de lanzamiento como regalos de merchandising y descuentos para futuros conciertos.

Son Tickets ofrece al usuario una navegación sencilla, rápida e intuitiva, y está disponible tanto en español como en inglés, tratando de adaptarse al máximo al estilo de vida del comprador y a los dispositivos a través de los que navega. Este nuevo paso adelante, convierte a SON Estrella Galicia en una marca prescriptora y de referencia, no solo por su programación musical, sino también por la implantación de herramientas innovadoras como ésta.

Entra en la web son.estrellagalicia.es, en el apartado "comprar entradas" para acceder.



VÍCTOR MANTIÑÁN / EL MOMENTO PERFECTO

PRODUCT MANAGER 1906
Y SON ESTRELLA GALICIA
HIJOS DE RIVERA SAU

Por el ciclo SON Estrella Galicia pasan cada año unas 35.000 personas, fanáticos músicos que se acercan a nuestras salas y espacios para vivir la experiencia SON Estrella Galicia: un artista único sobre el escenario, un sonido puro y limpio saliendo de las PAs, las luces acompañando cada compás, cada cambio de ritmo... y en la mano una Estrella Galicia. Es el momento perfecto.

Si Estrella Galicia es la cerveza para los que aman la cerveza, SON es el proyecto musical para los que aman la música, y nos gusta añadir "hecho por gente que ama la música". Como músicos empedernidos, quisimos llevar esa experiencia un paso más allá, o mejor dicho un paso antes: antes del concierto, a ese instante mágico en el que adquieres una entrada y comienza la cuenta atrás para vivir en directo esas canciones que suenan en bucle en el reproductor.

Así nace SON Tickets, la ticketera digital de los conciertos SON Estrella Galicia. En esta plataforma, los fans pueden acceder a todos los descuentos, promociones, regalos como vinilos y singles... descargarse su entrada en un formato mucho más estético (recuperando la tradición de las entradas que acaban colgando en la pared como recuerdo de un momento mágico).

Pero sobre todo SON Tickets nos permite conocer mucho mejor a nuestros músicos. Nos permitirá conocer sus gustos musicales, una vez se hayan registrado, de una forma sencilla, para recomendarles otros artistas y otros conciertos de una forma casi personalizada. Y sobre todo acercarlos a esos músicos a través de los directos SON Estrella Galicia.

La marca confirma así su voluntad prescriptora y su papel de actor clave en el panorama musical, actuando como dinamizador entre artistas, salas y público, en busca de ese *sold out* que se convierte en una experiencia inolvidable, una experiencia SON Estrella Galicia.



CLUB ESTRELLA GALICIA



Este año hemos realizado un *restyling* de la web Club Estrella Galicia, a la que nuestros clientes pueden acceder para recibir regalos y prendas de *merchandising*.

Se ha actualizado el diseño que se traslada también a la aplicación para el móvil, disponible tanto para Android como para ios, que permite acceder a la herramienta desde cualquier lugar con acceso a internet, garantizando la usabilidad y la navegación, de una forma muy intuitiva.

El proceso consta de tres sencillos pasos: darse de alta, insertar los *pin*codes (puntos), que aparecen en el interior de los packs de las latas y de botellas de Estrella Galicia en la cuenta del Club y canjear esos puntos por regalos.

Entra en club.estrellagalicia.es



NUEVA WEB EG 0,0

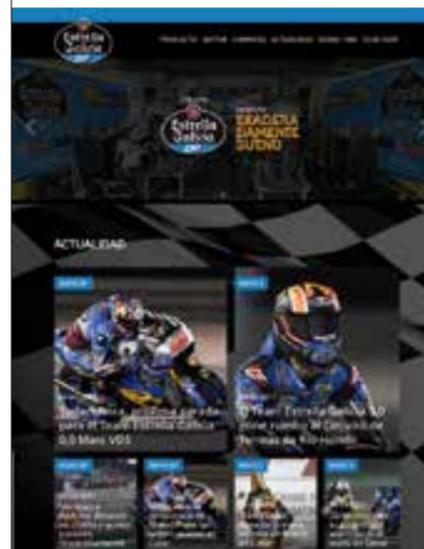


Aprovechando el inicio de la nueva temporada del motor, en el mes de marzo estrenamos nueva imagen de la web de Estrella Galicia 0,0, en línea con la estrategia de posicionamiento y comunicación con los consumidores de la marca.

La web sigue ahora un diseño modular y *responsive* de los elementos, lo que significa que está adaptada a pc y móviles. Se han modificado las tipografías, así como elementos compositivos, como la cabecera y el *footer*, para unificar la imagen de esta web, con el resto de páginas de productos de Hijos de Rivera.

Nuestros productos tienen ahora un mayor protagonismo en la web. Ofrecemos información actualizada sobre los patrocinios deportivos de la marca e informamos al consumidor sobre las promociones disponibles en la web del Club EG 0,0.

Visita estrellagalicia00.es





wifi
gratis
na
rúa

entra en
wificlientesR.com
para activalo



PRESENTACIÓN DE LA NUEVA TEMPORADA 2017

> EL TEATRO NUEVO APOLO DE MADRID FUE EL ESCENARIO DE LA PRESENTACIÓN OFICIAL DE NUESTROS PILOTOS DE MOTOCICLISMO PARA ESTA TEMPORADA 2017 A PRINCIPIOS DEL MES DE MARZO.



Antes de poner rumbo a Qatar, donde comenzó la temporada del Campeonato del Mundo de Velocidad el 26 de marzo, pilotos y equipo técnico se dieron cita con los medios de comunicación, en un formato de *late night show* conducido por el presentador Javier Veiga para dar a conocer la nueva apuesta de la marca en este deporte.

En MotoGP, la formación vuelve a estar compuesta por el australiano Jack Miller y el excampeón del mundo de Moto2 Tito Rabat, que en su segundo año en MotoGP acumula ya una valiosa experiencia.

En Moto2, contamos con otro ex campeón del Mundo, de Moto3, Álex Márquez, pieza clave del equipo Estrella Galicia 0,0 desde hace ya cinco años, que estará de nuevo al máximo para continuar su progresión en la difícil categoría intermedia del Mundial. Junto a él está, por segundo año consecutivo, Franco Morbidelli, convertido en uno de los referentes de Moto2 por su espectacular estilo y desenfadado carácter.

En Moto3, seguimos con Arón Canet y con Enea Bastianini; subcampeón del pasado año y ganador de Grandes Premios en 2016, que se centra esta temporada en dar el paso adelante necesario para ganar el título en la menor de las categorías.

El Campeonato del Mundo Junior FIM CEV Moto3 vuelve a ser otro de nuestros principales objetivos, de Estrella Galicia 0,0, como plataforma de lanzamiento en la que contaremos con tres pilotos: Alonso López, Jeremy Alcoba y Sergio García. También seguimos desarrollando nuestro proyecto deportivo para formar desde la infancia a las futuras estrellas de la velocidad, participando en el Campeonato del España de Velocidad RFME, concretamente en las categoría Pre Moto3 con el alemán Joshua Bauer, Daniel Hidalgo y Julián Giral, y en 85GP con José Antonio Rueda y el brasileño Diogo Moreira.





EN PLENO ECUADOR DEL MES DE NOVIEMBRE DESPEDIMOS LA TEMPORADA 2016 DEL MUNDIAL DE VELOCIDAD EN EL CIRCUITO DE LA COMUNITAT VALENCIANA. ESTE HA SIDO NUESTRO QUINTO MUNDIAL ABANDERANDO NUESTRA MARCA ESTRELLA GALICIA 0,0 CON UNO DE LOS PROYECTOS MÁS COMPLETOS Y AMBICIOSOS DEL MUNDIAL, DE LA MANO DE LAS ESCUDERÍAS MONLAU REPSOL TECHNICAL SCHOOL Y MARC VDS.

GIVE ME FIVE!



El Motor, en general, y el Motociclismo en particular, se ha convertido en un pilar fundamental dentro de nuestra estrategia, que nos ha traído no solo grandes alegrías y emociones, sino que también nos ha ayudado a incrementar la notoriedad de nuestra marca Estrella Galicia 0,0 en todos aquellos lugares en los que estamos presentes gracias a la plataforma que supone el mundial con las 18 pruebas, que se disputan en 14 países diferentes.

GP DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

Valencia veía a mediados de noviembre como el Mundial de MotoGP llegaba a su fin. Un año más concluido, el quinto para la marca, y con uno de nuestros embajadores –Marc Márquez– metiéndose también su quinto título mundialista en el bolsillo.

Mientras, en Moto2, Franco Morbidelli lograba subirse al tercer cajón y sumar así su octavo podio de la temporada. El italiano, que se presenta como punta de lanza de nuestro equipo en la categoría intermedia y firme candidato al título en 2017, concluyó cuarto en la clasificación general. Su compañero de equipo, Álex Márquez, tuvo que retirarse de la carrera tras completar 17 vueltas debido al intenso dolor que sufría en su antebrazo por, el común entre los pilotos, síndrome compartimental. Con un segundo como mejor resultado en el GP de Aragón, Márquez terminó la temporada decimotercero, con un total de 69 puntos.

El pupilo de Alzamora, no tardó en subirse nuevamente a la moto y antes de que terminara el mes completó dos jornadas de entrenamientos post-temporada en el Circuito de Jerez, en las que vimos a un Álex Márquez satisfecho desde una segunda posición en la tabla de tiempos y donde nuestros pilotos de Moto2 compartieron pista con el valenciano del equipo de Moto3 Arón Canet, que terminó estas jornadas de pretemporada con muy buenas sensaciones.

Canet concluía en Valencia su temporada como debutante cerrando la lista del 'Top 15' en la clasificación general –con 76 valiosos puntos– y completaba así su primer año en el Mundial, tras haber competido con el Junior Team Estrella Galicia 0,0 la temporada anterior en el FIM CEV donde luchó por hacerse con el título. En la última cita de la temporada, pese a la lesión que sufría en su mano izquierda, Arón Canet no falló ante su público y, en el último ataque al cronómetro en los oficiales celebrados la tarde del sábado consiguió el mejor registro, lo que le llevó a estrenar su casillero de poles mundialistas. Al otro lado del box, Jorge Navarro, antes de abandonar las filas del Estrella Galicia 0,0 cerraba la lista de los tres mejores pilotos de



la categoría tras una temporada en la que sumó un total de cinco podios.

En lo más alto de este proyecto piramidal, los pilotos de la categoría reina, el australiano Jack Miller y el español Tito Rabat, concluían en decimotava y vigésimo primera posición, respectivamente, una temporada que ha visto como Miller llevaba al Estrella Galicia 0,0 a lo más alto del podio tras plantar cara y vencer a los favoritos en el GP de Holanda.

Y en la base de nuestro proyecto, los pilotos a los que ayudamos desde bien jóvenes en sus carreras deportivas, Sergio García se erigió campeón en el RFME Campeonato de España en la categoría de PreMoto3, tras no haberse bajado del podio en ninguna de las siete carreras disputadas. Por su parte, los pilotos del Junior Team Estrella Galicia 0,0, que competían en el FIM CEV, culminaron la temporada dentro del "top 15" del Mundial Junior de Moto3. El madrileño Alonso López concluyó en quinto puesto, mientras que sus compañeros Jeremy Alcoba y Jaume Masià lo hacían en la undécima y decimoquinta posición respectivamente.

TEAM ESTRELLA GALICIA BY ALEX BARROS

Los resultados obtenidos durante la temporada de 2016 por el Team Estrella Galicia by Alex Barros, con el que disputamos el Superbike Brasil en las categorías de 300 cc y 500 cc, confirman que el método de trabajo del equipo están dando sus frutos. El equipo se alzó con el título de subcampeón en 500 cc de la mano del joven piloto José Duarte, que a sus 19 años consiguió hasta en tres ocasiones la pole position, además de lograr seis podios y dos victorias.

Guillermo Brito, de 14 años, fue tercero en esta misma categoría, con una *pole position* y cinco podios, tres de ellos con un primer puesto. A sus 12 años de edad, Diego Moreira comenzaba la temporada en la categoría de 300 cc con tres podios y una victoria, y pasaba a 500 cc para disputar las dos últimas etapas, finalizando la temporada con la victoria en Interlagos.

En la categoría inferior de 300 cc, el equipo se centró en el desarrollo de los pilotos más jóvenes, finalizando la temporada con Kevin Santos y Enzo García, de 10 y 12 años de edad.

Seguiremos apostando por el desarrollo de talentos brasileños para que puedan tener la oportunidad, en el futuro, de integrarse dentro de la estructura del Team Estrella Galicia 0,0 Monlau en Europa y por qué no soñar que algún día puedan llegar a ser pilotos del Mundial con nuestro equipo.



ÚLTIMAS VUELTAS DEL MUNDIAL

> EL PASADO MES DE NOVIEMBRE ASISTÍAMOS A LAS ÚLTIMAS CITAS DEL MUNDIAL DE FÓRMULA 1, UN AÑO EN EL QUE VIMOS CRECER A NUESTROS JOVENES PILOTOS Y HACERSE UN HUECO ENTRE LOS MEJORES.



Fueron dos jornadas intensas las de Brasil y Abu Dhabi, en las que, desde Estrella Galicia 0,0, estuvimos apoyando a nuestros pilotos Carlos Sainz y Daniil Kvyat en Toro Rosso, que finalizaron en el 12º y 14º puesto respectivamente en este Mundial de 2016.

GRAN PREMIO DE INTERLAGOS

El 14 de noviembre asistíamos en São Paulo a la penúltima jornada del Mundial de Fórmula 1, donde las condiciones meteorológicas obligaron a sacar bandera roja interrumpiendo la carrera hasta en dos ocasiones.

Estas fuertes lluvias no impidieron a nuestro piloto español Carlos Sainz, al que una mala carrera clasificatoria le colocó en el quinceavo puesto de la parrilla de salida, quedarse a las puertas del podio entrando sexto a la línea de meta, por delante de pilotos consolidados como Fernando Alonso.



GRAN PREMIO DE YAS MARINA

Dos semanas más tarde, el 27 de noviembre, se celebró la última carrera del mundial, el Gran Premio de Yas Marina en Abu Dhabi. En esta carrera, que permitió a Nico Rosberg alzarse con el título de campeón del mundo de Fórmula 1 por primera vez en su carrera deportiva, nuestros pilotos corrieron peor suerte. Fue una jornada desafortunada para Daniil Kvyat, que no lograba superar la Q1, mientras que Carlos Sainz sufría un accidente con Jolyon Palmer que inhabilitaba su caja de cambios y le obligaba a abandonar también este Gran Premio.



EL CIRCUITO INTERNACIONAL DE LOSAIL DE QATAR ABRIÓ EL TELÓN DEL CAMPEONATO DEL MUNDO, ALBERGANDO EL PASADO 26 DE MARZO LA PRIMERA PRUEBA DE LA TEMPORADA.



Losail, única cita nocturna del año, con 5.380 metros de recorrido, una anchura máxima de 12 metros y 16 curvas, 6 a izquierdas y 10 a derechas, fue la prueba en la que nuestros pilotos de Moto3, Moto2 y MotoGP pusieron a rodar sus motos. Pese a las condiciones climatológicas, que obligaron a cancelar las clasificatorias, la carrera comenzaba puntualmente y con el asfalto en condiciones óptimas para que Morbidelli lograra su primera victoria en Moto2 y Canet acariciara el podio con un 4º puesto en la clasificación general de Moto3.

ARRANQUE DE TEMPORADA

> NUEVOS PATROCINIOS

NUEVOS ACUERDOS CON EQUIPOS DE FÚTBOL Y BALONCESTO EN GALICIA.

C.D. BOIRO

Nuestra marca Estrella Galicia anunciaba a finales del mes de noviembre un nuevo acuerdo de patrocinio con el club de fútbol C.D. Boiro, el equipo de fútbol de la comarca del Barbanza, en la provincia de A Coruña. Tanto Estrella Galicia como Cabreiroá apoyarán al equipo en su temporada en la Liga de Segunda División B.



CLUB PEIXE GALEGO MARÍN

Estrella Galicia firmaba el pasado mes de noviembre un acuerdo de patrocinio con el Club Peixe Galego de Marín, convirtiéndose así en uno de los principales apoyos de este club en su nueva trayectoria en la 2ª Categoría Nacional de Baloncesto.



EL DÍA 9 DE NOVIEMBRE ESTRELLA GALICIA 0,0 REUNIÓ A CARLOS SAINZ Y DANIIL KVIAT EN BRASIL, EN UN EVENTO QUE RINDIÓ HOMENAJE AL PILOTO BRASILEIRO AYRTON SENNA, EN EL ANIVERSARIO DE SU FALLECIMIENTO.

HOMENAJE A AYRTON SENNA EN BRASIL

Los pilotos de Fórmula 1, Carlos Sainz y Daniil Kvyat demostraron su destreza jugando al fútbol en el estadio Arena Corinthians y donaron un casco con su firma al Instituto Ayrton Senna, que fue subastado con el fin de recaudar fondos. Bianca Senna, sobrina del mítico piloto, recibió este obsequio por parte del Instituto Ayrton Senna, fundación que trabaja para ampliar las oportunidades de jóvenes de Brasil a través de la educación.



CARLOS SAINZ Y ÁLEX RINS SE REUNIERON A MEDIADOS DE DICIEMBRE CON LA PRENSA EN NUESTRA CERVECERÍA DE LA MORALEJA, EN MADRID, PARA HABLAR SOBRE SUS TEMPORADAS EN FÓRMULA 1 Y MOTO GP Y LAS EXPECTATIVAS PARA EL 2017.

PIQUE DE PILOTOS EN MADRID

Los pilotos protagonizaron también una carrera de coches de radiocontrol en la que Álex Rins resultó ganador. Sainz se mostró muy optimista de cara a este año 2017 y con ganas de afrontar nuevos retos. Rins, por su parte, afirmó estar recuperado de su lesión y listo para comenzar una nueva temporada en la categoría reina esta nueva temporada.





MEJOR JUGADOR ESTRELLA GALICIA

COINCIDIENDO CON EL INICIO DE LA TEMPORADA 2016-2017, DE NUESTROS EQUIPOS DE FÚTBOL Y BALONCESTO EN GALICIA, PUSIMOS EN MARCHA LA INICIATIVA "MEJOR JUGADOR ESTRELLA GALICIA".



A través de esta acción, que se realiza de forma mensual desde septiembre de 2016, los aficionados de los clubes R.C. Deportivo de La Coruña, R.C. Celta de Vigo y Obradoiro CAB pueden votar al mejor jugador del mes a través de las redes sociales, y acceder así a un sorteo de entradas para asistir a los partidos de estos equipos.

En el caso del Real Club Deportivo de La Coruña, los mejores jugadores de los últimos meses han sido: Emre Çolac en los meses de septiembre, octubre y enero, Florin Andone, en noviembre y diciembre, y Germán Lux que se estrenaba en febrero. Por parte del Real Club Celta de Vigo, los galardonados fueron: Pione Sisto en septiembre, Iago Aspas en octubre y noviembre, Nemanja Radoja en diciembre, Hugo Mallo en enero y, por último, Sergio Álvarez en febrero.

En el caso del Obradoiro la iniciativa arrancó en el mes de octubre, con el galardón para el lituano Deividas Dulkys, seguido del pívot ucraniano Artem Pustovyi, que se hacía con este título en noviembre y diciembre, mientras que en enero y febrero el galardón se lo adjudicó el alero Eimantas Bendzius.

CERVECERÍAS DE BODEGA

Durante estos meses premiamos también la fidelidad de nuestros clientes de Cerveza de Bodega en Vigo y Santiago, quienes desde noviembre han sido los encargados de hacer entrega del Premio al Mejor Jugador Estrella Galicia al R.C. Celta de Vigo y al Obradoiro CAB respectivamente.

Las cervecerías del área de Vigo encargadas de realizar la entrega de premios al R.C. Celta de Vigo han sido: La Central en noviembre, Mesón Jamonería Compostela en diciembre, Mesón O Bodegón en enero, y por último, la Tapería La Alcoba en el mes de febrero.

Por parte del Obradoiro CAB, los establecimientos de Santiago de Compostela encargados de entregar los galardones han sido: Galipizza Pizbur en noviembre, la Bodeguilla de Santa Marta en diciembre, la Bodeguilla de San Lázaro en enero y la Sala Riquela en febrero.



CABREIROÁ

Agua mineral natural de Galicia

Hay 8 diferentes Coleccionálas!



CONCIERTOS SON ESTRELLA GALICIA

MÁS DE 37.000 PERSONAS EN 150 CONCIERTOS SON LAS CIFRAS QUE NOS DEJABA LA SÉPTIMA TEMPORADA DE SON ESTRELLA GALICIA EL PASADO MES DE DICIEMBRE. LA OCTAVA VIENE DISPUESTA A SUPERARSE CON LA INCORPORACIÓN DE LA SALA LEMON ROCK DE GRANADA SUMA YA 20 ESPACIOS EN TODA ESPAÑA.

Tras despedir el otoño con nombres de la talla de Maika Makovsky, Dead Bronco, La Habitación Roja, The Wedding Present, saludamos al invierno de la mano de grupos como Dorian o Delorean que hicieron doblete y hasta triplete para SON Estrella Galicia. Ambos estuvieron en Galicia, por donde pasaron también Ryley Walker, Novedades Carminha, Disco Las Palmeras, Carlos Sadness y Manel, que despidió el año con sendos conciertos en A Coruña y Vigo, mientras que Julián Maeso lo hizo en Ferrol, Freedomia en Valladolid y Ricardo Vicente y los Huéspedes del Hotel Florida en el Teatro Lara. A todo ello hay que sumar las giras, como la de Xoel López que puso fin a su "Paramales" y al 2016 con una minigira gallega por A Coruña, Pontevedra y Ferrol.

Abrieron el 2017 Mambo Jambo, con un concierto en Valladolid el día de Reyes, al que siguieron los barceloneses Mourn en Madrid y The Rubinoos en Valencia, A Coruña y Vigo. Lambchop presentó su último trabajo en Madrid, donde comenzó la minigira del trío británico The Wave Pictures que les llevaría por Valladolid, Vigo y A Coruña, ciudad donde se pudieron escuchar las guitarras de Elliot Murphy & Oliver Durand.

Cass McCombs abrió febrero en el Teatro Lara por el que pasó Enric Montefusco mientras que el griego afincado en Barcelona Evripides Sabatis demostró en el Teatro del Arte por qué es un imprescindible de la escena pop underground. Melange, una de las revelaciones del 2016, hizo doblete en Galicia, al igual que Iván Ferreiro, que presentó en Santiago y A Coruña su sexto disco en solitario, Casa.

El concierto de Sr. Chinarro el día 23 en la Lemon Rock de Granada supuso la inauguración de esta nueva sala del ciclo SON Estrella Galicia, que suma ya 20 espacios por toda España, algunos verdaderos templos de la música como el Teatro Lara, por donde pasaron en marzo Donovan o Corcobado, o el Playa Club, que abrió ese mes con Novedades Carminha y cerró con The Sadies, dos grandes ejemplos de la variedad que atesora nuestro SON Estrella Galicia que continúa este mes de abril por toda la geografía española con nombres como Uli Jon Roth, Austra o The Jesus and Mary Chain.



SON

Estrella Galicia

Posies, 2manydjs, Micah P Hinson...

SON Tickets

Entradas, descuentos y promociones en son.estrellagalicia.com

Agenda Salas SON Estrella Galicia

Loco Club, Valencia

The Handsome Family / 02 de mayo

Riquela, Santiago

The Soul Jacket / 05 de mayo
Havalina / 13 de mayo

Super 8, Ferrol

The Soul Jacket / 06 de mayo
Deltonos / 12 de mayo
Posies + Calavera / 27 de mayo

Playa Club, A Coruña

Micah P Hinson / 13 de mayo

Sala El Sol, Madrid

The Limboos / 18 de mayo

Radar Estudios, Vigo

Oso Leone / 20 de mayo

Garufa Club, A Coruña

Depedro / 26 de mayo

Escenario Santander

Posies + Calavera / 28 de mayo

Teatro Lara, Madrid

The Handsome Family / 03 de mayo
Tachenko / 11 de mayo
Mäbu / 18 de mayo
Fernando Vacas: "A Través de la Luz. Una Ópera Flamenca" / 25 de mayo

La Iguana, Vigo

The Limboos / 06 de mayo
Posies + Calavera / 25 de mayo

Sala Capitol, Santiago

2manydjs / 12 de mayo

Mardi Gras, A Coruña

Deltonos / 13 de mayo
Posies + Calavera / 26 de mayo

Le Club, A Coruña

Oso Leone / 19 de mayo

Porta Caeli, Valladolid

Deltonos / 20 de mayo
Posies + Calavera / 24 de mayo

ÚLTIMOS CICLOS Y FESTIVALES DE 2016

SON Estrella Galicia ha marcado la agenda en lo relativo a ciclos, festivales y propuestas diversas, como el Monkey Week, un foro imprescindible de debate, análisis y negocio para el sector musical de nuestro país que tuvo lugar a mediados de octubre en Sevilla y en el que artistas y profesionales compartieron espacio con prensa y público. También en octubre continuó el 981heritage con las actuaciones en Madrid y Barcelona de Michael Rother, Rosalía & Raúl Refree "Los Ángeles" y Cate Le Bon, que darían paso en noviembre al compositor de Portland Peter Broderick, a Wooden Shjips, Niño de Elche y Maia Vidal.

Del 10 al 12 de noviembre Barcelona acogió el MIRA Digital Arts Festival, un evento imperdible para los apasionados de música electrónica y las artes visuales mientras que la novena edición del ciclo Voces Femeninas nos trajo a Sóley y Anaïs Mitchell que hicieron triplete en noviembre en Madrid, Ourense y Vigo. Y ya hay fechas y nombres para la 10ª edición del ciclo que este año duplicará su oferta de conciertos y acogerá nuevas propuestas fuera de los teatros además de sus tradicionales directos, como el que ofrecerá el grupo canadiense Austra el próximo 6 de abril en el Teatro Barceló.

Otro ciclo intenso fue el American Autumn que tras la actuación de Quilt en octubre dejó un noviembre repleto de música con nombres de la talla de Wooden Shjips, Tom Brosseau, Kevin Morby, William Tayler y Heather Woods Broderick. El californiano Cass McCombs cerró el 31 de enero en Ourense la edición más internacional de este ciclo, ya que sumó a la ciudad gallega y a Madrid la ciudad portuguesa de Coimbra.

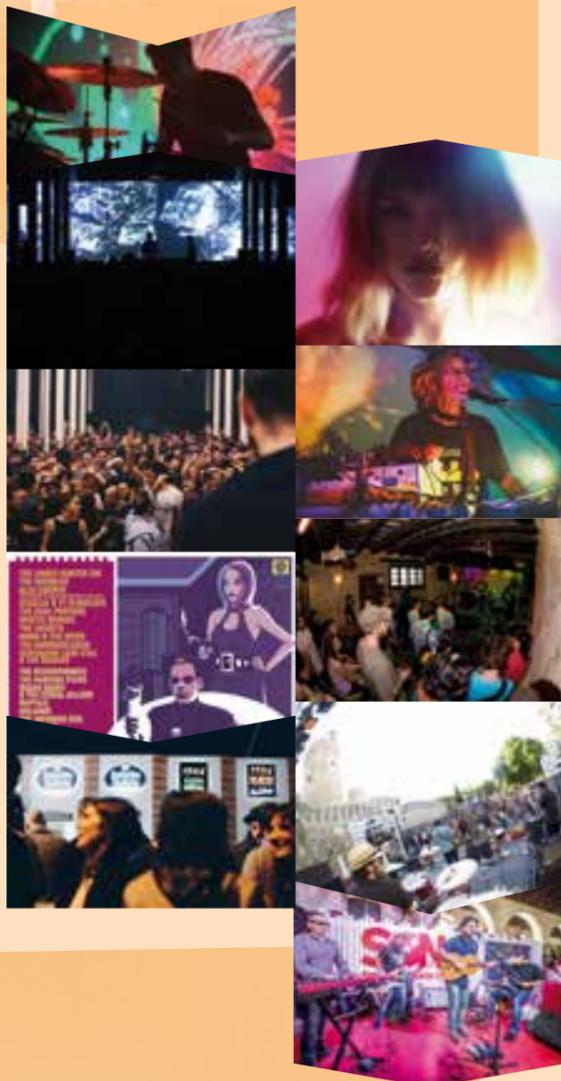
Y cerramos el año en León donde tuvo lugar entre el 7 y el 10 de diciembre la Purple Weekend, uno de los festivales más míticos de la escena underground que reunió en su XXVIII edición algunas de las citas más exclusivas del universo alternativo y mod, como las actuaciones de The Barracudas, The Woggles, Screaming Lord Stax & The Savages, The Jackets o The James Hunter Six.

EMERGENCIAS Y CLUB-E, NUEVAS PROPUESTAS

Junto a estas citas emblemáticas, este año tenemos muchas novedades, como el Club-e, un nuevo circuito musical impulsado por Estrella Galicia y Clubtura (Asociación Galega de Salas de Música ao Vivo), para dar visibilidad tanto al talento de las bandas gallegas como a las salas de esta comunidad. Un total de 27 salas de 17 localidades conforman este nuevo circuito que dará nuevos contenidos a las salas a la vez que permite a los músicos darse a conocer fuera de sus ciudades de origen. El proyecto, que echó a andar en noviembre, ha programado hasta el mes de abril un total de 27 citas, cada una de ellas protagonizada por dos bandas: una emergente y otra más conocida, que ejercerá de "padrino" de la primera. La programación puede seguirse a través de su página de facebook, siguiendo el hashtag #EGClube o en la web de Clubtura.

Por su parte el Teatro Caja Granada acogió ya las primeras citas del ciclo Emergen&Cías SON Estrella Galicia, inaugurado el 2 de febrero por The Wave Pictures y El Hombre Garabato. Dos días después Delafé y Elmini tomarían el relevo de esta nueva propuesta musical que apuesta por combinar nombres consagrados y talento emergente de la escena alternativa más actual gracias a la colaboración de CajaGRANADA Fundación, Muiserv Producciones y SON Estrella Galicia que muestra, una vez más, su compromiso con la escena musical y con sus protagonistas, tanto a un lado como al otro del escenario.

ADemás DE LOS CONCIERTOS Y DE CICLOS COMO VOCES FEMENINAS, 981HERITAGE O AMERICAN AUTUMN, SON ESTRELLA GALICIA HA COLABORADO EN LA ORGANIZACIÓN DE OCHO FESTIVALES Y PRESENTA NUEVAS INICIATIVAS COMO EL CICLO EMERGENCIAS O CLUB-E, EL CIRCUITO MUSICAL IMPULSADO JUNTO A CLUBTURA.



REFORZAMOS NUESTRA PRESENCIA EN EL EXTERIOR A TRAVÉS DEL PROGRAMA SON ESTRELLA GALICIA, ESPECIALMENTE EN DOS PAÍSES EN LOS QUE ESTAMOS PRESENTES: REINO UNIDO Y BRASIL.

EL "ABRAZO" BRASILEÑO



El 1 de noviembre el nuevo proyecto de SON Estrella Galicia nos llevó hasta el Centro Cultural Rio Verde de São Paulo, Brasil, donde tuvo lugar la "segunda vuelta" de este proyecto de hermanamiento musical. Bajo el título "Brasil Abraça Espanha", la banda madrileña Morgan compartió escenario con la compositora carioca Tulipa Ruiz, ganadora del Grammy Latino 2015 al Mejor Álbum Pop Contemporáneo Brasileño. Dos días después Morgan volvió a actuar en la ciudad, en esta ocasión en el Serralheria donde mostró las influencias del pop jazzy con toques de soul americano de su primer trabajo, North (2015). Completaron ese mes de noviembre las actuaciones de Livia Nery el día 10 en Audio Rebel de Río de Janeiro y de Bixiga 70, el día 23 en el Centro Cultural Río Verde.

El local de São Paulo dio la bienvenida a diciembre con un concierto de Fióti, que con el lanzamiento del EP Gente Bonita (2016) buscó fortalecer la autoestima y la belleza del pueblo brasileño con un repertorio variado que va de la samba de Rodrigo Ogi al reggae de MC Coruja. Unos días después el Audio Rebel de Río acogió a la banda Seletores de Frequência con su nuevo espectáculo, instrumental y experimental, que va del funk y el soul al jazz y la samba. Y cerraron el año Passo Torto & Ná Ozzetti en la Serralheria, donde presentaron su disco más reciente Thiago França.

La temporada 2017 de SON Estrella Galicia Brasil se abrió oficialmente con un nuevo tándem hispano-brasileño: Depedro y Anelis Assumpção. Tal y como hicieran meses antes en España, ambos compartieron escenario el 24 de enero en el Centro Cultural Rio Verde de São Paulo para mostrar lo mejor de la música actual de ambos países. La potente Depedro volvió a sonar el día 27 en la Serralheria, donde Jairo Zavala y su grupo dieron a conocer su último trabajo, El pasajero (2016), once canciones que viajan desde México DF hasta las raíces de África Occidental, encontrando a su paso compañeros excepcionales de fatigas como Bunbury.

EN REINO UNIDO



Desde su llegada a Reino Unido en 2016, SON Estrella Galicia continúa impulsando lo mejor de la música independiente británica y española, reforzando nuestra presencia en el exterior a través de su programación y colaborando con eventos musicales de renombre, a través de los que damos a conocer nuestros productos y con los que logramos captar la atención del público asistente.

A finales de 2016, disfrutamos del regreso de #SONEGX1883, una colaboración entre nuestro proyecto SON Estrella Galicia y la revista de cultura digital, 1883 Magazine. Se desarrollaron 6 conciertos protagonizados por artistas británicos como: Youth Club, Majik, Natives, Sam Sure y Natalie McCool en diversas salas del territorio nacional y con el apoyo de SON Estrella Galicia.

En los últimos meses del año y a comienzos de 2017, seguimos colaborando con diversos eventos musicales de renombre, como los 'A&R Awards', que contaron con la asistencia de artistas de la talla de Craig David, CAA Young London Party, Bestival o The Great Escape. Un ejemplo de nuestra gran apuesta por la escena musical de este mercado.





EL CICLO 1906 CUMPLE 10 AÑOS

LA CARISMÁTICA NIK WEST, CON SU POTENTE DIRECTO, INAUGURÓ LA DÉCIMA TEMPORADA DEL CICLO 1906, UN ANIVERSARIO QUE PROMETE SENSACIONES FUERTES Y, COMO SIEMPRE, LOS MEJORES MÚSICOS DEL MOMENTO.

El Teatro Lara vibró con el ritmo de la intérprete de Phoenix en lo que fue el concierto inaugural del décimo aniversario de nuestro Ciclo 1906. No es fácil cumplir una década con un proyecto musical tan cuidado, por lo que hemos preparado un programa acorde a este hito. Entre los primeros nombres figuran Vargas Blues Band, Melissa Aldana, Noa Lur o The Hundertones, dignos sucesores de artistas tan relevantes como los que cerraron la novena edición: Ulf Wakenius, Kin García o Clarence Bekker. El excomponente de Swinging Soul Machine cerró su participación en el Ciclo 1906 con una actuación en el Jazzazza Club. La Jamboree de Barcelona fue testigo del dominio musical del saxofonista y compositor estadounidense Pee Wee Ellis y de uno de los nombres más destacados de la más reciente hornada jazzística de Nueva York: Theo Crocker Quintet.

También en noviembre tuvo lugar en el Nuevo Café Berlín una de las citas más potentes de la pasada edición de nuestro ciclo, el concierto de José James, la voz que mejor aglutina todos los estilos musicales que han surgido en torno a la música negra. Llegó en formación de cuarteto tras haber entrado con letras de oro en la historia del Jazz con su excelso homenaje a Billie Holiday. Sin duda una de las veladas inolvidables de esta edición, que contó también con la presencia en Galicia de Josemi Carmona, Javier Colina y Voro García. Con este compositor, director y trompetista hemos vuelto a demostrar que se puede conjugar talento joven con nombres míticos y llevar a las salas que participan en el ciclo, música de la mejor calidad, con un criterio ecléctico y de puertas abiertas. Tanto, que ya anunciamos que este año, por primera vez, el Ciclo 1906 saldrá de nuestras fronteras. ¡Atentos!



DENTRO DE LA PROGRAMACIÓN MUSICAL DE NUESTRA MARCA 1906, EN 2016 VOLVIMOS A CONTAR CON ALGUNAS DE LAS "INTERPRETACIONES MÁS PERSONALES" DE GRANDES NOMBRES DE LA ESCENA NACIONAL E INTERNACIONAL, COMO LA NEGRA, NOA LUR, MARTHA HIGH & THE TIGHTEN UPS O RODRIGO AMARANTE.

"NUESTRA INTERPRETACIÓN MÁS PERSONAL"

La sala Riquela de Santiago acogió el pasado 6 de noviembre la última cita del Ciclo "1906, Nuestra interpretación más personal": la de Rodrigo Amarante, un músico con un curriculum tan brillante como su trayectoria artística. Miembro de la banda en directo de Devendra Banhart, fundador del combo Little Joy con el batería de The Strokes, miembro activo de Orquesta Imperial –un grupo pop carioca cuyo objetivo es recrear la típica Gafiera Samba– y, sobre todo, miembro fundador de uno de los grupos brasileños más importantes de la pasada década Los Hermanos, con dos álbumes que figuran entre los cien mejores de la música brasileira de la historia y que alcanzaron ventas millonarias.

El brasileño llegó a Galicia con su primer disco en solitario bajo el brazo, *Cavalo*, y con el éxito de *Tuyo*, el single que ha puesto ritmo al éxito televisivo de Narcos, como carta de presentación.

Con él se cerraba la temporada "más personal" de 1906 que contó con otros nombres destacados, como los de Martha High & The Tighten Ups, Lee Fields & The Expressions, Noa Lur y La Negra. Todos ellos pasaron a lo largo del mes de octubre por el madrileño Teatro Lara excepto Amparo Velasco, "La Negra", que estuvo también en el Garufa Club de A Coruña, mostrando su arte a la hora de conjugar géneros aparentemente tan dispares como el flamenco, el jazz o la bossa nova en clave pop. La fuerza y la pasión de esta alicantina es el mejor ejemplo de lo que entendemos por "nuestra interpretación más personal", una personalidad única y arrolladora, como nuestra cerveza 1906.



ARGENTINA



EN LA PATAGONIA

Tras varios años de intenso trabajo, hemos logrado posicionarnos como la cerveza española con mayor presencia en la zona de los Siete Lagos de la Patagonia Argentina, en la Cordillera de los Andes. Nuestras cervezas Estrella Galicia Especial (formatos de botella y lata), Estrella Galicia 0,0 y la familia 1906 están presentes en vinotecas, restaurantes, pubs, hoteles y supermercados de esta zona. Nuestra presencia es mayor en San Martín de los Andes, Bariloche, El Bolson y Esquel.

MAKRO **makro**

Desde finales del mes de octubre 2016, nuestros productos se pueden adquirir de nuevo en la cadena Makro, un referente en el mercado argentino con más de 25 tiendas distribuidas por todo el país. Se puede adquirir Estrella Galicia Especial, tanto en formato botella como lata.



COLOMBIA



EXPO CERVEZAS 2016

En octubre estuvimos presentes en el evento Expo Cervezas 2016, que tuvo lugar en el recinto ferial de la ciudad de Bogotá. Asistieron en torno a 5.000 personas y más de 30 marcas nacionales e internacionales, exhibiendo sus productos. Como parte de nuestras actividades en este salón, se realizaron catas de nuestras cervezas Estrella Galicia Especial y 1906, que estuvieron también disponibles para su venta.



NUEVAS CADENAS: DUTY PAY Y CABRALES

Desde el mes de noviembre, nuestros productos están disponibles en la cadena Duty Pay, en la tienda más importante del Aeropuerto Jorge Newbery, por el que pasan a diario millones de pasajeros de todo el mundo. Hemos introducido en esta cadena, Estrella Galicia Especial (formato de botella, lata y pack con copa).

Desde finales de octubre de 2016 estamos presentes también en la cadena Cabrales, que cuenta con 3 tiendas en la ciudad de Mar del Plata. Establecimientos Premium, que comercializan los productos más selectos, locales e importados. Entre los productos disponibles de su portfolio, destacan nuestras cervezas Estrella Galicia Especial, Estrella Galicia 0,0, y toda la familia 1906, que cuentan también con el formato de estuche con copa.



ECUADOR



WINE & BEER FEST DE GUAYAQUIL

A finales de octubre estuvimos presentes en el Wine & Beer Fest celebrado en el Teatro Suárez de Guayaquil, en Ecuador. En este evento, nuestra cerveza 1906 recibió el reconocimiento a la mejor cerveza entre todas las presentes.



PARAGUAY



ESTRELLA GALICIA SIN GLUTEN

Durante los últimos meses de 2016, se realizó una campaña de comunicación de nuestra marca Estrella Galicia Sin Gluten, que nos ha permitido situarnos como la principal marca sin gluten de Paraguay.



LA BARBERÍA BAR

Se trata del primer local de Paraguay que implanta en el país un novedoso concepto de peluquería, según el cual el cliente puede disfrutar de su momento de cortarse el pelo o la barba, tomándose un café o una cerveza, en este caso, Estrella Galicia.



EN BODEGAS

Las bodegas, licorerías en España, son en Paraguay uno de los establecimientos más selectos a los que acudir en busca de bebidas Premium importadas. Atendiendo a esta demanda, estamos presentes actualmente en más de 40 tiendas de esta categoría, con nuestras cervezas Estrella Galicia, Estrella Galicia 0,0, Estrella Galicia Sin Gluten, entre otras.

Hemos realizado algunas activaciones para dar a conocer nuestros productos a sus consumidores. Este tipo de acciones comenzaron en el mes de octubre, coincidiendo con el verano en Sudamérica.



URUGUAY



PABELLÓN DEL EMIGRANTE

Hemos participado, por tercer año consecutivo y con nuestro portfolio completo de cervezas, en el Pabellón del Emigrante, que celebró como cada año en septiembre en el recinto ferial El Prado de Montevideo. Este evento, de gran relevancia a nivel nacional, se prolongó durante tres días y contó con una gran repercusión y difusión en todo el país.



PUNTA DEL ESTE

Por tercer año consecutivo, estuvimos presentes en la Oktoberfest de Punta del Este, que tuvo lugar en el Hotel & Casino Conrad de la ciudad. Fuimos la única cervecera española que contó con un stand propio en este evento, que se desarrolló durante 2 jornadas y al que asistió público de todas las edades. Pudieron disfrutar de degustaciones de cerveza, platos típicos alemanes, además de bailes tradicionales protagonizados por clubes y asociaciones germanas.



FIESTA OLDIES

En noviembre estuvimos presentes en la celebración de la fiesta OLDIES, un evento tradicional de Uruguay en el que la nostalgia se convierte en fiesta. Estuvimos presentes a través de la Tienda Inglesa y en la Tienda de Atlántida (una de las más importantes), con un stand en el que se degustaron y promocionaron nuestras cervezas.

INDYCAR

En el mes de enero estuvimos presentes, de nuevo, en el Hotel & Casino Conrad de Punta del Este, celebrando el lanzamiento de Santi Urrutia como corredor de la INDY CAR en EE.UU. Nuestras cervezas fueron las únicas presentes en este evento y se celebraron algunos conciertos de música, de grupos referentes en Uruguay.



EEUU



FLORIDA

Nuestra filial en EEUU, Balearic Beverage Distributors ha estado presente en las ferias Cavalier Distributing, celebradas en Jacksonville y en Orlando en los últimos meses. En ambas ciudades, presentamos nuestro portfolio completo de productos para este mercado, entre los que se encuentran nuestras cervezas Estrella Galicia, 1906 y sidras Maeloc. Con motivo de este evento, logramos un significativo número de pedidos, por parte de clientes potenciales y existentes.



CHICAGO

A principios de diciembre, estuvimos en Chicago, desarrollando una intensa actividad promocional, que nos dio la posibilidad de dar a conocer nuestros productos ante un numeroso público estadounidense. Durante el evento se realizaron diferentes actividades, como catas, para dar a conocer nuestras sidras y cervezas, haciéndonos un hueco, más tarde, en el festival "Chicago Botanic Gardens Holiday Beer, Wine & Spirits", donde más de 500 consumidores tuvieron la posibilidad de probar nuestros productos.



FILIPINAS



Nuestra filial en Filipinas, Barcino Corporation cerró el año 2016 líder en el ranking de importadores de vino español en Filipinas. La compañía sigue ampliando año tras año su portfolio de productos, en línea con sus planes de expansión, para convertirse a través de su negocio de distribución en proveedor de las principales cadenas de supermercados del país, proporcionando a este mercado productos de excelente calidad y aumentando la presencia de vinos españoles. Barcino Corporation distribuye los productos de nuestro portfolio en las cadenas de supermercados más importantes de Filipinas, como Landers o Budget Mart, acercando a este mercado Estrella Galicia y 1906, Maeloc, Cabreiroá, y Me Tonic, entre otros productos.

REINO UNIDO



PREMIO PARA BAR44

El restaurante de Westgate Street, Bar44, ha sido proclamado como mejor restaurante del Sur de Wales en la entrega de premios de los "Echo Food and Drinks Awards" 2016-2017.



PREMIO INTERNACIONAL

El chef y fundador de "Tapas Revolution", Omar Allibhoy, que ha ejercido como embajador de nuestros productos en Reino Unido, ha recibido a principios de este año la Medalla de Oro en el Premio Internacional de Tapas, en reconocimiento a su compromiso con la cocina española a lo largo de su carrera profesional en UK. Allibhoy fue reconocido por la organización independiente y sin ánimo de lucro, Tapas Academy de Madrid, que en su trayectoria ha premiado a otros chefs reconocidos, como José Andrés.



MAJESTIC

Estamos presentes desde octubre, en formato de botella de Estrella Galicia 33 cl., en Majestic, un establecimiento minorista británico que se dedica a la venta de vino y cerveza en cajas, en lugar de botellas individuales.

Hay más de 200 tiendas de la cadena en todo el Reino Unido, que, por lo general, son grandes establecimientos ubicados a las afueras de los centros de la ciudad para que los clientes puedan acudir a comprar mayores volúmenes de producto. Majestic se caracteriza por ofrecer un buen servicio al cliente, con personal muy formado y con conocimiento sobre el producto.

REINO UNIDO



CRAFT BEER RISING 2017



Del 23 al 25 de febrero, estuvimos presentes en el evento Craft Beer de Londres, en el que participaron alrededor de 700 sidras y cervezas de más de 150 países. Participamos a través de nuestra sidra Maeloc, que estuvo acompañada por el resto de productos del Mercado de la Cosecha, como son los quesos de Cortes de Muar, las conservas ecológicas de Amorodo y las galletas marineras de Daveiga, entre otros. El CBR tiene una vertiente eminentemente profesional dentro del sector de la alimentación y las bebidas y desarrolla un amplio programa de actividades en torno a los productos participantes con el objetivo de darlos a conocer y facilitar el intercambio de contactos y conocimientos entre los asistentes. Todo ello en el marco de un ambiente distendido en el que también hubo música a cargo de diferentes DJ de renombre y comida callejera a través de la presencia de *foodtrucks*.



NUEVAS ALIANZAS

Seguimos creciendo en Reino Unido de la mano de Conviviality, compañía propietaria de Bibendum, Matthew Clark y PLB, así como minoristas de áreas selectas del mercado en Reino Unido, como Wine Rack y Bargain Booze. Nuestras cervezas se han introducido en los últimos tiempos en el área de mercado de esta compañía, concretamente en Wine Rack, una cadena especializada en la venta de marcas de alcohol internacionales, que cuenta con 30 puntos de venta en todo el territorio nacional. Esta sociedad proporciona a nuestra compañía en Reino Unido, el acceso de nuestros productos a un amplio mercado. Conviviality es, además, la encargada de promover el evento Craft Beer Rising de Londres, en el que hemos participado en febrero de 2017 con nuestras sidras Maeloc y a través del programa de RSC, el Mercado de la Cosecha. A este evento se unirán el resto de cervezas del portfolio de la compañía próximamente.



LINDSAY CASTLING / EXPORT DEPARTMENT UK
HIJOS DE RIVERA SAU

LA CERVEZA ARTESANA EN REINO UNIDO

Desde los últimos 5 años, las cervezas artesanas están en auge en Reino Unido. Parece que han venido para quedarse, manteniendo, hasta el momento, la popularidad con la que contaron desde el principio.

Vivimos un momento en el que surgen continuamente nuevas marcas de cerveza que quieren hacerse un hueco en este universo. En concreto, en Londres, es difícil pasar una semana sin escuchar hablar de una nueva marca de cerveza artesana, surgiendo constantemente nuevas enseñas, de forma paralela al nacimiento de los nuevos 'gin bars', que proliferan por todo el país.

Aunque parezca sorprendente, cuando la cerveza artesana llegó a este mercado tenía pocas posibilidades de sobrevivir, pero se ha consolidado y hoy los consumidores exigen más a estas marcas, igual que a las marcas Premium internacionales, que se dan a conocer cada día más y más.

Reino Unido es famoso por sus cervezas Ale y diferentes cerveceras locales y, aunque podamos pensar que los hábitos de consumo del inglés promedio son los mismos (porque nunca se bebe solo una pinta, sino unas cuantas...), sus gustos son variados y les gusta probar cervezas nuevas, que les sorprendan.

En este sentido, por ejemplo, este mes participamos en la Craft Beer Rising, que tuvo lugar en el East End de Londres, un evento al que acudimos con nuestras sidras Maeloc, que sorprendieron gratamente al público por sus sabores afrutados y refrescantes, como una perfecta alternativa a la gran cantidad de cervezas ales y súper lupuladas que estaban presentes en este evento. Gran parte del público se acercaba buscando algo diferente, fresco y con "drinkability" y Maeloc respondía a esa demanda.

En su mayoría, los visitantes de esta feria se sentían atraídos por marcas como Brew Dog, Camden o Verdett, pero se encontraban también los que se autodenominaban verdaderos amantes de la cerveza (por supuesto, con barba), que buscaban su cerveza favorita, de marca siempre desconocida, para hablar con el maestro cervecero y comentar las últimas novedades.

Ponte da Boga

A D E G A



VENDIMIANDO PREMIOS

desde 1898 en la Ribeira Sacra.



Godello 2013



MEDALLA DE ORO
Guía de Vinos, Destilados y Bodegas de Galicia - 2015

Godello 2014



BACO DE ORO
XXXI Cata Concurso Nacional de Vinos Jóvenes



BACHUS DE ORO
Concurso Internacional de Vinos 2016

Expresión Gótica 2012



MEDALLA DE ORO
Guía de Vinos, Destilados y Bodegas de Galicia - 2015

Expresión Histórica 2014



MEDALLA DE BRONCE
International Wine & Spirit Competition 2016

Meicía 2013



MEDALLA DE PLATA
Guía de Vinos, Destilados y Bodegas de Galicia - 2015

Meicía 2014



MEDALLA DE BRONCE
International Wine & Spirit Competition 2016

Meicía 2015



MEDALLA DE ORO
Mejor Tinto de la D.O. Ribeira Sacra 2016



Macy Gray



MACY GRAY ES UNA DE LAS GRANDES VOCES CON LAS QUE CUENTA ESTE AÑO EL CICLO 1906. ICONO DEL NEO SOUL, EN SU NOVENO TRABAJO, "STRIPPED", GRAY REGRESA A SUS RAÍCES Y A UN JAZZ MÁS ÍNTIMO.

Macy Gray está considerada actualmente como una de las voces más importantes del neo soul, al lado de divas como Erykah Badu, Angie Stone o Lauryn Hill. Incluso ha sido comparada con Billie Holiday o Betty Davis. Así es como la cantante ha logrado convertirse en una gran estrella gracias a su estilo único, que hace el tándem perfecto junto a la cerveza 1906, con su esencia inconformista y sorprendentemente rompedora.

Natalie Renee McIntyre, más conocida como Macy Gray, nació en 1967 en Ohio e inició su carrera profesional en Los Ángeles en 1999, cuando saltó a la fama gracias a su sencillo de soul-pop 'I Try' y su disco debut 'On How Life Is', se convirtió en un éxito en las listas musicales. Artista multidisciplinar, va ya por su noveno disco, ha trabajado con grandes como Carlos Santana e incluso ha hecho sus pinitos como actriz en las películas *Training Day* y *Spiderman*.

"En mis canciones, hay un mensaje de libertad, de ser tú mismo, mucho individualismo, y creo que todos en todo el mundo pueden sentirse identificados con ese tipo de cosas".

Ganadora de varios Grammy platino como artista pop, Gray sigue considerándose una cantante de jazz.

"Mi estilo de música realmente es el jazz. Así es como aprendí a cantar, en bandas de jazz con pianista, batería y bajista, tocando en almuerzos y en pequeños garitos de jazz a las 3 de la madrugada".

Exprime ese toque íntimo y nocturno que la caracteriza en su noveno álbum de estudio, en el que cuenta con una banda excepcional de jazz integrada por el batería Ari Hoenig (Joshua Redman), el trompetista Wallace Roney (Dizzy Gillespie, Miles Davis), el guitarrista Russell Malone (Diana Krall) y el bajista Daryl Johns.

El disco es una colección de canciones de su catálogo reinventadas, tres nuevas canciones originales y dos versiones: su interpretación más personal de 'Nothing Else Matters' de Metallica y 'Redemption Song' de Bob Marley.

Macy Gray presenta su nuevo y recién estrenado trabajo discográfico, 'Stripped', en un concierto exclusivo del Ciclo 1906: Nuestra Interpretación Más Personal. 3 de abril en el Teatro Nuevo Apolo de Madrid.

VINAGRE DE SIDRA



HISTORIA

El empleo del vinagre en gastronomía es posible que esté ligado al comienzo de la elaboración de bebidas alcohólicas, cuando alguien se dio cuenta de lo adecuado de su empleo como conservante. El primer testimonio escrito del empleo del vinagre viene del Imperio Romano: el gastrónomo Apicio (contemporáneo del emperador Tiberio, s.I d.C.) y autor del libro de cocina más antiguo que se conoce en la cultura occidental, *De re coquinaria*, *Sobre materia de cocina* es un recetario en latín en el que aparecen recetas que emplean vinagre. Apicio era conocido, sobre todo, por sus excentricidades y una enorme fortuna personal que dilapidó en su afán por hacerse con los más refinados alimentos, elaborados en complicadas recetas, algunas atribuidas a él, como el foie gras obtenido del hígado de gansos alimentados con higos. La tradición dice que se suicidó envenenándose, al asumir que había arruinado completamente su estilo de vida.

¿QUÉ ES EL VINAGRE DE SIDRA?

- Es el resultado de la fermentación de la sidra por la acción de bacterias acéticas que, en presencia de oxígeno, convierten la sidra en vinagre.
- Se realiza en unos fermentadores especiales denominados "acetator" cuya principal característica es introducir paulatinamente aire en la mezcla de sidra sembrada previamente con bacterias acéticas. Posteriormente se somete a un proceso de clarificación y/o filtración para finalmente pasteurizar y envasar en botellas de 50 cl.
- La duración total del proceso viene a ser de unos 30 días a lo que que hay que sumar el tiempo de la elaboración de la sidra (4 o 5 meses).



OS
/ JOSÉ LUIS OLMEDO
GESTOR DE PROYECTOS I+D+I
HR INCORP



NUESTRAS CARACTERÍSTICAS

- Se elabora en Custom Drinks (en Chantada, Lugo) con sidra natural, elaborada con manzanas que han sido cultivadas siguiendo las pautas de la agricultura ecológica certificadas por el CRAEGA (Consejo Regulador de Agricultura Ecológica de Galicia).
- Actualmente hay 150 cultivadores gallegos que nos proveen del 30% de la manzana que se transforma en sidra en nuestras instalaciones.
- En cuanto a alérgenos, es un producto sin gluten ni sulfitos.
- Tiene un color dorado ambarino, de aspecto brillante pero que debido a su origen natural puede observarse variaciones de color y aparición de turbidez que no afecta a su calidad. Tiene un aroma suave y afrutado.
- No tiene fecha de caducidad ni fecha de consumo preferente, pero para su mejor conservación se recomienda almacenar protegido de sol, lluvia, humedades y olores agresivos. Tampoco se debe someter a altas temperaturas durante tiempos prolongados.
- Es el primer vinagre de sidra ecológico gallego sin sulfitos.
- Como información nutricional podemos decir que el vinagre de sidra ecológico Maeloc tiene 4,6 kcal/100 ml lo que representa un 0,23% de la ingesta de referencia de un adulto medio; un contenido en proteína menor de 0,5 g., un 1,1 g de hidratos de carbono de los cuales, menos de 0,5 g son azúcares y sin presencia de grasas.
- Tiene una acidez de unos 50 g/l de ácido acético que expresado de otra forma más habitual son 5° o 5% y un pH entre 2,5 y 2,9.
- El alcohol residual de la fermentación acética de la sidra está por debajo del 0,5% de alcohol expresado en volumen.

USOS

- En la cocina el vinagre es un ablandador natural de las carnes.
- Potenciador del sabor.
- Aliño para ensaladas.
- Para elaboración de encurtidos y marinados.
- Conservante natural para elaborar conservas caseras.
- Desinfectante natural para agua, verduras y fruta.

BENEFICIOS DEL VINAGRE DE SIDRA MAELOC

- Tiene efecto diurético y depurativo por lo que puede ayudar a evitar la retención de líquidos.
- No tiene azúcares añadidos, ni grasas, ni sal; por lo que no engorda.
- Es antioxidante, con lo que ayuda a retrasar los fenómenos responsables del envejecimiento de las células y la acumulación de radicales libres.
- Favorece el tránsito intestinal y el control del colesterol, los triglicéridos y la hipertensión gracias a la fibra soluble que contiene.
- Ayuda a aliviar la acidez estomacal debido a dos componentes procedentes de la manzana: pectina y glicina.
- Es antiséptico, con lo que ayuda tópicamente a combatir infecciones, hongos y acné.

PRESENTACIÓN

El nuevo vinagre de sidra ecológico MAELOC fue presentado el pasado mes de febrero en la mayor feria mundial de productos ecológicos, BIOFACH de Nuremberg (Alemania) en la que hubo muy buena acogida del nuevo producto por los más de 2.700 expositores y más de 51.000 visitantes de 134 países. Siendo las sidras ecológicas Maeloc (Natural, Dulce y Extra) las únicas españolas que se presentaron en la feria.

Comer y Beber



MOLLEJAS DE CORDERO LECHAL CON SALSA TÁRTARA

INGREDIENTES

- Para la salsa tártara:
 200 ml mayonesa
 3 cucharadas de alcaparras escurridas y troceadas
 3 cucharadas de pepinillo escurrido y troceado
 1 chalota pequeña, en trocitos pequeños,
 zumo de limón, ½ huevo duro
 3 cucharadas de perejil picado
 escamas de sal marina y pimienta negra molida

ELABORACIÓN

- Escaldar las mollejas para eliminar todas las impurezas. Hervir con sal, laurel y cebolla hasta que estén muy blandas.
 Escurrir las mollejas.
 Mezclar el pan rallado, cilantro, eneldo y menta.
 Rebozar las mollejas en la harina, huevo y hierbas.
 Freírlas hasta que estén doradas y crujientes.

PRESENTACIÓN

Servir con la salsa tártara.

MARIDAJE



ESTRELLA GALICIA 0,0



Un camino de premios #doityourway

-The International Cider Challenge (UK)-



SIDRA SECA



BRONZE INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2014
 TROPHY INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2015

Sabor



SIDRA DULCE



BRONZE INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2014/2015/2016

Sabor



SIDRA DE PERA



BRONZE INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2016
 BRONZE INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2014

Sabor

Diseño & Packaging



SIDRA DE FRESA



BRONZE INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2014/2015

Sabor



SIDRA DE MORA



BRONZE INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2015

Sabor



SIDRA EXTRA



GOLD INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2014

BRONZE INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2015/2016

BRONZE INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2014

Sabor

Diseño & Packaging



SIDRA SIN



BRONZE INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2015

Sabor



SIDRA NATURAL



TROPHY INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2014

GOLD INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2014

BRONZE INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2015

SILVER INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2016

BRONZE INTERNATIONAL CIDER CHALLENGE 2014

Sabor

Diseño & Packaging

Cosecha de Galicia

La experiencia, nuestro mayor valor

viajes orzán
DESDE 1978

Berlín

BERLÍN SE HA CONVERTIDO EN EL NUEVO PARÍS, LA CAPITAL CULTURAL Y ARTÍSTICA DE LA VIEJA EUROPA A LA QUE NADIE SE RESISTE. ADEMÁS DE SU CONMOVEDORA Y RECIENTE HISTORIA -ASOLADA EN LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL Y DIVIDIDA POR EL MURO DURANTE CASI 30 AÑOS-, LA CIUDAD HA LOGRADO REPONERSE A LA DURA REUNIFICACIÓN Y A LOS EMBITES DE LA CRISIS ECONÓMICA Y CONVERTIRSE EN UN REFERENTE PARA EL CONTINENTE, QUE VE EN SU ENERGÍA Y ESPLENDOR EL MEJOR EJEMPLO A SEGUIR. ADEMÁS DE SU HISTORIA, EL DESARROLLO CULTURAL, EL DISEÑO Y LA INNOVACIÓN HAN HECHO DE BERLÍN UNO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS MÁS VISITADOS DEL MUNDO.



Socios estratégicos



Ofrecemos
respuestas profesionales



EL MURO

Sin duda, la visita a Berlín no puede obviar los rastros del muro que dividió la ciudad durante casi 30 años. Son el vivo ejemplo de las consecuencias del fascismo y la guerra y de la angustia con la que vivieron millones de personas. Sus huellas permanecen en los pasos fronterizos y sitios conmemorativos, como la fundación Topografía del Terror, una exposición al aire libre que documenta la historia de este lugar, central de la Gestapo, o en la East Side Gallery, donde permanece más de un kilómetro de muro interior pintado en 1990 por 118 artistas de 21 países. También se puede hacer todo el trayecto del Muro, aproximadamente 160 km, a través de una senda para peatones y ciclistas que pasa por sectores de interés histórico.

LA PUERTA DE BRANDENBURGO

Otro de los símbolos más reconocibles de la ciudad y visita inexcusable. Como su nombre indica, se trata de una puerta de la antigua ciudad amurallada, la única que queda de las 18 que se construyeron en el s. XVIII. Vivió también numerosos vaivenes y reconstrucciones hasta su aspecto actual, completado en 2002. Además de su valor histórico, está en una de las zonas más atractivas de la ciudad tanto de día como de noche, cerca de la Plaza Potsdamer, con sus tres centros arquitectónicos y de ocio; del Tiergarten, uno de los mayores parques de la ciudad con ciclovías, lagos, patios cerveceros y cafés, y del Memorial del Holocausto, el monumento de 2711 bloques de hormigón diseñado por Peter Eisenmann para recordar los horrores del Holocausto.

EL REICHSTAG

Situado en la línea del Muro, la sede del Bundestag, el Parlamento alemán, es un grandioso palacio formado por dos edificios de estilo neoclásico unidos por un túnel con una impresionante cúpula en la parte superior. Construido a finales del siglo XIX, sufrió un terrible incendio con el alzamiento de los nazis y duros bombardeos en la guerra. Hasta los años sesenta no comenzó su remodelación, que no incluyó la cúpula, de la que se encargaría en los noventa el arquitecto inglés Norman Foster, responsable de la moderna superficie de cristal que hoy es casi imagen emblema de la ciudad y uno de los lugares más visitados. El último piso de la cúpula ofrece una de las vistas más espectaculares de Berlín.



COMER

La gastronomía berlinesa, como la propia ciudad, es multicultural, con influencias tanto de regiones y países vecinos como de la inmigración turca, india y pakistaní, que ofrece platos más populares y económicos. Las típicas cervecerías al aire libre, Biergarten, son el sitio ideal para probar la comida alemana, como sus Boulettes, el chucrut o su salchicha Currywurst, servida en trozos con mucho ketchup y curry. Y, por supuesto, siempre acompañado de una buena cerveza.

LA CATEDRAL DE BERLÍN

Construida entre 1894 y 1905 sobre los cimientos de una pequeña catedral barroca de 1747 fue arrasada también tras la guerra y reconstruida de nuevo a principios de este siglo. Su cercanía al Palacio Imperial la convirtió en la principal iglesia de la corte de la dinastía Hohenzollern, y cementerio de sus miembros; en su cripta se pueden ver más de 90 tumbas de la familia imperial fallecidos desde finales del s. XVI hasta principios del s. XX. Cuenta también con una cúpula que ofrece hermosas vistas de la ciudad.

LA ISLA DE LOS MUSEOS

Declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco –y “distrito dedicado al arte y las antigüedades” por un decreto real de 1841–, esta isla en el río Spree, en pleno centro de Berlín, acoge cinco de los más de 350 museos de la ciudad: el Museo Antiguo, la Antigua Galería Nacional, el Museo de Pérgamo, el Museo Bode y el Museo Nuevo (Neues Museum), reformado en 2009 tras 70 años cerrado y que cuenta con una importante colección egipcia en la que destaca el busto de la reina Nefertiti del año 1351 a. C.

LA CIUDAD NACE EN 1307 DE LA FUSIÓN DE CÖLLN Y BERLÍN, DE LA QUE TOMA EL NOMBRE, Y VIVE SU AUGE EN EL S. XVIII AL CONVERTIRSE EN CAPITAL DEL REINO DE PRUSIA. CUANDO UN SIGLO DESPUÉS ESTA DERROTA A AUSTRIA, DINAMARCA Y FRANCIA, BERLÍN SE CONVIERTE EN UNA DE LAS CIUDADES MÁS GRANDES E IMPORTANTES DEL MUNDO, ADEMÁS DE CENTRO FINANCIERO Y UN REFERENTE CULTURAL Y ARQUITECTÓNICO. PERO TODO DESAPARECE CON LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL; LA CIUDAD QUEDA REDUCIDA A ESCOMBROS Y DIVIDIDA ENTRE ALIADOS Y SOVIÉTICOS, QUE LA PARTEN EN DOS DEFINITIVAMENTE CON EL INFAME MURO. SU CAÍDA EN 1989 REPRESENTA EL FIN DE UNA ERA Y BERLÍN RECUPERA EN MUY POCO TIEMPO SU VIEJO ESPLENDOR COMPLETAMENTE RENOVADO, LISTA PARA OCUPAR SU LUGAR EN EL MUNDO.



BERLÍN SE HA CONVERTIDO EN EL NUEVO PARÍS. LA CAPITAL CULTURAL Y ARTÍSTICA DE LA VIEJA EUROPA A LA QUE NADIE SE RESISTE



DÓNDE TOMARSE UNA ESTRELLA

Bar Raval

Lübbener Str. 1, 10997
Berlín, Alemania



/1874/ LA ESTRELLA DE ORO

Fueron muchos los gallegos que durante el siglo XIX se vieron obligados a emigrar a otros países por la situación socioeconómica de España. Fueron también muchas las historias bonitas que comenzaron así. Con una complicada decisión de dejarlo todo atrás, en busca de una segunda oportunidad en un nuevo país, a miles de kilómetros de todo aquello que les resultaba familiar.

En el caso de José María Rivera Corral, fundador de nuestra Compañía, a la temprana edad de 14 años, se ve obligado a emigrar a Cuba. Su primera experiencia migratoria, aunque no la última, ya que, en 1874 decide emprender su viaje a Veracruz, México, donde tiene lugar su primera experiencia empresarial.

La complicada situación económica en Veracruz no impidió a José María Rivera triunfar con su negocio de abarrotes. El éxito tuvo que ver con un producto que revolucionó la ciudad, un batido helado diseñado por él mismo y que supuso también su primera experiencia en el mundo de las bebidas y el hielo.

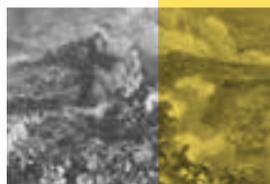
TAMBIÉN EN /1874/

El 2 de enero, en Madrid, el presidente de la I República Española EMILIO CASTELAR PRESENTABA SU DIMISIÓN al perder la confianza por parte del Parlamento.



Este año, LORD SALISBURY es nombrado secretario de estado para la India.

En el marco de la TERCERA GUERRA CARLISTA, se libraban batallas constantes en el valle de Somorrostro, en Bilbao.



El 25 de abril, en Alemania, SE FIRMABA EL TRATADO DE OLIMPIA que por primera vez en la historia agrupaba a dos gobiernos en una misma excavación arqueológica.



En Filadelfia, Estados Unidos, abre sus puertas el PRIMER ZOOLOGICO PÚBLICO.

El 24 de marzo nace en Budapest, Ehrich Weiss, que pasará a la historia con el sobrenombre de HARRY HOUDINI, uno de los magos más famosos de la historia.

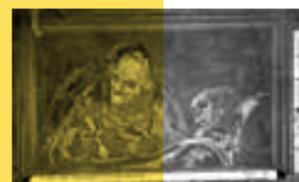


El crítico de arte Louis Leroy acuña, irónicamente, EL TÉRMINO "MOVIMIENTO IMPRESIONISTA" tras ver en una exposición la obra "Impresión, sol naciente" de Monet.



El 29 de agosto NACE EN SEVILLA MANUEL MACHADO, uno de los poetas más representativos del modernismo español y hermano del también poeta Antonio Machado.

Joseph Golden obtiene la PATENTE DEL ALAMBRE DE ESPINO EN EE. UU. que cambiará el modo de vida en EE. UU. Los ranchos con ovejas y ganado reemplazarán al campo abierto.



En la Quinta del Sordo, GOYA PINTA "DOS VIEJOS COMIENDO SOPA", uno de los cuadros que pertenecen a su saga de Pinturas Negras.

Internacionalización sí, pero CON MARCA



www.marcasrenombradas.com



Foro de
Marcas Renombradas
Españolas

SON
Estrella Galicia 

Tú.
Tu sonido.
Tu cerveza.
Ahora.

Un
soplo de
rebelión
cultural

SON Tickets

Entradas, descuentos
y promociones en
son.estrellagalicia.com

