

**ACTUALIDAD**

Lanzamos Fábrica de Cervezas con Percebes da Costa da Morte

PG 22

**EN PRIMERA PERSONA**

Emilio Varela Bárcena  
Director de Servicio al Cliente  
Hijos de Rivera SAU

PG 30

**UNIVERSO DIGITAL**

The Hop: Nuevo programa de emprendimiento colaborativo

PG 36

# mun<sup>do</sup>HR





¿Te gusta conducir?

ATRÉVETE A TODO



# EL PRIMER X2 DE BMW

## 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  
Ferrol

[www.novomovil.bmw.es](http://www.novomovil.bmw.es)

Consumo promedio: desde 4,6 hasta 5,9 l/100 km. Emisiones de CO<sub>2</sub>: desde 121 hasta 134 g/km.





# Agnacio Rivera

CEO HIJOS DE RIVERA SAU

Hola a todos,

Con el pensamiento en esta época estival y deseando unos fantásticos días de descanso a todos los que podéis disfrutar de este período, en estas fechas, me gustaría destacar en este editorial el trabajo que se está desarrollando desde nuestro proyecto Fábrica de Cervezas. Este reciente proyecto transversal de nuestra compañía que hace que cada día estemos más orgullosos de nuestra diferenciación y de nuestro amor por la cerveza.

Todo empezó intentando sorprender y divertir a nuestros consumidores desde tierra, mar y aire. Desde la tierra nos atrevimos con una primera edición de Pimientos de Padrón (edición que relanzaremos en agosto con la nueva cosecha, con una producción de unos 60.000 litros, necesaria después de la magnífica acogida que tuvo esta cerveza el año pasado) y con nuestra edición Samain.

Luego nos atrevimos e iniciamos un difícil recorrido, nuestro camino desde el mar, con percebes y algas. Camino que, sin duda, ha sido una referencia en todo el sector cervecero y que, como sabéis, supo a poco por la gran demanda y aceptación que tuvo nuestra cerveza.

Estas cervezas son el fruto de un profundo y arduo trabajo por hacer algo que nadie había realizado antes, y sé, sobradamente, el esfuerzo y dedicación que conlleva. Para nuestra última cerveza, la de percebes, tuvimos que realizar 19 versiones hasta estar satisfechos con el prototipo final.

Este reto que asumimos demuestra nuestro compromiso con la innovación y nuestro amor por nuestro producto, la cerveza. Además este proyecto consigue algo importante, que es marcarse nuevos desafíos fuera de nuestra zona de confort, y poder equivocarnos, algo básico para aprender y mejorar, y creo que pasárnoslo bien y disfrutar de lo que hacemos, algo que también como sabéis empuja dentro de nuestra organización.

Ahora nos queda un tercer reto, y la verdad si me permitís, más apasionante todavía, el aire, que será nuestro campo de trabajo para el año 2019, donde sin duda pondremos todo nuestro esfuerzo en sorprender, desde un campo tan complejo, y en ello estamos!!

Solo me queda agradecer a todos los que empujáis este proyecto, por vuestra pasión empeño y compromiso. Estoy seguro de que iremos pasando de un proyecto cualitativo y distintivo, a un proyecto que se irá haciendo cada día más diferenciador, a la vez que más conocido y cuantitativo en todo el mundo.

Os animo a seguir intentando ser más diferentes si cabe y a seguir sorprendiendo a nuestros consumidores.

»  
IGNACIO RIVERA,  
EMPRENDEDOR  
DEL AÑO EY EN  
ESPAÑA 2017



8



»  
FINAL DEL  
V CAMPEONATO  
DE TIRAJE



19



«  
MERCADO DE  
LA COSECHA  
SALÓN DE  
GOURMETS



40





LA SERIE  
FARIÑA



PERONI EN  
ESPAÑA



FERIAS PROFESIONALES

- 6 // Noticias
- 22 // Actualidad
- 24 // Factor H
- 28 // Cultura de cerveza
- 30 // En primera persona
- 32 // HR por dentro
- 34 // Universo digital
- 40 // Acción responsable
- 45 // Música
- 50 // Deportes
- 56 // Mercados
- 61 // Personaje estrella
- 62 // Sabías que...?
- 64 // Comer y beber
- 67 // Viajes
- 70 // Guiño al pasado

mun<sup>do</sup>HR 

JUNIO 2018

**TEXTO:** Corporación Hijos de Rivera

**DIRECCIÓN Y REDACCIÓN:** Comunicación Corporativa

**DISEÑO Y MAQUETACIÓN:** Bolanda, ediciones y marketing

**COLABORACIONES:** Santiago Miguélez, Goretta Castro, Manel P. Piñón, Fernando Iglesias, Emilio Varela, Aitor de Artaza, Víctor López-Picazo, Juan José Delgado, Francesc Pumarola, Jorge López, David Sueiro, Keila Pousa, Jorge Allo, Belén Esparza, Víctor Jerez, José Luis Olmedo, Chisco Jiménez.

Esta publicación ha sido impresa en papel Cyclus Print 100% reciclado, libre de cloro y blanqueadores ópticos. Este papel cuenta con la certificación FSC, el sello 'Ángel Azul' y la Etiqueta Ecológica Europea (EEE) que garantiza una baja incidencia ambiental durante su fabricación.



# 2017, UN AÑO DE ÉXITOS PARA HIJOS DE RIVERA



EN EL MES DE ABRIL, CELEBRAMOS EN NUESTRA FÁBRICA DE CERVEZA EN A CORUÑA EL TRADICIONAL ENCUENTRO DE IGNACIO RIVERA CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, EN EL QUE HA DADO A CONOCER LAS PRINCIPALES CIFRAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD DE LA COMPAÑÍA EN 2017

En esta ocasión, presentamos las cifras que se derivan de un estudio de impacto socioeconómico elaborado por la consultora internacional KPMG que cuantifica bajo un modelo estándar, la metodología input-output, el impacto de la actividad de la compañía a lo largo de toda la cadena de valor.

## GENERAMOS 22.000 EMPLEOS EN ESPAÑA, VINCULADOS A NUESTRA ACTIVIDAD

Dicho estudio señala que cerca de 22.000 empleos en toda España están vinculados de algún modo con la actividad de Hijos de Rivera, lo que supone que por cada puesto directo se generan 24 empleos relacionados con la empresa.

Por otra parte, el estudio concluye que Hijos de Rivera aportó a la economía española un total de 1.293 millones de euros en 2017.

En el caso de Galicia, la actividad de la compañía supone un 1,10% del PIB gallego, y el 1,64% de la población activa de la comunidad está relacionada con la empresa.





## CIFRAS RÉCORD DE PRODUCCIÓN Y FACTURACIÓN

La facturación de Corporación Hijos de Rivera fue de 465,5 millones de euros en 2017, un 14% más que el año anterior, cuando alcanzó los 408 millones de euros.

En términos de inversión, hemos invertido 195,6 millones de euros en este último trienio, 75,7 millones solo en 2017.

La producción de cerveza ha superado los 278 millones de litros. Esta cifra se ha multiplicado en los últimos años y supera en un 18% la de 2016 y un 163% la de 2010. En el caso del agua mineral, y teniendo en cuenta los tres manantiales de la compañía (Cabre-

iroá, Agua de Cuevas y Fontarel), en 2017 se han envasado 171 millones de litros de agua, lo que supone un crecimiento de un 8% respecto al ejercicio anterior.

En términos de empleo, el grupo ha incrementado sustancialmente su plantilla en los últimos años. Solo en 2017 se han incorporado 104 personas a la compañía, hasta superar los 1000 empleados.

La compañía anunció también unos beneficios en 2017 de 54,5 millones de euros, un 11,5% superiores a los 49 millones del ejercicio anterior.

## CRECEMOS EN EL NEGOCIO DEL AGUA MINERAL

Cerramos el 2017 experimentando también un gran crecimiento del negocio del agua mineral en nuestros tres manantiales, que aportan en 2017 una cifra de negocio de 38 millones de euros, un 13% más que en 2016, con un volumen de 171 millones de litros

Cabreiroá alcanzó en 2017 la cifra de 80 millones de litros con una facturación de 26 millones de euros. Unos resultados que, desde 2013, se han incrementado en un 60% y 120%, respectivamente. En Agua de Cuevas, hemos pasado de 25 millones de litros, desde 2013, a 40 millones en 2017, con un incremento significativo del 80% en facturación llegando a los 7 millones de euros, y en Fontarel hemos conseguido mantener la cifra en 50 millones de litros y aumentar la facturación un 4% hasta los 5 millones de euros desde 2015.



## IGNACIO RIVERA, EMPRENDEDOR DEL AÑO EY EN ESPAÑA 2017



**Nuestro CEO Ignacio Rivera se proclamó vencedor de la vigésimo segunda edición del Premio Emprendedor del Año EY en España, que busca reconocer y respaldar la labor emprendedora de los empresarios**

El Ministro de Hacienda y Función Pública, Cristóbal Montoro, fue el encargado de entregar el premio y de clausurar la ceremonia que tuvo lugar el 1 de marzo en la Real Fábrica de Tapices de Madrid y que reunió a más de 300 representantes del mundo empresarial, político y académico.

Ignacio se proclamó ganador del certamen entre un total de 22 emprendedores, que representaban a 14 empresas procedentes de las siete zonas geográficas en las que este año se dividió el premio, convirtiéndose, por lo tanto, en el candidato que acude en representación de España para competir por el Premio Emprendedor del Año Mundial EY, en el que participan los ganadores nacionales de cerca de 60 países.

IGNACIO RIVERA  
SE PROCLAMA  
GANADOR DEL  
CERTAMEN ENTRE  
UN TOTAL DE 22  
EMPRENDEDORES

## 1906 LAS MENINAS DE CANIDO, PREMIOS GENIO Y BEST AWARDS 2018

**Triunfamos en la reciente edición de los Premios Genio Innovación 2018 y recibimos el Best Award Branded Content por la acción especial de medios que desarrollamos de la mano de 1906, para dar a conocer el barrio de Canido, en Ferrol, y su iniciativa 'Las Meninas de Canido'**

Hemos recibido el máximo galardón de los Premios Genio 2018, el Gran Premio Genio 2018 Innovación en Marketing Comunicación y Uso de los Medios y el Primer Premio Genio Innovación en la categoría Branded Content 2018. Unos galardones que desde hace 10 años entrega el grupo de comunicación CM-Vocento y que suponen un reconocimiento único en el sector, destacando las iniciativas más creativas e innovadoras en Marketing, Innovación y uso de los Medios 2018.

Además, recibimos el galardón Best Branded Content 2018 de manos de la organización de este certamen formada por las revistas Ipmark, Distribución Actualidad, Restauración News y el Salón Internacional de Bebidas & Food Service Alimentaria, por la misma campaña que desarrollamos en 2017 de la mano de 1906 sobre Las Meninas de Canido y para atraer la atención del misterioso artista Banksy.

THE FOOD  
AWARDS

#BestAv





CUANDO ELABORAS  
ALGO TAN PERSONAL  
NO PUEDES SER OBJETIVO.



PERO LOS MEJORES  
JURADOS INTERNACIONALES SÍ.



FAMILIA

**1906**

NUESTRA INTERPRETACIÓN MÁS PERSONAL

1906. recomienda el consumo responsable.

LA SELECCIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL Y LAS MUÑECAS GORJUSS  
PROTAGONIZAN LAS NUEVAS EDICIONES ESPECIALES DE NUESTRAS  
AGUAS CABREIROÁ, PERFECTAS PARA COLECCIONAR

## “PASIÓN POR LA ROJA”

Lanzamos al mercado una edición especial de botellas coleccionables, en formato pet 1,5l y 0,33l, con motivo del Mundial de Rusia. “La hidratación de la Selección” es el lema de esta edición, que rinde homenaje a sus jugadores ilustrando sus etiquetas a través de la obra del artista Víctor Jerez

Los jugadores de la Selección Española de Fútbol son los protagonistas del nuevo diseño de las botellas de Cabreiroá. El artista Víctor Jerez, conocido pintor de deportistas de élite, ha pintado a mano a cada uno de los jugadores, presentes en las etiquetas de las botellas junto al mensaje “La hidratación de la selección” que vincula al equipo con los beneficios de nuestra agua.



## GORJUSS

En su apuesta por dinamizar la categoría de aguas y sorprender a los consumidores, Cabreiroá se une al licenciatario Santoro London con la creación de una nueva edición de botellas protagonizada por las muñecas Gorjuss.

En total, se han lanzado al mercado nueve modelos coleccionables, cada uno de los cuales representa un estado de ánimo o una experiencia, con las que Cabreiroá y Santoro tratan de fomentar la creatividad y la imaginación. Para lograr transmitir estos sentimientos, la ilustradora se sirve de los elementos que las acompañan y sus tonalidades, cargando cada botella con una emoción diferente.



## AGUA DE CUEVAS Y LAS FAMILIAS



Refuerza su alianza con la licencia infantil Ben&Holly y cierra un acuerdo con el Palacio de los Niños, el mayor espacio de ocio infantil de Asturias, por el que cada año pasan 60.000 personas

Lanzamos una nueva edición Agua de Cuevas, que está disponible desde finales del mes de febrero. Los personajes de la serie infantil El pequeño reino de Ben y Holly siguen siendo los protagonistas de las etiquetas que, como principal novedad, presentan cinco diseños coleccionables para los más pequeños.

Además, Agua de Cuevas ha cerrado un acuerdo con el Palacio de los Niños, el mayor espacio de ocio infantil de Asturias que acoge en sus instalaciones de Oviedo a más de 60.000 niños cada año. A partir de ahora, los personajes de Ben&Holly’s se han incorporado a los juegos y las actividades que se desarrollen en dicho espacio.



## ESTRELLA GALICIA DÍA DE LA MADRE

Rendimos homenaje a todas las madres a través de una original botella personalizable con la que celebramos en familia el 6 de mayo. Se pusieron a la venta 25.000 unidades desde mediados de abril hasta agotar existencias

Estrella Galicia lanzó en estos últimos meses una edición especial de su cerveza para celebrar el Día de la Madre de la mejor forma posible: brindando en familia. Rinde así homenaje a todas las madres con un original y colorido diseño adaptado a la ocasión y que este año es personalizable ya que permite escribir una dedicatoria en la parte trasera de la botella.





## ESTRELLA GALICIA FALLAS, FERIAS, CAMINO DE SANTIAGO Y SAN JUAN

Acompañamos a nuestros consumidores en sus momentos más especiales como la fiesta de las Fallas o la Feria de Abril, y en su recorrido a lo largo del Camino de Santiago, con ediciones especiales que rinden homenaje a tradiciones, eventos o festejos de gran arraigo social y popular en nuestro país

Envasamos 700.000 botellas de la primera edición especial del año, Estrella Galicia Fallas, que estuvo disponible a partir del mes de marzo y hasta final de existencias en el canal de hostelería de la delegación de Levante. En el caso de la edición especial de Ferias, lanzamos 576.000 botellas con un diseño muy flamenco para celebrar las ferias de Andalucía, presentes en el mercado durante todo el mes de abril hasta agotar existencias. En el caso de la edición especial Estrella Galicia Camino de Santiago, que lanzamos en el mes de mayo, se envasaron 14.500.000 unidades que estuvieron disponibles de mayo a julio para acompañar a todos nuestros consumidores, a lo largo del Camino Francés (León, Astorga y Ponferrada). Por último, la nueva edición Estrella Galicia San Juan apostó por la figura de la meiga como elemento gráfico diferenciador de lo que es “una noche diferente”. Un lanzamiento del que se envasaron 3.800.000 botellas que estuvieron disponibles en el canal de hostelería de Levante, Cataluña, Málaga y Almería hasta agotar existencias.



TODAS ESTAS EDICIONES  
INCLUYEN EL LEMA  
DE LA MARCA,  
“UNA HISTORIA DIFERENTE”

## PONTE DA BOGA LA REINA PEZ

Este vino rosado inspirado por la cantante y compositora Vega es la primera edición limitada de ‘Vinos de autor’ de nuestra bodega de la Ribeira Sacra que combina música y enología bajo una misma mirada de sostenibilidad medioambiental



En esta primera serie el vino acompaña la obra ‘La Reina Pez’, de Vega. Un disco cuyo título representa una oda a la perseverancia y el afán de superación de la mujer y que manifiesta un compromiso hacia el medio ambiente, a través de una edición realizada con técnicas y materiales gráficos sostenibles.

El vino elegido es una innovadora producción limitada de un rosado de la reina de la D.O. Ribeira Sacra — la uva Mencía — manteniendo así la identidad, esencia y tradición de nuestra bodega en sus 120 años de historia.

La Reina Pez 2017 es un rosado monovarietal de Mencía, cuyas cepas se cultivan sobre terrazas de esquistos en la D.O. Ribeira Sacra. En barrica, el sangrado de Mencía es sin remontado de extracción y posterior fermentación, realizando una crianza sobre lías durante más de 4 meses. Un estilo que refleja el paisaje de las laderas de los ríos Sil y Miño y que respeta la identidad y tradición de nuestra bodega.

## MASCLETÁ CON ESTRELLA GALICIA

Junto al lanzamiento de la edición especial de Fallas, contamos con una importante visibilidad a pie de calle como patrocinador principal de la iluminación de la “Falla Malvarrosa”, que obtuvo el cuarto premio, además de nuestra presencia en algunas de las fallas más emblemáticas de Valencia como “L’ Antiga de Campanar” o “Falla Exposición” (ambas de la Sección Especial del concurso de monumentos) y colaboraciones importantes con Fallas como “Periodista Azzati”, “Serranos” o “Plaza del Negrito”, entre otras.





Santiago Miguélez

Marketing Manager  
Hijos de Rivera SAU

### #unahistoriadetalento

Somos una compañía diferente y esto también se traslada a nuestra estrategia a la hora de posicionar nuestras marcas. Desde hace algunos años, más del 50% de nuestro presupuesto en Marketing se destina a patrocinios en música, motor, fútbol... Es la forma que hemos elegido para contar historias, nuestras historias de talento.

En el mundo del motor, es conocida e incluso analizada por algunas escuelas de negocios, nuestra apuesta por los pilotos **Marc Márquez** y **Carlos Sainz**, así como nuestro **proyecto pirámide** en MotoGP y su objetivo de búsqueda de nuevas promesas del Motociclismo que el día de mañana sigan dándonos grandes satisfacciones.

Pero elegir bien el qué o a quién patrocinar es solo la mitad de la ecuación, la otra mitad tan importante como la primera es la **activación**. Nuestra estrategia se basa en una activación 360° que, en el caso del mundo del motor, ha conseguido paliar el efecto de que las carreras ya no se den en televisión en abierto, y es que a base de crear contenidos como **spots de tv, customización de nuestros productos, eventos para la prensa, experiencias VIP para nuestros clientes, contenidos para medios digitales, promociones** y un largo etc.. generamos historias que nos ayudan a obtener el tan ansiado ROI (retorno de inversión) positivo a final de cada año.

La estrategia funciona, prueba de ello es que a las personas que impactamos con nuestro patrocinio **valoran de media nuestra marca un 20% mejor** que las personas que no conocen nuestros proyectos en el mundo del Motor, así como la notoriedad de nuestras marcas que está en máximos.

Todas son historias de talento que ayudan a reforzar a Estrella Galicia como lo que es... *Una historia diferente.*

# Una Historia Diferente

Desde que llegamos al Campeonato del Mundo de Motociclismo decidimos hacer las cosas de una forma diferente, apostando por el talento de jóvenes promesas como Marc Márquez y al lado de pilotos a quienes acompañamos, como a él, a llegar a lo más alto.

Trasladamos nuestro compromiso al automovilismo, acompañando a Carlos Sainz desde sus inicios y hasta llegar a la Fórmula 1, donde esperamos que alcance muchos éxitos. Para nosotros, empezar desde abajo y apostar por el talento es "Una historia diferente".

Por eso, subimos -en sentido figurado y real- a nuestros jóvenes pilotos al Campeonato del Mundo, ayudados por un ascensorista de excepción: Marc Márquez. Una forma visual de transmitir el proyecto piramidal del Team Estrella Galicia 0,0 y que ilustra la forma de hacer todo lo que hacemos.

Además del anuncio (piezas de 30, 20 y 10 segundos), el plan de medios incluye, medios deportivos. Como novedad este año, incluye mupis digitales y presencia en nuestras instalaciones.



## CABREIROÁ SELECCIÓN ESPAÑOLA



Apostamos por medios gráficos y por la televisión, a través de Mediaset que emite el campeonato íntegro y en exclusiva. Patrocinamos el programa "De Suecia a Rusia" (T5), desarrollamos piezas de avance de programas y otros formatos especiales de alta visibilidad como el *product placement* y sobreimpresiones en los partidos de España. Junto a esto, activamos un plan de promoción en internet, un concurso en la web de Cabreiroá y contenidos propios en nuestras redes sociales.

## AGUA DE CUEVAS

Estrenamos una nueva campaña publicitaria y un nuevo claim, la "Asturoterapia", como un concepto moderno, con personalidad propia, identificable por el consumidor y que remite a las terapias que existen para favorecer el bienestar y que se basan en la calidad de vida asturiana. Como parte de la campaña se realiza una promoción para encontrar a la familia que se cuida "solo como los asturianos saben hacerlo" y que será la protagonista de la campaña para el Día de Asturias.







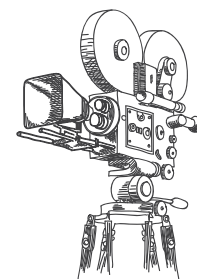
## FONTAREL EN ANDALUCÍA

El producto es el principal protagonista de la nueva campaña junto al claim "En Andalucía la vida se bebe a todo color". A través del color, de una ejecución actual y con personalidad propia, buscamos transmitir la alegría de Andalucía y generar impacto en los consumidores a través de 8 ilustraciones de las provincias andaluzas. Estos diseños recrean las distintas formas de vivir en Andalucía y generan vinculación con el territorio.



## LA SERIE FARIÑA

Continuamos desarrollando acciones especiales de alta visibilidad como el *product placement* en series de éxito como La Casa de Papel o recientemente en Fariña, la serie española producida por Atresmedia que narra la historia del narcotráfico gallego en los años 80 y 90. Por nuestro origen gallego, nos involucramos esta producción, integrando nuestro producto en los bares de la serie tanto con botellas como con grifos de la época. Con 3.400.000 espectadores de audiencia (en Galicia un 43,7% de *share*) se ha convertido en una de las series revelación de Atresmedia en 2018.



## ‘MI CASA ES LA TUYA’ CON BELÉN RUEDA Y CARLOS SAINZ



Realizamos diferentes acciones de product placement en el programa de Telecinco, ‘Mi casa es la tuya’ con Cabreiroá y Estrella Galicia 0,0

En los últimos meses, acompañamos a Belén Rueda que acudía a este programa para presentar su nueva película “El Cuaderno de Sara” y visitamos la casa de Carlos Sainz en Madrid, que recibió a Bertín Osborne para hablar de sus éxitos, pero también de los momentos más duros de su carrera. Una entrevista a la que se unió su hijo, el piloto de Fórmula 1 Carlos Sainz.

Aprovechamos estas ocasiones, para hacernos eco en las redes sociales y ocupar conversaciones de la mano de Telecinco y ‘Mi casa es la tuya’ alcanzando millones de reproducciones de nuestros videos e interacciones con nuestras marcas.

## PLANETA CALLEJA

Continuamos con nuestra integración en todos los soportes de Jesús Calleja, estando presentes en algunos programas televisivos, Volando Voy y Planeta Calleja, emitidos en Cuatro y dirigidos por el propio Jesús Calleja, a través de la técnica de *product placement*, así como en las plataformas online del montañista.

## CONECTA FICTION



En nuestro objetivo de generar contenidos atractivos para conectar con nuestros consumidores, desarrollamos acciones de *branded content* como la campaña de 1906 Meninas de Canido o el programa de radio Oh! My lol Son Estrella Galicia.

Por eso, colaboramos con uno de los foros más destacados de co-creación de contenidos de ficción en TV a nivel internacional, que se celebra en junio en Santiago de Compostela Participamos en Conecta Fiction a través de una convocatoria de ideas en la que buscamos encontrar un proyecto de contenidos audiovisual vinculado a nuestra marca Estrella Galicia.

## DESTINO SANTIAGO, “UN CAMIÑO DIFERENTE”

En los últimos meses estrenamos un nuevo proyecto de contenidos transmedia vinculados al programa de televisión “Destino Santiago” de la TVG. Un *reality* de entretenimiento en directo, en el que participan David Perdomo y Susana Seivane con altavoz en multitud de canales como radio, web y rrss.



Gorette Castro

Servicios de Marketing  
Hijos de Rivera SAU

## ¿Y si enamoramamos al consumidor?

Se reciben más de 3.000 impactos cada día, los consumidores están hipersaturados de información y si a esto le sumamos la fragmentación de audiencias con el consumo en diferentes ventanas y medios.... el reto es cada vez mayor.

Con un ADN claramente innovador, en Hijos de Rivera hemos visto desde el principio que para captar realmente la atención del usuario debíamos ser disruptores y así lo venimos haciendo en toda nuestra comunicación desde hace años.

Ahora las marcas tenemos un nuevo reto y es trascender y volvernos significativas para la vida de las personas y es ahí donde tenemos que transformar las campañas en experiencias, las experiencias en historias y las historias en noticias y conversaciones y que duda cabe que el *branded content* juega un papel fundamental.

A día de hoy, se habla de que el *Branded Content* es el futuro pero nosotros ya podemos decir que es el presente, ya que llevamos muchos años buscando que el consumidor ame nuestras marcas a través de proyectos que transmitan valores y que lo emocionen, que los sientan suyos como el programa de radio Oh My Lol SON EG, el programa de TVG Destino Santiago o la tan premiada campaña 1906 con las Meninas de Canido.

Como marca debemos responder con contenido de calidad y experiencias de valor para que el consumidor sienta la marca como suya. Nuestro principal objetivo es transmitir valores, emociones o pensamientos a través de contenidos que nos permitan impulsar la conversación de una forma natural y mantener una relación de proximidad con el consumidor para lograr la tan ansiada recomendación.

El consumidor está ávido de contenido pero no de publicidad, si conseguimos generar contenidos vinculados a una marca de manera natural lograremos no solo conectar con el consumidor sino que el consumidor sea un viralizador de ese contenido, un medio más dentro de la campaña que le dará poder y lo convertirá en el mejor embajador de la marca. El mejor *branded content* será el que no se note.



# R

pelo encrespado  
con efecto mollado?  
inventámolo nós



## STRANGER THINGS

**NETFLIX**

TODOS LOS EPISODIOS  
DISPONIBLES

dende sempre en Galicia, dende xa en R

# FERIAS PROFESIONALES

**Completamos un año más, la temporada de Ferias Profesionales en las que presentamos nuestro portfolio y donde desarrollamos una intensa agenda de actividades, con presentaciones, catas, showcookings y degustaciones para profesionales del sector y público asistente**

RECORREMOS  
LOS EVENTOS  
PROFESIONALES MÁS  
DESTACADOS DEL  
SECTOR EN ESPAÑA,  
PARA PRESENTAR  
NUESTRO PORTFOLIO  
DE BEBIDAS, Y EN LOS  
QUE DESARROLLAMOS  
UNA COMPLETA  
AGENDA DE  
ACTIVIDADES

## XANTAR

Del 31 de enero al 4 de febrero, el Salón Gastronómico Xantar se convirtió en epicentro de la gastronomía en Ourense. Un año más, estuvimos presentes con nuestro propio stand para dar a conocer nuestras cervezas (propias e importadas), nuestras sidras Maeloc, nuestros vinos Ponte da Boga y una selección de vinos de distribución.



## ALIMENTARIA

Del 16 al 19 de abril, estuvimos presentes en el Salón Internacional de Bebidas & Food Service Alimentaria que se celebra en Barcelona y que destaca como punto de encuentro internacional para los profesionales de nuestro sector, dando a conocer nuestro catálogo de productos y la historia o los ingredientes que los hacen posibles. En el marco de este evento, celebramos el Certamen de Tiraje de Cataluña, perteneciente al V Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia.







## SALÓN DE GOURMETS



Un año más, nuestra presencia fue destacada en este salón que se celebró del 7 al 10 de mayo en Ifema, Madrid, y donde Estrella Galicia y Cabreiroá han sido, una vez más, la cerveza y el agua oficial. Estuvimos presentes a través de un stand de grandes dimensiones, de alrededor de 270 metros cuadrados, donde tuvieron lugar más de una decena de actividades de cata y de degustación de nuestros productos y de divulgación de nuestra Cultura de Cerveza.

El Mercado de la Cosecha acudió por tercer año consecutivo al Salón de Gourmets con una completa agenda de actividades y junto a 14 iniciativas del rural que merece la pena conocer. Entre las nuevas propuestas, destacan los productos de Galo Celta, Kalekoi y Calabizo.



### SHOWCOOKING CON CARLOS SAINZ

En el marco del Salón de Gourmets, celebramos una actividad de showcooking con un invitado de excepción, el piloto Carlos Sainz que expresó su agradecimiento hacia Estrella Galicia 0,0 por su apoyo ya que para él "se trata de un apoyo muy especial" porque "me ha apoyado desde pequeño, cuando no sabían si acabaría llegando a la Fórmula 1 y eso crea un vínculo. Juntos intentamos conseguir lo que nos proponemos".



### CERTAMEN GOURMETAPA 1906

Nerea Bescós, del restaurante Saborea en Biescas (Huesca) se proclamó campeona de esta edición del certamen Gourmetapa 1906, que se celebró en el marco del Salón de Gourmets. Su creación "Pollo de corral y ajo negro", armonizada con una de las 3 cervezas de la gama 1906 (en este caso, con 1906 Red Vintage) fue elegida por el jurado como la mejor tapa, entre las 12 seleccionadas para participar en la gran final.



### PRESENTACIÓN FESTIVAL SAL SABORES ATLÁNTICOS

El Ayuntamiento de A Coruña, a través del Consorcio de Turismo, presentó en nuestra stand del Salón de Gourmets, el Festival SAL Sabores Atlánticos, que celebrará su primera edición este mes de junio y que pretende "promocionar la ciudad como referente del turismo gastronómico del noroeste peninsular". El evento cuenta con la colaboración de marcas como Cabreiroá o Estrella Galicia y 1906.



# V CAMPEONATO DE TIRAJE DE CERVEZA ESTRELLA GALICIA

**En su recorrido desde este mes de enero, el V Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia ha viajado por toda la península, buscando a los mejores tiradores de nuestra cerveza a nivel nacional**

EN SU RECORRIDO  
HA ESTADO  
EN VALENCIA  
VITORIA,  
SALAMANCA,  
BARCELONA Y  
LUGO, ANTES  
DE CELEBRAR LA  
GRAN FINAL  
NACIONAL EN  
EL 32 SALÓN DE  
GOURMETS

## Certamen de Tiraje Comunidad Valenciana

El Mejor Tirador de Cerveza de la Comunidad Valenciana es Francisco Martí, de Burguer Beer, en Valencia, mientras que Davinia Martínez, de El Divino de Davinia Martínez en Orihuela (Alicante), se proclamó subcampeona

## Certamen de Tiraje de País Vasco

Marco Burón se impuso al resto de contrincantes llegados de todos los puntos de la comunidad y Cristina Simoes, de La Pepita Burger Bar en Vitoria-Gasteiz, quedó en la segunda posición de este certamen a nivel regional que se celebró el día 26 de febrero en la Sala Bastida, situada dentro del Azkuna Zentroa, en la Plaza Arriquirbar de Vitoria.

## Certamen de Tiraje de Castilla y León

El Mejor Tirador de Cerveza de Castilla y León de 2018 es Teo Marcos, de Los Álamos Gastro Lab, en Salamanca, mientras que la segunda posición la ocupa desde la celebración del Certamen de Tiraje de Castilla y León, Alejandro González, de Café Bar El Aperitivo, también en Salamanca.

## Certamen de Tiraje de Cataluña

El Mejor Tirador de Cerveza de Cataluña es David García Landa, del restaurante La Toja en Castelldefels, que venció en la prueba regional de este certamen, mientras que en segundo lugar quedó Andrés Rodillana, del Bar Restaurante Los Amigos de Barcelona.

## Certamen de Tiraje de Galicia

Óscar de Toro, del Venecia Café de Santiago, se impuso en esta prueba que se celebró el 23 de abril en el Hotel Méndez Núñez de Lugo, mientras que Gustavo Rey, de O Encontro de Ribadumia, se proclamó subcampeón.





## FINAL DEL V CAMPEONATO DE TIRAJE

Después de recorrer 8 ciudades españolas divulgando y promoviendo nuestra cultura de cerveza, celebramos la gran final del V Campeonato de tiraje de cerveza Estrella Galicia que ha recaído sobre la alicantina Davinia Martínez

Ponemos el broche final a esta edición, tras una competición muy disputada que ha enfrentado a los representantes de cada una de las regiones participantes: Extremadura, Andalucía, Comunidad Valenciana, Islas Canarias, País Vasco, Castilla y León, Cataluña y Galicia. La alicantina Davinia Martínez, de El Divino de Davinia Martínez en Orihuela (Alicante), se ha proclamado la mejor tiradora de cerveza de España, mientras que el subcampeón ha sido Gustavo Rey de O Encontro en Ribadumia (Pontevedra).



## FINAL INTERNACIONAL V CAMPEONATO

Por primera vez, celebramos la final internacional del campeonato de tiraje, que reunió en el Salón de Gourmets a hosteleros de Brasil, Inglaterra, España y Portugal. Tras una final muy disputada, el ganador ha sido el concursante de Badajoz, David Tena

En el segundo día del Salón de Gourmets, celebramos la primera edición del Campeonato de Tiraje de Cerveza Internacional que premia la labor de los hosteleros en el servicio de tiraje de nuestra cerveza más allá de nuestras fronteras.

El ganador de este certamen ha sido David Tena López, ganador del Certamen de Extremadura y la subcampeona ha sido Davinia Martínez, recién coronada como Mejor Tiradora de Cerveza de España y como tercer finalista Óscar de Toro, ganador del Certamen de Galicia.

Contamos con la visita de Carlos Sainz que entregó el premio al campeón, animando y ampliando la cobertura de esta iniciativa que acaparó la atención del público del Salón.



*Manuel P. Piñón*

Director de Trade Marketing  
Hijos de Rivera SAU

### Posicionamiento y diferenciación

Ya han pasado cinco años desde la primera edición del proyecto Beer Master Sessions que iniciamos en el Fórum Gastronómico de A Coruña. El objetivo era dotar de contenido y marketing de experiencia a los salones y recintos feriales.

Estos cinco años nos han llevado a recorrer 24 ciudades a nivel nacional y a dar nuestros primeros pasos en el plano internacional. En total, han sido cerca de 900 profesionales aspirantes al reconocimiento de Mejor Tirador de Cerveza Estrella Galicia, con más de 1.400 profesionales que han pasado por nuestras aulas de formación que realizamos junto al departamento de Cultura de Cerveza.

Este proyecto nos ha aportado valor y alta credibilidad en el servicio perfecto de nuestras cervezas, pero además nos aporta un contenido que, junto a las sesiones que impartimos de formación dentro de los recintos feriales, nos aporta un posicionamiento y diferenciación con respecto al resto de expositores. Podemos afirmar con rotundidad que nuestros espacios son un hervidero de experiencias que relacionamos con nuestro portafolio con el objetivo de crear experiencias de marketing de la mano de nuestros prescriptores.

El profesional que visita los salones profesionales quiere aprender, conocer las tendencias de consumo, procesos de fabricación, etc. y ese es nuestro objetivo; aportar el conocimiento y las tendencias de consumo a los profesionales del canal para el desarrollo de sus negocios.



## NUEVO BEERTRUCK DE CERVEZA DE BODEGA

Desarrollamos una solución logística que permite disfrutar de nuestra cerveza de bodega en eventos patrocinados por nuestras marcas. En esta línea nace el Beertruck, un modelo de camión que permite servir nuestra cerveza en eventos gastronómicos de una forma práctica y atractiva

El beertruck es un vehículo histórico como los que usábamos para el reparto de cerveza en los años 70, al que hemos incorporado una instalación portátil que nos permite llegar a nuestros clientes directamente de la fábrica a su copa. Un proyecto ha sido desarrollado de forma conjunta por las áreas de Innovación, Compras, Trade Marketing y Cerveza de Bodega. Durante este 2018 nos permitirá seguir disfrutando de nuestra cerveza en eventos por toda la geografía española.

## 1906 & WE CUT HEADS BARBER FEST

Nos sumamos a esta iniciativa de tendencia que se celebró el 8 de abril en la sala Inn Club Coruña, donde se dieron cita 6 de los mejores barberos nacionales e internacionales para impartir una masterclass de 7 horas

El objetivo de este proyecto es acercarnos a establecimientos de tendencia como la Sala Inn, de la mano de nuestra cerveza 1906. El evento ha contado con la actuación en directo de Bakin Blues Band, uno de los mayores exponentes del blues gallego, a cargo de nuestra cerveza 1906.

1906



## VIGO SEA FEST 2018

Participamos en la segunda edición de "Vigo Sea Fest: Festival Arvi do peixe" que se celebra del 5 al 8 de julio de 2018

Participamos en este evento gastronómico que persigue el objetivo de ARVI (Cooperativa de Armadores del Puerto de Vigo) de promocionar el producto del mar, a través de la hostelería de la ciudad de Vigo y de Galicia. Este año, contamos con espacios cerveceros de Estrella Galicia y 1906, espacios de divulgación de la Cultura de Cerveza a través del proyecto Beer Master Sessions, además de una amplia programación musical en los escenarios Estrella Galicia y 1906. El evento cuenta también con la presencia de nuestras sidras Maeloc con un stand propio.



## FESTIVAL SAL SABORES ATLÁNTICOS

Durante el mes de junio participamos en la primera edición de este festival gastronómico que celebró del 15 al 17 de junio en A Coruña. Un evento que busca promocionar la ciudad como referente de la cocina atlántica en el noroeste peninsular

El Festival SAL cuenta con la hostelería de A Coruña como eje principal para la puesta en valor de la cocina atlántica. Participamos en la primera edición de este evento que se celebra en la explanada del Parrote, a través de espacios cerveceros de 1906 y programación musical vinculada a la marca. También destaca la presencia del Mercado de la Cosecha, el proyecto de compromiso social de la Compañía para impulsar el desarrollo socioeconómico del rural, que se suma a la oferta existente de exhibiciones, ponencias de cocineros nacionales e internacionales, food trucks, degustaciones, catas y talleres.





# O ÚNICO CAMIÑO QUE SE FAI SEGUINDO AS ESTRELLAS

→  
*Un  
Camino  
Diferente*



# LANZAMOS FÁBRICA DE CERVEZAS CON PERCEBES DA COSTA DA MORTE

Presentamos una nueva y sorprendente receta de nuestro sello 'Fabrica de Cervezas Estrella Galicia', en esta ocasión elaborada con Percebes da Costa da Morte en un homenaje al mar y a los percebeiros que heroicamente extraen el producto de las rocas para traerlo a nuestras mesas.

Esta edición de Fábrica de Cervezas mantiene el espíritu artesano de las anteriores e incorpora durante el proceso de elaboración de la cerveza los percebes proporcionados por la Cofradía de Percebeiros de Corme y algas de Portomuiños, en concreto Ramallo de mar, que contribuye a redondear el sabor de un producto caracterizado por aromas y sabores iodados y salinos.

Nuestro CEO, Ignacio Rivera, explicó que se descartaron unos 19 prototipos de cervezas vinculadas al mar antes de llegar al resultado deseado. Y manifestó su vocación de seguir sorprendiendo a los consumidores con nuevas propuestas, durante la presentación del producto en la lonja de Corme

Luis Alvar, maestro cervecero de Hijos de Rivera, explicó que "hemos llegado a esta receta después de un largo proceso de investigación probando todo tipo de opciones vinculadas al mar que pudiesen dar lugar a una cerveza del nivel de calidad y sabor que buscábamos, y estamos muy satisfechos del producto final que hemos conseguido". En términos de elaboración, Alvar explicaba que "incorporamos los percebes en el proceso de ebullición del mosto y el ramallo de mar en el proceso de maduración. Además, utilizamos por primera vez en nuestra fábrica el lúpulo de variedad Magnum que, sumado a Nugget y Perle, ofrece unos excelentes niveles de amargor".



## POR PRIMERA VEZ ONLINE

La nueva Fábrica de Cervezas Estrella Galicia Percebes da Costa da Morte se puede degustar tanto en barril PET no retornable como en botella de 50cl., especialmente pensada para ser compartida. Se puede encontrar en una selección de cervecerías de bodega y enseñas de alimentación del territorio nacional. Además, ha estado disponible también online a través de la web de la marca, con gran éxito. Los 500 packs que se pusieron a la venta se agotaron en apenas 2 horas desde su lanzamiento.



## PRESENTACIÓN EN CORME

Apostamos por presentar la nueva receta del sello Fábrica de Cervezas a pie de mar, al lado de la lonja de Corme situada en el puerto, y a pocos kilómetros de Punta Roncudo, lugar de referencia para los amantes del buen percebe. El actor coruñés Xosé Antonio Touriñán fue el encargado de dirigir la presentación y poner un toque de humor al desarrollo de un evento en el que se desveló el ingrediente secreto de la nueva cerveza de la compañía gallega.

La presentación se emitió en directo en la página de Facebook de Estrella Galicia y también fue compartida por las ediciones digitales de Faro de Vigo y La Opinión de A Coruña. En total, cerca de 285.000 usuarios se conectaron en algún momento al evento.

Esta innovadora cerveza fue presentada por Ignacio Rivera, acompañado por Manuel Suárez, presidente de los Mariscadores de Corme, Antonio Muíños, responsable de Portomuiños y, por supuesto, por Luis Alvar, maestro cervecero de Estrella Galicia



SE HAN ENVASADO 5.000 LITROS DE ESTA NUEVA RECETA DEL SELLO FÁBRICA DE CERVEZAS QUE, POR PRIMERA VEZ, SE PUDO ADQUIRIR ONLINE A TRAVÉS DE LA WEB DE LA MARCA, ADÉMÁS DE LOS CANALES HABITUALES DE ALIMENTACIÓN Y HOSTELERÍA





# CABREIROÁ



## LA HIDRATACIÓN DE LA SELECCIÓN

AGUA MINERAL NATURAL DE GALICIA



# 1 Nuestra apuesta por el futuro de la FP

EL PASADO 19 DE MARZO SE INCORPORARON A NUESTRA FÁBRICA DE CERVEZA DE A CORUÑA 30 ALUMNOS DE FP QUE HAN APOSTADO POR NUESTRA COMPAÑÍA PARA INICIAR EL DESARROLLO DE SU CARRERA PROFESIONAL

Con estas incorporaciones demostramos nuestra apuesta por el futuro de la formación enfocada al desarrollo de los alumnos en los centros de trabajo, que es la Formación Profesional Dual.

La FP Dual es una modalidad de formación que tiene por objetivo la cualificación profesional de las personas con una mayor orientación a las necesidades reales de la empresa.

Los ciclos tienen una duración de dos años, que combinan la formación académica en el instituto con una formación intensiva en la empresa. En cada curso el alumno se forma 5 meses en el centro formativo (septiembre - febrero) y 7 meses en la empresa (marzo - septiembre).

El proyecto inicial en Hijos de Rivera, SAU tiene una duración de dos años (Cursos 2017-2018 y 2018 - 2019) y los ciclos que hemos puesto en marcha son:

- » Ciclo superior de mecatrónica industrial enfocados a la sección de Envasado (18 alumnos)
- » Ciclo superior de química industrial enfocados a Fabricación y Calidad (12 alumnos)



# 2 Programa "Digital Got Talent"

ENMARCADO DENTRO DE LA ESTRATEGIA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA ORGANIZACIÓN, ENTRE LOS MESES DE FEBRERO Y JUNIO DE ESTE AÑO HA TENIDO LUGAR EL PROGRAMA FORMATIVO DENOMINADO "DIGITAL GOT TALENT", CON EL DOBLE OBJETIVO DE INCREMENTAR LOS CONOCIMIENTOS EN ECONOMÍA DIGITAL DE LOS PARTICIPANTES Y FOMENTAR LA BÚSQUEDA DE APLICACIONES EN SU TRABAJO DIARIO

El programa se desarrolló en colaboración con la escuela de negocios The Valley en las instalaciones de la Escuela de Finanzas en Oleiros y con una estructura de dos partes. Una primera, denominada "ADN Reset", con una duración de 20 horas de contenidos generales, y una segunda, "Specialist Profile", en la que se profundizó en los conceptos más relevantes para nuestra organización, con una duración de entre 22 y 46 horas en función del área de negocio. Mención aparte merece el programa específico para las necesidades del departamento de CMO/Marketing, con un total de 96 horas.

En total, el programa contó con más de 170 participantes que

recibieron más de 2800 horas de formación impartidas por más de 30 profesores sobre más de 50 contenidos, como: nuevos modelos de negocio disruptivos, sus técnicas y tecnologías (*big data*, inteligencia artificial, etc.), sus filosofías y metodologías de trabajo (*lean*, *design thinking*, *agile*), marketing digital, derecho digital, futuro entorno laboral y competencias profesionales, entre muchos otros.

Las sesiones fueron grabadas en vídeo de alta calidad y puestas a disposición de los participantes en un repositorio de contenidos online junto con los materiales de las sesiones para mayor aprovechamiento del programa





¿Qué es Talento?

Según la RAE es la capacidad para entender (inteligencia) o desarrollar una habilidad (aptitud)

# 3 Fábrica de talento

EN LAS ORGANIZACIONES SE HABLA DE 4 CLAVES PARA DESARROLLAR EL TALENTO: "SABER HACER" (HABILIDAD), "PODER HACER" (CAPACIDAD), "QUERER HACER" (ACTITUD) Y "QUE TE DEJEN HACER" (CIRCUNSTANCIAS).

En las empresas, ¿el Talento se puede fabricar? Hay una parte que no viene de "serie" y esa es la actitud. El resto sí, pero con matices: la persona llega con algo/mucho y puede desarrollarlo al máximo.

## La fábrica de talento en Hijos de Rivera

Se trata de un proyecto que se ha puesto en marcha desde el Departamento de Recursos Humanos con el objetivo de atraer y captar talento para el área de Mercado. Con el fin de seleccionar a los mejores candidatos/as, desarrollarlos/as y, al mismo tiempo, dar visibilidad pública y potenciar nuestra marca empleadora, el proyecto se ha desarrollado en diferentes fases.

PARA REALIZAR UNA BREVE EXPLICACIÓN, REALIZAREMOS UN SÍMIL CON EL PROCESO PRODUCTIVO DE NUESTRA CERVEZA.

### MATERIA PRIMA



Es quizás la fase más importante. Hay que atraer la materia prima (candidato/a con talento premium) y seleccionarla. Ello se realiza mediante un minucioso proceso, que va desde el Reclutamiento (creamos una "landing page" específica y ponemos en valor nuestros requerimientos) hasta la selección, con entrevistas en local para verificar el talento.

### FABRICACIÓN



#### Cocimiento:

Añadimos adjuntos como formación en ventas y en técnicas de negociación; los molemos, aplicando las tecnologías de la Compañía; los maceramos, adaptando sus valores a los nuestros; los filtramos (por si hay desajustes en el proceso); los ponemos en ebullición, dando la temperatura adecuada para su desarrollo. Finalmente, los clarificamos (eliminando aquellas conductas que frenan el proceso de fabricación).



#### Fermentación:

Verificamos todas las características que aportan el "saber" necesario, y les damos una primera dosis de Cultura de Cerveza.



#### Maduración:

Dejamos que reposen para asentar los conocimientos y las habilidades.



#### Acondicionado:

Se realizan los últimos ajustes para lograr un producto Premium capaz de crear ante los clientes una historia diferente.



#### Envasado:

Es todo aquello que envuelve el talento estabilizándolo al máximo sin alterar sus propiedades. Nuestro producto ya está prácticamente listo para llevarlo al cliente. Esto implica conocimiento de la zona, distribuidor, detallista y consumidor.

### CLASIFICACIÓN



Decidimos qué zonas y clientes va a atender cada uno.

### SERVICIO



Puesta en escena del producto final. Ya tenemos personas que han pasado por la fábrica de Talento. Están preparados a todos los niveles y listos para dar un Servicio Premium a nuestros Clientes.

## 4 Semana de la salud

Durante la semana del 26 de febrero al 4 de marzo celebramos la Semana de la Salud para nuestros empleados. Se trata del desarrollo de una serie de talleres, que sirven para aprender hábitos de vida saludables con el propósito de que formen parte de nuestras rutinas diarias. Los talleres fueron todos prácticos, y se hicieron sobre alimentación saludable con sesiones de cocina crudivegana, bebidas sanas y cocina al vapor, tres talleres de higiene del sueño, y 2 talleres de gestión de las emociones, en total participaron 56 personas, procedentes de la mayor parte de las secciones y de las diferentes empresas del grupo.

Durante la Semana de la Salud, se implantó una plataforma virtual interactiva "Recibe tu dosis diaria de vitalidad" orientada a cuidar nuestro estado físico, anímico e intelectual, cuyo objetivo es mejorar nuestra salud y ser un medio de apoyo y cuidado de las personas. Todo el personal de la compañía recibió "su dosis de vitalidad" durante la Semana de la Salud, y además el área comercial continua recibéndola diariamente.

Durante toda la semana se puso a disposición de los trabajadores fruta fresca en las diferentes áreas de descanso, y aperitivos ricos y sanos para los participantes en los talleres.

El domingo 4 se finalizó la Semana de la Salud con la inauguración de la 2ª edición del ranking de pádel.



## 5 Segundo Ranking de pádel (1ª vuelta)

A PRINCIPIOS DEL MES DE MARZO DIO COMIENZO LA SEGUNDA EDICIÓN DEL RANKING DE PÁDEL EN EL QUE PARTICIPA UN ELEVADO NÚMERO DE EMPLEADOS, 64 JUGADORES EN LO QUE VA DE AÑO.



Se trata de un torneo unisex que tiene una duración de 3 meses (marzo, abril y mayo) y se divide en 3 fases donde cada una finaliza al terminar cada mes.

Para que todos puedan competir, se crean 3 niveles de juego, y por tanto 3 grupos, el de iniciación (0'0), intermedio (Estrella Galicia) y avanzado (1906). Una vez terminada la última fase, habrá diferentes premios para los participantes.

## 6 Formación para la prevención de trastornos musculoesqueléticos

Como parte de las actividades de la Semana de la salud, también se celebraron formaciones in situ para poder evitar y mejorar los trastornos musculoesqueléticos. Para ello, hemos realizado dos acciones en los propios puestos de trabajo que tienen como objetivo la reeducación postural de las personas. Una de las acciones se ha llevado a cabo en las oficinas de BCA y fábrica, y hemos contado con la ayuda de un "Mimo" intentando reeducar posturalmente a la gente de una forma más novedosa y original, mientras que con el personal de producción hemos contado con profesionales de entrenamiento deportivo, intentando llevar los conocimientos de la motricidad del deporte al terreno laboral.





## 7 Ruta de senderismo

El 18 de marzo, se realizó la 6ª actividad de senderismo con el objetivo de seguir fomentando los buenos hábitos y la actividad física. Contó con dos rutas por la costa de Malpica, una zona preciosa que discurre al borde de mar, atravesando playas de la Costa da Morte.

En un principio, lo que parecía un mal día en cuanto a meteorología resultó ser un día estupendo para realizar, con éxito, ambas rutas. En total, participaron 67 empleados acompañados por sus familiares.



## 8 El Partidazo

EL 2 DE MAYO TUVO LUGAR EN EL ESTADIO DE RIAZOR, UNO DE LOS EVENTOS FAVORITOS DE NUESTROS EMPLEADOS, PRUEBA DE ELLO ESTÁ EN EL INCREMENTO DE PERSONAS APUNTADAS CON EL PASO DE LAS EDICIONES, TANTO EN NIÑOS COMO EN ADULTOS, EN TOTAL 111 JUGADORES, 38 NIÑOS Y 73 JUGADORES ADEMÁS DE UNOS CUANTOS ESPECTADORES.

Se trata de una buena actividad para mejorar las relaciones interdepartamentales donde además de en el campo, luego la gente tuvo ocasión de comentar situaciones del evento tomando unos pinchos todos juntos.

El tiempo no fue el que esperábamos, no paró de llover en todos los partidos, pero eso no impidió que la gente lo diera todo en el terreno de juego donde pudimos ver entradas para robar la pelota y goles de todos los colores.

Para el desarrollo de esta actividad, como todos los años, contamos con la ayuda de los veteranos de Dépor y, para los niños, con los monitores de las categorías inferiores del equipo.



## 9 Ruta en bicicleta

El domingo 13 de mayo organizamos II Ruta en bicicleta del año. Una actividad que está diseñada para ciclistas con nivel bajo, medio y alto, pensada para disfrutar del medio ambiente, compartir buenos momentos con los compañeros, conocer nuevos senderos y hacer actividad física.

## 10 Actividad de orientación

ESTE AÑO, POR PRIMERA VEZ, EXPERIMENTAMOS CON UNA JORNADA DE ORIENTACIÓN EN EL MONTE DE SAN PEDRO EL DÍA 3 DE JUNIO.

Una actividad muy divertida y para todos los niveles de destreza, estado físico y edad. Sin límite de participantes, se realiza por equipos potenciando el trabajo en equipo e interdepartamental. La actividad consiste en una charla de unos 15' para explicar aspectos básicos de orientación y herramientas... y después la actividad propiamente dicha, en la que cada equipo sale, dependiendo de los inscritos, a intervalos de 20 segundos.





*Fernando Iglesias*

Responsable de Cultura de Cerveza  
Hijos de Rivera SAU

# El mundo de los estilos: Dortmunder Export

En esta entrega de nuestro viaje por el mundo de los estilos llegamos a Alemania, y en concreto a la ciudad de **Dortmund**. Es aquí donde nacen las ya clásicas Dortmund Export.

Actualmente Dortmund es una ciudad de aproximadamente 600.000 habitantes situada en el estado alemán de Renania del Norte. Como ocurre con otras ciudades

de Alemania, **su historia y la vida de sus ciudadanos está íntimamente ligada a la cerveza.**

El primer documento que evidencia la producción de cervezas en Dortmund data del año 1266, una época en la que la ciudad comenzaba a adquirir importancia política y económica. Su localización geográfica, en la cuenca del río Ruhr, la convirtió en un importante punto comercial.





Los maestros cerveceros locales comenzaron a exportar sus productos a otras ciudades del entorno (surge así el término export que acompaña a la denominación del estilo).

Este fue el origen, pero poco tenían que ver las cervezas que elaboraban en aquella época con las Dortmunder Export actuales. **Originariamente eran cervezas de alta fermentación**, a las que los cerveceros añadían hierbas y especias.

El desarrollo industrial de principios del siglo XIX provocó importantes transformaciones en Dortmund. La industria atrajo a una gran cantidad de trabajadores y su población creció a gran velocidad. Esto la convirtió en la **mayor ciudad productora de cerveza de Alemania**.

En esta época de apogeo, concretamente en la década de 1870, es cuando el estilo Dortmunder Export adquiere las características y el patrón sensorial que actualmente nos es familiar: cervezas de baja fermentación, doradas y con una densidad original superior a las de otras lagers, lo que les otorga un firme cuerpo maltoso.

Dortmund fue duramente bombardeada durante la Segunda Guerra Mundial, lo que provocó la destrucción de numerosas fábricas. Tras el conflicto bélico sus cervezas se hicieron muy populares, pero diferentes factores socio económicos (fábricas excesivamente dimensionadas, periodos de recesión, cambios en los gustos de los consumidores...) hicieron que la salud del estilo perdiera fuerza en la década de los 70. A fecha de hoy se ha convertido en un estilo tradicional con numerosas interpretaciones.



EN LA ACTUALIDAD SON CERVEZAS DORADAS, VISUALMENTE LIMPIAS, DE ESPUMA BLANCA, PERSISTENTE Y CON VOLÚMENES DE ALCOHOL QUE OSCILAN ENTRE EL 4,8 Y EL 6%. MUESTRAN UN PERFIL AROMÁTICO CON UN BUEN EQUILIBRIO ENTRE LOS APORTES DE LAS MALTAS Y LOS LÚPULOS.

ESTE EQUILIBRIO SE TRASLADA A LA BOCA, DONDE SURGEN CERVEZAS LIMPIAS, DE CUERPO MEDIO, SUAVES, CHISPEANTES Y REFRESCANTES.

En el punto 5C de la guía BJCP se describen con detalle las características de las cervezas de este estilo, al que da la denominación de German Helles Exportbier.

## EL ORIGEN DE LAS CERVEZAS DE HIJOS DE RIVERA

Tiene una clara inspiración alemana. Hablamos de inspiración, ya que nuestras cervezas surgen de un proceso creativo propio y personal que nos lleva a elaborar cervezas diferentes.

La receta de la icónica **Estrella Galicia Especial**, que salió al mercado en 1972, muestra una clara inspiración en las Dortmunder Export (o German Helles Exportbier según BJCP).

*Os convocamos a próximos artículos para continuar con nuestro viaje cervecero. Salud*



Estrella Galicia Especial

A professional portrait of Emilio Varela, a middle-aged man with short brown hair and a slight smile, wearing a dark blue suit, white shirt, and blue tie. He has his arms crossed. The background is dark and out of focus, featuring a large, circular, light-colored emblem on the left side. The text 'Emilio Varela' and 'Barcelona' is overlaid in a white, elegant script font across the middle of the image.

Emilio Varela  
Barcelona

DIRECTOR SERVICIO AL CLIENTE  
HIJOS DE RIVERA SAU





**Edad**  
45 años

**Estado civil**  
Casado

**Una comida**  
Tortilla española

**Una bebida**  
Cerveza de bodega

**Aficiones**  
Hacer snowboard y montar en moto

**Ciudad favorita**  
Florencia

**Un libro**  
Open

**Una película**  
Rush

**Una canción**  
Under the bridge

**Un momento**  
El nacimiento de mi hija

**Un reto**  
Aprender algo cada día

**No soporta**  
Que me mientan

**Una disculpa**  
Estoy reunido

“EL SERVICIO AL CLIENTE SE HA CONVERTIDO EN UN FACTOR DE DIFERENCIACIÓN CLAVE, JUNTO CON LA CALIDAD Y POSICIONAMIENTO DE LOS PRODUCTOS”

### ¿Qué es el nuevo SAC y a qué dedica sus esfuerzos?

El SAC abarca todas las actividades y subprocesos del «pedido-al-cobro» incluyendo gestión de maestros de clientes y condiciones, pedidos, facturación, gestión de cobros y atención al cliente y consumidor... para todos los canales de Hijos de Rivera. De igual forma, dará soporte al resto de áreas de la Compañía en relación a solicitudes de información y resolución de cualquier incidencia de servicio.

El objetivo es implantar una estrategia de Servicio al Cliente diferencial, alineando nuestro nivel de servicio con las necesidades de nuestros clientes y nuestro posicionamiento.

### ¿Cuáles son las principales funciones del Director del SAC dentro de la empresa?

Desde mi puesto, soy responsable de coordinar todas las tareas y proyectos del Servicio al Cliente - SAC: operativa diaria, identificación y puesta en marcha de nuevas funcionalidades y mejoras, favorecer la transversalidad... también debo supervisar el cumplimiento del nivel de servicio que ofrecemos a los diferentes clientes de la compañía, reportando siempre a la Dirección General.

### ¿Beneficios de contar con este servicio?

Algunos de los beneficios más importantes son la atención centralizada a los clientes de Hijos de Rivera, a través de un interlocutor único, especializado, resolutivo y proactivo; la reducción de carga de trabajo administrativa a la fuerza de ventas y resto de áreas de la compañía; la reducción de los plazos y proactividad en la resolución de solicitudes de información, incidencias; contamos con una monitorización sistemática de los niveles de servicio y atención al cliente; mejorando de una forma avanzada del servicio e identificación y coordinación de iniciativas de mejora y cambios en procesos y herramientas.

### ¿Cuáles son los principales proyectos del área?

A lo largo de los próximos meses, en colaboración con todas las áreas relacionadas, pondremos en marcha procesos y desarrollaremos nuevas herramientas, que nos permitan la mejora avanzada del servicio.

### Háblanos de los próximos pasos...

A lo largo del verano, el objetivo es esta-

bilizar los nuevos procesos y consolidar la operativa, y de cara al último tercio de año y principios del año 19, empezaremos a implementar proyectos de mejora hacia un SAC avanzado y colaborativo con los clientes

### ¿Hacia dónde se mueve el sector?

Desde mi opinión, el servicio al cliente se ha convertido en un factor de diferenciación clave junto con la calidad y posicionamiento de los productos. La exigencia de los clientes es cada vez mayor con nuevas necesidades de servicio a las que se debe dar respuesta. Los principales agentes del sector consumo y bebidas están haciendo grandes esfuerzos para adaptarse a esta situación y mejorar su posicionamiento respecto al servicio.

### ¿Cómo incluye la situación de crecimiento imparables de la Compañía en los últimos años?

El formidable crecimiento de los últimos años ha aumentado la complejidad de nuestro negocio y tensionado nuestro nivel de servicio, al añadirle nuevos productos, mercados, canales de venta, con necesidades diferentes. Esto hace necesario adaptar nuestro modelo de servicio a esas nuevas necesidades, ofreciendo soluciones específicas y adaptadas a las necesidades de cada cliente.

### ¿Cuál dirías que es el mayor reto al que os enfrentáis?

Queremos posicionarnos como líderes en servicio al cliente en el medio plazo. Para ello nuestro compromiso y también el reto es evolucionar y mejorar día a día.

### Algunas cifras del nuevo SAC

- » En el SAC, trabajan de manera directa 53 personas, que gestionarán más de 60000 solicitudes al año, de nuestros clientes.
- » Cobertura de servicio a más de 1000 clientes directos, de los distintos canales y mercados.
- » Contacto centralizado con todos nuestros consumidores a través del contact center del consumidor
- » Se pretende alcanzar un ratio de un 70%-80% de resolución de incidencias en primera llamada
- » Se han identificado ya más de 20 proyectos de mejora avanzada del servicio para desarrollar durante los próximos meses



## PERONI EN ESPAÑA

### Reforzamos nuestra alianza con el grupo japonés de bebidas Asahi para la comercialización de esta cerveza en el mercado español

Nos convertimos en distribuidor oficial de Peroni Nastro Azzurro, una marca de cerveza líder dentro del segmento Premium. El anuncio se realiza tras nuestro acuerdo con Asahi Premium Brands, la filial de la multinacional de bebidas con sede en Londres, que cuenta en su portfolio con marcas icónicas Premium del sector como Peroni Nastro Azzurro, Asahi Super Dry, St Stefanus y Grolsch, esta última que ya distribuimos desde el año 2014.

Peroni, de origen familiar, nació en la región de Lombardía donde la compañía comenzó a elaborar cerveza en el año 1846. Después de asentarse en toda Italia y con

una marcada vocación internacional, desde el año 2016 forma parte de la cervecera japonesa tras su adquisición al grupo AB InBev. Peroni Nastro Azzurro, marca premium y líder de ese segmento en Reino Unido, es una cerveza de estilo Lager internacional de gran éxito en multitud de países de todo el mundo.

Comercializaremos Peroni Nastro Azzurro en formato de botella, barril y lata, ampliando nuestra oferta de cervezas de importación de prestigio a las que ya forman parte de su catálogo, como es el caso de Erdinger, Duvel, Miller, Grolsch, La Chouffe o Liefmans, entre otras.



*Aitor de Artaza*

Director Negocio Distribución  
Hijos de Rivera SAU

Con la distribución de Peroni a nivel nacional, reforzamos nuestro canal Premium de Cerveza de Importación en España. Una marca que a nivel mundial busca un perfil de consumidor de entre 24 y 35 años con interés por el arte, los viajes, el diseño y preocupado por su lifestyle.

Peroni viene a reforzar nuestro canal Premium de Cerveza de Importación y es compatible con el mercado italiano de vanguardia que deja atrás los estereotipos de la vieja Italia de los espaguetis con tomate, la mafia y los manteles de cuadros. Tiene que ver más con los diseñadores de moda, los coches de lujo y todo lo que nos recuerda la Dolce Vita italiana.

Su desarrollo de marca se centra en las redes sociales, siendo muy activos en el trabajo con influencers nacionales y trabajando de la mano con un completo programa de fidelización para personas que encajen con sus valores. Todo este contenido se puede seguir a través del perfil de Instagram y Twitter @peronispain.

La presentación en el mercado será de la mano de exclusivos clientes, a través de acciones de visibilidad por medio de los Brand Ambassadors de la marca que desarrollarán un programa de mixology experience. En este tipo de eventos de alto nivel habrá dj's, decoración de locales, staff especializado. Se hará foco en el perfect service tanto en barril como en botella)

Por último, la marca invertirá buena parte de su presupuesto en materiales publicitarios de alta calidad, imagen y diseño como pueden ser neveras, terrazas exclusivas y con gran visibilidad en locales que cumplan sus requisitos. Con todos estos medios y de la mano de nuestra fuerza de ventas y distribución, seremos capaces de ocupar este nicho de mercado.







*Victor López-Picazo*

Director de Nuevos Productos  
Hijos de Rivera SAU

### ¿Por qué BREWDOG?

Porque esta exitosa empresa escocesa es, indudablemente, la mejor opción. En su corta existencia, se ha impuesto como el fabricante más importante de Europa y uno de los top del mundo en el movimiento de cerveza artesana, basándose en una amplia oferta cuidadosamente segmentada de productos de altísima calidad y valor, campañas de comunicación verdaderamente disruptivas y notorias, una novedosa forma de abordar el canal de distribución y la competencia y, no menos importante, un modelo de financiación basado en miles de pequeños inversores (¡más de 75.000!) nunca antes visto. Más que consumidores, lo que han conseguido en estos once años es una fiel marea de fans.

En estos primeros meses desde su lanzamiento, estamos hemos acometiendo importantes cambios para atender las necesidades de nuestros clientes. Se ha construido un almacén refrigerado y se han llevado a cabo importantes cambios en nuestra cadena logística y técnica, para atender una demanda que desde el principio ha sido muy elevada. A finales de 2018, y especialmente en 2019, comenzaremos a explotar la marca en todo su potencial, adaptando las técnicas de comercialización habituales del fabricante, en muchos casos novedosas en el mercado español.

Desde ya, y cada vez con mayor intensidad, estamos explotando los beneficios de esta alianza, llegando a segmentos de mercado que antes eran inaccesibles. Nuestro agradecimiento a todas las personas de la organización involucradas de una forma u otra en este apasionante proyecto.

## BREWDOG PARA ESPAÑA Y PORTUGAL

**Llegamos a un acuerdo de distribución con la icónica cervecera artesana para España y Portugal, que incluye cerca de 25 referencias de las más de 100 que posee la cervecera escocesa**

La cervecera artesana BrewDog ha confiado en nosotros la comercialización de sus productos en toda la Península en todos sus formatos -botella, barril y lata- y en todos los canales: alimentación y hostelería.

BrewDog es una de las marcas más icónicas de cerveza artesana. Fundada en 2007, en poco más de una década ha conseguido posicionarse a nivel internacional por su variado portfolio de cervezas, el carisma de sus fundadores -Martin Dikie y James Watt- y el descaro de sus campañas de marketing, que han logrado repercusión global. Hoy en día es la primera cervecera artesana de

Reino Unido con una producción en 2017 de 34,4 millones de litros y una plantilla de 1.100 personas dedicadas a la elaboración de cerveza y a las cervecerías que gestionan por todo el mundo.

La gama de cervezas de BrewDog está encabezada por Punk IPA, su primera referencia, seguida por otros nombres emblemáticos como Dead Pony Club, Jet Black Heart, 5AM Saint o Indie Pale Ale, todas ellas permanentes, pero hay muchas y variadas opciones de carácter temporal y cantidades limitadas con las que la cervecera reta a sus consumidores constantemente a probar nuevas propuestas.





*Juan José Delgado*

CDO  
Hijos de Rivera SAU

# LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LOS NEGOCIOS

La transformación digital se ha introducido en la agenda de la Compañía de forma paulatina pero constante. Mientras que en 2017 menos de la mitad de las empresas reconocían estar inmersas en un proceso de este tipo, en 2018 el volumen de organizaciones que llevan a cabo un plan de digitalización es cercano al 80%. De una u otra forma, todos los sectores están dando pasos para competir en la nueva realidad tecnológica y las perspectivas para nuestro país son tan optimistas como retadoras.

Internet ha desembocado en un gran número de aplicaciones que permiten a los usuarios comunicarse en tiempo real, compartir contenido o incluso comprar productos y servicios con un simple clic. Desde el punto de vista corporativo, los procesos para fabricar o distribuir productos se han acortado gracias a estas herramientas

y los consumidores son más fieles a aquellas empresas que adaptan su negocio a esta nueva realidad.

Nuestro país es uno de los que más avanza desde el año pasado en digitalización y está por encima de la media según el último estudio de la Economía y las Sociedades Digitales de la Unión Europea. El informe también recoge que los consumidores españoles están preparados para una relación más tecnológica con las marcas; son uno de los grupos que más crecen en el uso de eCommerce.

Llevar a cabo un proceso de transformación digital puede significar una gran mejora tanto en volumen de facturación, como en reducción de costes, impacto en el medio ambiente, satisfacción de los empleados o en la percepción que el público tiene de la marca.





## ¿CÓMO PUEDE UNA EMPRESA TRANSFORMARSE DIGITALMENTE?

La transformación digital persigue agilizar y humanizar los procesos empresariales. Se basa en el binomio Tecnología + Personas donde la tecnología es el medio y las personas el fin.

Para digitalizarse no es necesario aplicar la tecnología en todas las fases de la cadena, sino allí donde es realmente útil. Un nuevo CRM para la gestión de pedidos, furgonetas de reparto conectadas por GPS o anuncios en YouTube que permitan comprar directamente desde el móvil son sólo algunos ejemplos pero, como ya hemos comentado, lo importante en un proceso de estas características no es saber qué tecnología sino ¿para qué? y más en concreto ¿para quién?

Los expertos nos esforzamos en identificar este reto como un cambio más allá de las herramientas, con profundas implicaciones en las metodologías, procesos y actitudes, en permanente mejora hacia una organización más eficiente y colaborativa gracias a la tecnología.

## HERRAMIENTAS PARA EL FUTURO

La mayoría de las empresas consideran que las herramientas más relevantes para su transformación son aquellas destinadas a aumentar el compromiso del público con la marca, las tecnologías móviles, la gestión de datos masivos o las plataformas de trabajo en línea, cloud o colaborativo.

La utilización de sistemas CRM o de formación interna (LMS) también está extendida, más del 80% afirman tener alguna herramienta destinada a este fin, a la cola se encuentran las aplicaciones de automatización de pujas de marketing online (Real Time Bidding), o las herramientas de aprendizaje automatizado (Machine Learning) que apenas son usadas por el 30% de las organizaciones.

Entre los frenos más habituales a la transformación digital la mayoría señalan la falta de formación o de talento digital *in house*, la resistencia al cambio de los mandos superiores o intermedios y la falta de financiación para acometer este proceso, algo que afecta al 25% de las empresas.



## ALGUNOS CASOS REALES

Las empresas que se están lanzando a la transformación procuran no desperdiciar recursos, optimizar el tiempo y seleccionar aquel talento que mejor encaja en la filosofía de la marca.

En general, las empresas que apuestan por la transformación digital lo hacen con planteamientos que van desde la integración de nuevas tecnologías hasta la entrada en negocios eminentemente online.

El Corte Inglés, por ejemplo, apuesta por renovar su *marketplace* ampliando el catálogo con una oferta idéntica a la que tienen a pie de calle y un servicio de entrega para toda España en menos de dos horas, similar a Amazon Prime Now. La cadena hotelera *RoomMate* ha lanzado un servicio de alquiler de apartamentos vacacionales para competir con Airbnb y las compañías de suministro eléctrico (como Endesa) han renovado todo el parque de contadores por otros que recogen información en tiempo real sobre el consumo y trasladan esos datos a una central para establecer patrones o prevenir incidencias de red.

Uno de los sectores que mejor se está adaptando es el financiero, donde empresas de la era internet (las conocidas como *fintech*) están sirviendo de apoyo para que las más veteranas inicien procesos de transformación y de cambio. Entidades como El Santander, BBVA o Caixa-Bank cuentan ya con una aplicación móvil desde donde los clientes pueden hacer todas las gestiones que antes era necesario hacer en ventanilla, entre los 3 acumulan más de 40 millones de clientes únicamente a través de estas plataformas, un 21% de toda su base de clientes.

La transformación digital en España es una realidad, 2020 suena como el año en el que todas las organizaciones, independientemente de su sector, deberían tener en marcha su propio proceso de cambio. Cabe destacar que una vez más la cuestión no es aplicar todas las tecnologías al alcance, sino elegir aquellas que son útiles para humanizar y hacer más óptima la cadena de un determinado negocio.

# THE HOP: NUEVO PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO COLABORATIVO

Damos un nuevo impulso a nuestro Plan de Transformación Digital con la puesta en marcha de *The Hop*, un programa de emprendimiento dirigido a apoyar *startups* innovadoras y que incluirá una serie de iniciativas destinadas a desarrollar el emprendimiento tecnológico, identificar talento y fomentar la colaboración entre la Compañía y los jóvenes emprendedores.

*The Hop* -que en su significado se refiere a “salto” y “lúpulo”- es un programa cuyo objetivo principal es promover ecosistemas de innovación y creación abierta que aporten de forma integral a la cadena de valor de la Compañía y que impacten en todas sus áreas.

Como primer paso dentro de este programa, hemos convocado los Premios *The Hop*, que buscan fomentar la participación a la comunidad emprendedora, entornos universitarios, *startups* y centros de aceleración, para presentar ideas y proyectos sobre inteligencia artificial, *big data* e Internet de las Cosas (IoT), y que permitan aportar valor a los diferentes procesos de la Compañía. El plazo de inscripción permanecerá abierto desde hoy hasta el 31 de agosto a través de la web [www.thehop.xyz](http://www.thehop.xyz).

Se elegirán seis ganadores de los Premios *The Hop* que tendrán acceso a formación específica, sesiones de *mentoring* y *coaching* de la mano de los mejores profesionales y colaboración con Hijos de Rivera, desarrollando proyectos piloto dentro de nuestra Compañía, y a fin de que sus ideas crezcan de la manera más innovadora.

Con *The Hop*, consolidamos nuestra hoja de ruta digital con la que seguir reinventándonos a partir de uno de los procesos de transformación más completos y avanzados, así como un ejemplo en el sector cervecero en Europa. Nos permite conectar con el nuevo cliente digital y, como consecuencia, el foco principal de las iniciativas está centrado en entender a este nuevo tipo de consumidor, satisfacer sus demandas y superar sus expectativas, ofreciéndole los mejores productos y servicios mediante una propuesta diferenciadora.

EL PROGRAMA THE HOP  
DESARROLLARÁ UNA SERIE DE  
INICIATIVAS DESTINADAS  
A IDENTIFICAR TALENTO Y  
FOMENTAR LA COLABORACIÓN  
ENTRE EL ECOSISTEMA  
EMPRESARIAL DE HIJOS  
DE RIVERA Y LOS JÓVENES  
EMPRENDEDORES

THE HOP PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO COLABORATIVO Estrella Galicia

Inicio Qué es TheHop MyHop Estrella Galicia Participa ES

PREMIOS THEHOP

## Da el salto con Estrella Galicia

Si eres un emprendedor digital y tienes un proyecto con el que podamos crecer juntos, da el salto con Estrella Galicia: participa en los Premios TheHop.

Descubre el programa





sidras

Sin gluten

**MAELOC**

#DOITYOURWAY



PINTA



56,8 ml.

5-6  
manzanas  
por pinta



**#MAELOC PINTAZA**



WWW.MAELOCWAY.COM

f i t #DOITYOURWAY @maelocway

Maeloc recomienda el consumo responsable.



COSECHA DE GALICIA



# TECH&DIGITAL VENDOR'S DAY

En estos últimos meses, celebramos el primer Vendor's Day. Se trata de un nuevo proceso para gestionar las relaciones con nuestros proveedores tecnológico-digitales y una iniciativa que desarrollamos para encontrar soluciones a nuestros principales proyectos. En el último Vendor's Day recibimos a un grupo amplio de proveedores que mejor encajaban con nuestra estrategia y prioridades, para conocerlos en profundidad y para saber de qué forma podrían ayudarnos en nuestro proceso de transformación digital.

Organizamos el primer contacto de manera semiautomática a través de nuestra *landing page* y de plantillas y recibimos más de 70 solicitudes en 4 meses. Después realizamos un filtro, del que resultaron 57 proveedores que optaban a la convocatoria e invitamos a 13 proveedores a participar en el evento presencial. La valoración media del evento por parte de los proveedores ha sido de un **4,15 sobre 5**.



# AUMENTAMOS NUESTRO NIVEL DE SEGURIDAD

Como respuesta al creciente nivel de exposición de las organizaciones y sociedades actuales frente a ciberamenazas y ciberdelitos, Hijos de Rivera avanza en la evolución y mejora de su nivel de madurez en ciberseguridad.



*Francesco Pumarola*

Head of Digital Go to Market  
Hijos de Rivera SAU

## Activación digital

Contar historias de una forma diferente es la clave para conseguir el éxito en nuestras redes sociales. Desde la presentación de nuestro Team Estrella Galicia 0,0 -con más de un millón de visualizaciones gracias al sorprendente sidecar de la presentación- al actual patrocinio de la Selección Española con Cabreiroá- con vídeos making off de las acuarelas que lucen nuestras botellas, en los que se narra visualmente el esfuerzo y éxito de los jugadores-, generamos contenidos muy valiosos y que tienen una repercusión muy superior al alcance de nuestra audiencia y seguidores.

De igual importancia para nosotros son nuestros propios usuarios, a los que en los últimos meses animamos a participar de forma creativa con iniciativas como el "Papawerpoint", donde homenajeamos con un guiño gamberro aquellas cadenas de mensajes en las que todos nos hemos visto involucrados alguna vez con motivo del Día del Padre, o el Día de la Madre, en el que nos acordamos de nosotros mismos como hijos con el buscador "Como vaya yo y lo encuentre".

En las próximas acciones planeamos lanzar acciones aún más grandes, muy especiales y con una red de influencers y amigos con los que contaremos para seguir narrando nuestras historias.

En un horizonte de dos años, se definirán e implantarán mecanismos organizativos, formativos y de concienciación en seguridad que afectarán desde la alta dirección hasta los puestos más técnicos, pasando por múltiples áreas adicionales que también deben intervenir, al menos de forma preventiva, para contribuir a un mejor estado de alerta.

Adicionalmente, se invertirá en incrementar las capacidades de respuesta y contención de ciberincidentes, pasando por la implantación de nuevas y mejores medidas de protección de infraestructuras tecnológicas, así como una monitorización.

Con este proyecto estratégico de ciberseguridad, Hijos de Rivera espera reducir su nivel de exposición al ciberriesgo, minimizando el potencial impacto reputacional para la organización, sus empleados y sus clientes. Esto va a hacer posible una organización más segura, confiable y preparada para hacer frente a las amenazas de un mundo cada vez más digital y cambiante.





*Jorge López*

Head of Digital BI  
Hijos de Rivera SAU

## Inteligencia artificial en todas partes

Indudablemente, la inteligencia artificial es un concepto que está de moda. Todos los días destacan noticias en los principales medios de comunicación que nos hablan de que la IA hará que sobren trabajadores, que nos ayudará a vivir más, que será nuestro asistente personal...

Pero ¿qué puede aportar la IA específicamente a nuestro negocio? Hay múltiples ejemplos, pero quizá uno de los más claros es la optimización de rutas del transporte para dar un mejor servicio al cliente. Este problema se enmarcaría dentro del clásico "problema del viajante" o TSP formulado por primera vez en 1930, cuyo enunciado simplificado sería: ¿Con un mapa sobre la mesa y una agenda de ciudades por visitar... cuál es la manera más eficiente de organizar el viaje de trabajo?

El problema es computacionalmente complejo, ya que en muchos casos hay restricciones adicionales como límites en los recursos disponibles (camiones, conductores), ventanas de tiempo (momentos de entrega) que lo hacen considerablemente difícil. Por ejemplo, sólo con 20 puntos de entrega, el número de combinaciones posibles hace que incluso a día de hoy no pueda resolverse con "fuerza bruta" (esto es, utilizar ordenadores para simular todas las combinaciones posibles para encontrar la mejor).

La utilización de técnicas de IA es clave para resolver el problema: modelos heurísticos que utilizan algoritmos como Nearest neighbour, Lin-Kernighan, ACS, etc. que aproximan soluciones a problemas extremadamente complejos en un tiempo razonable.

Es decir, estamos en condiciones de empezar a delegar algunas decisiones de negocio en la inteligencia artificial, que nos permite llegar a donde humanamente es imposible. Lejos de asustarnos, debemos aprovecharlo y convertirlo en una ventaja competitiva.

# NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS (RGPD)

Desde el 25 de mayo es de plena aplicación el nuevo Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de los mismos. Es por ello que desde el área Tech&Digital, junto con el departamento Jurídico, hemos realizado los cambios pertinentes para adaptarnos a esta normativa que persigue ofrecer mucho más control al usuario en el uso y destino de su información personal.

Para ello se han realizado tareas de auditoría legal, segmentación de bases de datos, redacción de las nuevas Políticas de Privacidad, Términos de Uso, Política de Cookies y Aviso Legal. Se han actualizado estas políticas en todas las webs, se han adaptado los formularios de recopilación de datos y se ha enviado una comunicación a más de 230.000 usuarios únicos notificándoles nuestra adaptación al nuevo Reglamento. Además, se ha creado un Comité ante el que los usuarios podrán ejercer sus derechos ARCO.

Todo ello para, una vez más, ofrecer el mejor servicio y atención a nuestros clientes y usuarios dando una transparencia total en lo que al tratamiento de sus datos personales se refiere.





# MERCADO DE LA COSECHA SALÓN DE GOURMETS

**El stand del Mercado de la Cosecha acudió al Salón Gourmets para mostrar 14 iniciativas a sus 95.000 asistentes**

El stand del Mercado de la Cosecha ha sido el escenario de la puesta de largo de algunas de las principales innovaciones de origen gallego que se han presentado a principios del mes de mayo en el Salón de Gourmets celebrado en Madrid. Hasta 14 proyectos ejemplares del rural gallego tuvieron su espacio en este encuentro gastronómico de referencia por el que han pasado más de 95.000 visitantes desde el pasado lunes.

Entre las propuestas más novedosas para el público se encontraban el chorizo de calabaza de Calabizo, el huevo con su cálculo de huella ambiental de Galo Celta y los helados de yogur ecológico de Casa Grande de Xanceda.



## CATAS Y DEGUSTACIONES CONTINUAS

El stand del Mercado de la Cosecha, nuestro proyecto de compromiso social, acogió de forma continuada catas y degustaciones de los diferentes productos, además de algunas actividades guiadas de carácter divulgativo a las que asistieron en torno a 200 personas.

Al Salón de Gourmets viajaron los huevos Pazo de Vilane, los yogures Casa Grande de Xanceda, las infusiones de Orballo, los quesos Cortes de Muar, las sidras Maeloc, las galletas Daveiga, las mermeladas Amorodo, los yogures de Arqueixal, los embutidos de Horta de Teodoro, los vinos Ponte da Boga y las castañas Naiciña. Y, además, este año se han sumado nuevas iniciativas de éxito como es el caso de los huevos de Galo Celta, el chorizo vegetal de Calabizo y los yogures de Kalekoi.



*David Suárez*  
Galo Celta

"PRESENTAMOS POR PRIMERA VEZ EN ESPAÑA UN HUEVO CON SU CÁLCULO DE HUELLA AMBIENTAL, ALGO QUE HA SIDO UN ÉXITO PARA CLIENTES QUE BUSCAN ALGO DISTINTO"



*Keila Pouza*  
Responsable comercial de Calabizo

"NUESTRO BALANCE ES ESPECTACULAR. HA SIDO UNA OPORTUNIDAD FANTÁSTICA PARA DAR A CONOCER Y PROBAR NUESTRO PRODUCTO A UN PÚBLICO MÁS AMPLIO"



# RIVERSIDE NUEVOS ARTISTAS Y TALLERES EN 2018

Con el objetivo de impulsar la creatividad y el arte, permitiendo que la inspiración forme parte de nuestro día a día, seguimos desarrollando el programa de mecenazgo corporativo 12 Miradas :: Riverside, de la mano de la Galería Vilaseco de A Coruña, que en estos últimos meses nos ha presentado las 12 miradas de Rodrigo García y de Joan Fontcuberta

## RODRIGO GARCÍA

Inauguramos el año con la visita del joven inventor Rodrigo García, conocido como "el Da Vinci español", que participó en nuestro programa de mecenazgo corporativo 12 miradas :: Riverside el día 16 de febrero, impartiendo una charla en la Galería Vilaseco para trasladarnos cuáles son sus fuentes de inspiración y repasar con él su trayectoria.

Con solo 33 años, Rodrigo García es uno de los diseñadores más innovadores de nuestro país. Ha participado en numerosos proyectos arquitectónicos y de diseño industrial a nivel mundial, que le han llevado a exponer sus obras en grandes centros artísticos como la Cité de l'Architecture de París o el Bienal de Venecia de Arquitectura.

## JOAN FONTCUBERTA

A finales de abril fue el turno del creador multidisciplinar Joan Fontcuberta, que dio primero una conferencia el día 19 de abril en la Galería Vilaseco e impartió el primer taller de este 2018 en nuestras instalaciones de Custom Drinks.

El Premio Nacional de Fotografía en 1998 compartió con nosotros su particular visión del arte y su fuente de inspiración durante su visita en la Galería y el fin de semana se desplazó a la Ribeira Sacra para conectar y trabajar sobre el entorno junto a 12 participantes de su taller. En representación de la compañía, asistió uno de nuestros empleados, Jorge Allo que disfrutó mucho de la experiencia.

"HA SIDO TODO UN PRIVILEGIO PARTICIPAR EN EL TALLER 12 MIRADAS :: RIVERSIDE CON JOAN FONTCUBERTA. NO SÓLO POR DISFRUTAR DE LAS CHARLAS Y LAS PRÁCTICAS PROPUESTAS SINO POR LA CONVIVENCIA TANTO CON FONTCUBERTA COMO CON EL RESTO DE COMPAÑER@S. FONTCUBERTA NOS HA HECHO UN RECORRIDO HISTÓRICO DE LA FOTOGRAFÍA HASTA LLEGAR A LA ERA ACTUAL DONDE ÉL ES UNO DE LOS MÁXIMOS EXPONENTES DE LA CORRIENTE POSTFOTOGRAFÍA EN LA QUE NOS ENCONTRAMOS. HEMOS CONOCIDO DE PRIMERA MANO LAS NUEVAS TENDENCIAS EN ESTE ENTORNO Y LOS ARTISTAS QUE ESTÁN EMERGIENDO EN ESTA NUEVA ERA."



Jorge Allo

Responsable Adopción Digital y Paperless  
Hijos de Rivera SAU



## OPERACIÓN GALLETA SOLIDARIA

Los miembros del Equipo de Voluntariado se pusieron manos a la masa para elaborar dulces caseros y compartirlos con el resto de compañeros de la empresa el lunes 26 de febrero; una actividad a la que se unieron otros compañeros con sus propios dulces para compartirlos a cambio de un donativo solidario. La recaudación de esta iniciativa se destinó a La Cocina Económica de A Coruña, que presta su servicio y contribuye a mejorar la situación de las familias y particulares que más lo necesitan.


## ¡HEMOS RECOGIDO 800 KG!

Desde el Equipo de Voluntariado se han recogido un total de 800 kg de ropa a través de la campaña que se desarrolló del 7 al 23 de mayo en nuestros centros de trabajo, aprovechando el cambio de temporada. La campaña ha sido un éxito y la ropa irá destinada a las ONG Cáritas y Equus Zebra que la repartirán entre los colectivos más desfavorecidos.



## VISITA A LA ONCE

En el mes de marzo, un grupo de Voluntarios tuvo la oportunidad de visitar las instalaciones de la ONCE en A Coruña para conocer cómo las personas con algún tipo de discapacidad visual se enfrentan en su día a día a situaciones cotidianas. Pudieron conocer cómo trabajan los Voluntarios de la ONCE y el importantísimo papel que tienen para este colectivo, comprobar en su propia piel lo que siente en su día a día una persona con distintos niveles de pérdida de visión, aprender a manejarse con un bastón y conocer avances tecnológicos y otros mecanismos que facilitan la adaptación de estas personas a la sociedad.



*Belén Esparza  
Rumbo*

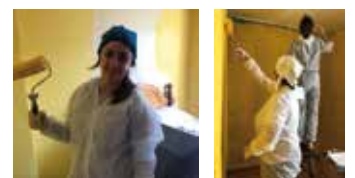
**Gestión de Clientes  
Hijos de Rivera SAU**

La visita a la Delegación de la ONCE ha sido una cura de humildad. Vivimos a un ritmo frenético y a veces no somos plenamente conscientes de las dificultades que encuentran algunas personas en su día a día. Es muy emocionante ver que hay gente dispuesta a emplear su tiempo intentando ayudarles a superarse y dando apoyo a las familias. Es un orgullo pertenecer al Equipo de Voluntariado y formar parte de actividades como esta.

## PAINTING FOR OTHERS

**En el mes de abril realizamos la actividad "Painting for Others" en la que participaron 10 voluntarios, acompañados por familiares o amigos**

El objetivo de la actividad era llevar a cabo trabajos de pintura en las viviendas de dos familias de A Coruña, que han pasado años muy difíciles y que actualmente están en un programa de Cáritas en el que se les ayuda a salir de la exclusión social. La actuación de los voluntarios se centró en pintar estas dos viviendas para mejorar el aspecto decorativo y de saneamiento, así como compartir con ellos una jornada de convivencia.





VINOS DE AUTOR<sup>®</sup> con permiso del enólogo

# LA REINA PEZ



**La creatividad y el arte forman parte de nuestra identidad.** Sabemos que investigar, imaginar y crear nos permite mejorar, desarrollarnos y abrir nuevos caminos. **RIVERSIDE** es un proyecto de mecenazgo cultural con diferentes vertientes que busca generar un entorno favorable a la creatividad de artistas que acogemos en diferentes disciplinas.

Con **VINOS DE AUTOR** abrimos una nueva faceta en el proyecto Riverside, con una serie de ediciones limitadas que acompañan la obra de artistas compositores cuya propuesta responde a valores a compartir.

En esta primera serie acompañamos la obra **LA REINA PEZ**, de la artista y compositora Vega. Un disco cuyo título representa una oda a la perseverancia y el afán de superación de la mujer frente a los obstáculos y dificultades en su desarrollo profesional y personal. A su vez, manifiesta un compromiso y sensibilidad hacia nuestro entorno medioambiental, a través de una edición realizada con técnicas y materiales gráficos sostenibles, empleando papel piedra con certificación "cradle to cradle". Ambos valores, la superación de dificultades y el respeto por el entorno, forman parte de la esencia y propuesta de la Bodega Ponte da Boga, cuya viticultura heroica se enmarca en una imponente naturaleza a preservar en las laderas de los ríos Sil y Miño.

**El vino elegido es una innovadora producción limitada de un rosado de la reina de la Ribeira Sacra** - la uva Mencía - manteniendo así la identidad, esencia y tradición de Ponte da Boga en sus 120 años de historia.

De venta exclusiva en la bodega y en [www.pontedaboga.es](http://www.pontedaboga.es)





**SON**  
Estrella Galicia

A qué suena  
tu cerveza?

**Suena  
a un  
verano  
infinito**



**SON  
Tickets**

Compra tu entrada en  
[son.estrellagalicia.com](http://son.estrellagalicia.com)

Estrella Galicia  recomienda un consumo responsable



# Ciclo 1906 ¡hasta el otoño!

EL CICLO 1906 SE DESPIDIÓ ESTE MES DE JUNIO CON DOS AUTÉNTICOS MARATONES MUSICALES EN MADRID Y SAO PAULO. JAZZ, SOUL Y, TAMBIÉN, FLAMENCO. TODOS ESTOS ESTILOS COMO ANTESALA A UNA JORNADA LLENA DE RITMO CON LA QUE EL CICLO 1906 SALE A LA CALLE PARA ACERCARSE DIRECTAMENTE AL PÚBLICO



La intensa energía, calor y emoción de la voz de **Clarence Bekker** irrumpió de forma inesperada a las 19:06 del 19 de junio en la madrileña calle de Preciados. Soul desde el alma. Capaz de sumergir y arrastrar a cualquiera hasta las profundidades de sus emociones. Su música es el reflejo de su historia más personal: fuerza, instinto de supervivencia y pasión, a partes iguales, que además de en la calle, también se pudo escuchar en el Café Berlín a las 23:00 horas.

Un poco antes, (a las 21:00) **Antonio Lizana** emprendió otro vibrante viaje musical que le llevará desde Cádiz hasta Nueva York acompañado por **Amparanoia**, **Josemi Carmona** y **María Toro**. Juntos navegaron por los compases más profundos de todo el mundo, con el flamenco más sentido, a través de un diálogo improvisado con el jazz. Se trata de una fusión orgánica, que se toca, se canta, y, sobre todo, se siente, dando paso a una realidad sonora propia, homogénea y sin complejos.

Más flamenco, con diferentes interpretaciones y a través de su fusión con otros géneros como el electrónico

siguieron sonando en Café Berlín, a partir de las 01:00 horas, con **DJ Panko**. Un alquimista del funk que sigue reivindicando la experimentación entre ritmos y culturas con un claro mensaje social. En sus sesiones, la música latina, la balcánica o, incluso, la hindú combina a la perfección con los *breaks* más arriesgados.

## EN BRASIL

En paralelo y a más de 8.000 kilómetros de distancia, en Sao Paulo, el Jazz del Ciclo 1906 también sonó desde las 19:06 en la voz y en los instrumentos de Dinho Nascimento, Zeli Quinteto, Ana Cañas com Zeli, y Big Band HB e Dança Lindy Hop.

Un año más, el Ciclo 1906 se ha convertido en referencia de todos aquellos estilos musicales que, al igual que la familia de cervezas 1906, han hecho del virtuosismo, la inspiración, la interpretación más personal y de la calidad, sus señas de identidad. Nos vemos en otoño.

## Ciclo Open Jazz Playa Club "by 1906"

NUESTRO JAZZ, EN SU CONCEPTO MÁS ABIERTO, DE IMPROVISACIÓN Y EXPERIMENTAL, SALE DEL CLUB Y DE LOS GRANDES TEATROS, PARA ACERCARSE A LA GENTE Y AL MAR DURANTE LOS MESES DE JUNIO Y JULIO. EN FORMA DE SESIONES MATINALES GRATUITAS QUE SE CELEBRAN EN EL EMBLEMÁTICO PLAYA CLUB DE A CORUÑA

Presentamos la primera edición del ciclo Open Jazz Playaclub by 1906. Un programa musical en el que participan un brillante elenco de músicos gallegos, con cuatro conciertos que tienen lugar en los meses de junio y julio. Se celebra en forma de sesiones matinales gratuitas, en el entorno privilegiado de la bahía coruñesa de Riazor y frente al emblemático Playa Club. ■



# Maketón Maoloc 2018



Artistas y grupos emergentes de la escena musical local como Nítido, Molsom, Kings of the beach, The Riggos, Atlantic, Supernatural o Fei presentaron sus últimos trabajos publicados durante este año. También recibimos las visitas de artistas y grupos nacionales como Carlos Donoso o Kitai que, aprovechando sus giras promocionales, nos acercaron su música a las Rías Baixas.

Este verano estaremos presentes en eventos como el Vigo Seafest o Portamérica, viviendo la radio en directo con sendos programas especiales tanto desde las avenidas del Puerto de Vigo como desde la carballeira de Caldas de Reis, con entrevistas a artistas y grupos, al público asistente, a los organizadores para conocer de cerca estas destacadas citas musicales del verano.

LAS ONDAS DE LOS 40 SE HAN LLENADO DE MÚSICA DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 2018 GRACIAS AL PROYECTO MAKETÓN PATROCINADO POR MAELOC

## Son Estrella Galicia Magnífico balance de la novena edición

CON EL INICIO DEL AÑO COMENZABA UNA NUEVA EDICIÓN, LA NOVENA, DEL CICLO SON ESTRELLA GALICIA. DESDE ENTONCES DECENAS DE CONCIERTOS SE HAN SUCEDIDO POR TODA LA GEOGRAFÍA ESPAÑOLA PARA LLEVAR LA MEJOR MÚSICA INDEPENDIENTE POR TODOS LOS RINCONES DE ESPAÑA

La sala Capitol de Santiago de Compostela abrió el 12 de enero el ciclo Son Estrella Galicia con la banda estadounidense Clap Your Hands Say Yeah, que daría paso a una serie de conciertos en las salas madrileñas Joy Eslava, Teatro Lara, Sala But, Fun House y Teatro Barceló. En ellas sonaron, entre otros, los últimos trabajos de las bandas Melange y Rusos Blancos, de Tulsa –acompañada de Alberto Montero & Tórtel–, de Ornamento y Delito, Niño de Elche, Modelo de respuesta polar, Fernando Alfaro o Pájaro, entre otros. Tampoco faltaron grandes nombres de la escena internacional como los estadounidenses The Sonics, M Ward, Damon & Naomi o Thalia Zedek, una de las voces más diferenciadoras del rock moderno.

También estuvieron por la capital José Ignacio Lapidó y Nada Surf, que hicieron doblete en Valencia y Granada respectivamente, y Josele Santiago, quien también pasó por Vigo, Santander y A Coruña para presentar su quinto disco. En la ciudad herculina se escuchó el sonido de Julián Maeso, el poderoso directo de Freedomia, Aurora & The Betrayers, Mäbu y Belako, la exitosa banda vasca que actuó en varias ciudades de la mano

de SON Estrella Galicia. Los Punsetes, Lagartija Nick o Ramirez Exposure fueron otras de las apuestas del ciclo que de nuevo trajo a nuestro país la voz más indie del folk americano, Micah P. Hinson, que presentó en Andalucía y Euskadi su último álbum grabado artesanalmente y catalogado como una ópera folk moderna.

El 15 aniversario del Café & Pop Torgal de Ourense nos dejó una agenda repleta de grandes nombres como los de Elle Beiga, Nuria Graham, Nathy Peluso, Christina Rosenvinge, Los hermanos Cubero, Peter Broderick, Shannon Lay o el virtuoso compositor y guitarrista francés Raoul Vignal.

En el 100% Psych destacaron las actuaciones de The Bug, Circuit Des Yeux, Mdou Moctar, LCC o Zombie Zombie, mientras que en el Esmorga Fest lo hicieron Nudozurdo, Mujeres, Rayotaser o La plata. Voces Femeninas nos trajo artistas de la talla de Susanne Sundfør, Shannon Lay o Lisa Hannigan a las que se sumaron otros muchos nombres en el Trinidad Road y el ciclo OnTheRadare a los que este mes de junio se unieron artistas de la talla de Delorean, Boss Hog, Diego Vasallo, The Limboos o Disco Las Palmeras! ■



# Agenda de festivales

Y como no, los de la agenda de festivales de SON Estrella Galicia. El 15 y 16 de junio el Puerto de Santa María acogió el **Monkey Weekend**. Hasta 40 actuaciones musicales del blues al flamenco pasando por el rock o el trap y nombres como Guadalupe Plata, Soleá Morente&Napoléon Solo o Fee Reega. El 14 de julio el **Barcelona Beach Festival** celebra su quinto aniversario con un cartel épico que encabeza David Guetta y en el que estarán también Robin Schulz, Oliver Heldens, Armin Van Buuren, The Chainsmokers, Don Diablo, Brian Cross o Xavi Alfaro, entre otros. Del 20 al 22 de julio el **Atlantic Fest** convertirá A Illa de Arousa en capital de la música indie con nombres como Kaiser Chiefs, Iván Ferreiro, The Vaccines, La Casa Azul, Rodrigo Amaranter, Los Nastys, Soledad Vélez, La Plata o Caxade. Del 26 al 29 de julio la isla de San Simón acogerá la novena edición del **Sinsal SON Estrella Galicia** cuyo emblema es su cartel secreto con nombres emergentes del panorama internacional muchos de los cuales actuarán por primera vez en Galicia. A mediados de septiembre llegará la quinta edición del **WOS Festival X SON Estrella Galicia** que llena Compostela de propuestas en torno al riesgo y la exploración, el arte contemporáneo y el diálogo entre disciplinas. En octubre turno para el **SON Estrella Galicia Posidonia**, tres días de música, gastronomía y naturaleza para redescubrir Formentera por una buena causa. Y en noviembre el **MIRA Digital Arts Festival** llevará a Barcelona a una excitante lista de artistas que actuarán en varios de los formatos más reconocibles del festival: shows audiovisuales, vj sets y shows con sonido 3D. ■



# Más festivales con Estrella Galicia

## este verano

### O SON DO CAMIÑO

Estrella Galicia ha estado en el nuevo festival que nace en Santiago de Compostela con motivo del año Xacobeo 2021. Lenny Kravitz, Jamiroquai, The Killers, Two Door Cinema Club o Martin Garrix son algunos de los grandes nombres internacionales de esta primera edición que se celebró del 28 al 30 de junio en el Monte do Gozo, con aforo para 24.000 personas, dos escenarios principales, zona de restauración, mercadillo y zona de acampada.

O SON DO CAMIÑO  
28/29/30 XUNO 2018  
THE KILLERS  
LOST FREQUENCIES  
AMOR BIZARRO - REPUBLICA  
AGORAPHOBIA - BALAN  
MIROQUAI  
TWO DOOR CINEMA CLUB

### PORTAMÉRICA

Del 5 al 7 de julio Caldas de Reis acogerá una nueva edición del festival que mejor fusiona música y cocina. El Showrocking Guía Repsol 2018 con más de 30 chefs internacionales acompañará a nombres como Imelda May, La Pegatina, Pussy Riot, Vetusta Morla, La habitación roja, Viva Suecia o Neuman, entre otros.

### RESURRECTION FEST ESTRELLA GALICIA

Cartel de impresión en Viveiro (Lugo) del 11 al 14 de julio: KISS, Scorpions, Stone Sour, Prophets of Rage, Ministry... y así hasta un centenar de nombres en cuatro escenarios durante cuatro días formarán parte de la que será su edición número trece.

RESURRECTION  
11-14 JULY 2018  
KISS SCORPIONS  
PROPHETS OF RAGE  
MINISTRY

### ORTIGUEIRA

Entre el 12 al 15 de julio se celebrará la 40 edición del festival folk más importante del mundo. Como cabezas de cartel Carlos Nuñez, Milladoiro, Imar e Ives Lambert Project, junto con otras bandas referentes del folk, como Kila, Rubén Alba u Os D'abaixo que llenarán de música los cuatro días de un festival que incluye también talleres, exposiciones y su tradicional feria de artesanía.

### CARBALLEIRA DE ZAS

Los días 3 y 4 de agosto volverá el sonido folk a Carballeira de Zas en la que será su 35 edición. Entre los nombres confirmados Caxade, Ses, Fatty Farmers, Xabier Díaz e as Adufeiras de Salitres, Mánran ou Astarot.

### NOROESTE ESTRELLA GALICIA

La gran cita musical coruñesa celebrará su 32 edición del 7 al 12 de agosto con casi 100 actuaciones gratuitas que inundarán la ciudad de sonidos eclécticos, entre ellos los de Wondermind, Laetitia Sadier, Morgan, Nathy Peluso o Christina Rosenvinge.

### PURPLE WEEKEND

Nada menos que 30 años cumple la gran fiesta de la cultura sixtie que se celebrará entre el 6 y el 9 de diciembre en la ciudad de León. Varios escenarios, locales volcados en la propuesta, mucha calle y actividades para todos los públicos son las credenciales de este evento urbano en el que la única bandera es el rock and roll.

PURPLE WEEKEND  
4, 5, 6, 7 DICIEMBRE  
Allnighters  
Feria del disco  
Les Boj  
Las Furiosas del Ritmo  
The Abb  
Dod

LLEGA EL VERANO Y CON ÉL LA  
AGENDA DE FESTIVALES SE LLENA  
DE CITAS INELUDIBLES.  
A LAS DEL SON EG SE UNEN  
VARIAS FECHAS CLAVE EN EL  
CALENDARIO GALLEGO



## Son Estrella Galicia Nuevas salas

ESTE AÑO HEMOS INCORPORADO AL CICLO SON ESTRELLA GALICIA OCHO NUEVOS ESPACIOS DONDE ESCUCHAR LA MEJOR MÚSICA CON LA MEJOR CERVEZA

En total contamos ya con 23 salas y teatros repartidos por toda la geografía española para dar a conocer la mejor música alternativa. Las ocho nuevas incorporaciones de este año al SON Estrella Galicia se reparten entre Andalucía, Cataluña, País Vasco y Madrid. En esta última se han unido la Sala Alevosía, Sala O, Fun House, Teatro Nuevo Alcalá y Teatro Lope de Vega. En Córdoba se ha sumado la Sala Hangar, en Barcelona la Sala Upload y en Guipúzcoa Sanagustin Kulturgunea. —



## En Reino Unido Premios NME Magazine

ESTRELLA GALICIA SE CONVIRTIÓ POR PRIMERA VEZ EN CERVEZA OFICIAL DE LOS EXCLUSIVOS PREMIOS NME IMPULSADOS POR LA REVISTA NME MAGAZINE, REFERENTE MUSICAL EN REINO UNIDO, Y EN PATROCINADOR EXCLUSIVO DE LA MEJOR CANCIÓN DEL AÑO

La música es uno de los principales pilares en los que se sustenta el desarrollo de nuestra marca en UK, a través de nuestro proyecto SON Estrella Galicia y del patrocinio de eventos de primer nivel.

En la primera mitad de 2018, tras diversas colaboraciones con la revista especializada y referente musical, NME Magazine, conseguimos convertirnos en cerveza oficial de los Premios NME 2018 y patrocinador exclusivo de la categoría Premio Estrella Galicia a la Mejor Canción del Año, durante la gala que se celebró en el O2 Brixton Academy de Londres.

Además, se celebraron 2 sesiones de SON Estrella Galicia en 2 nuevos locales de la mano de artistas como Grace Carter (telonera de Haim y Dua Lipa), Tertia May, Puma Blue y Mina Rose. De esta forma seguimos sumando eventos que añaden valor y relevancia al proyecto SON Estrella Galicia a nivel internacional. —



## En Brasil Gran inicio de año

SON ESTRELLA GALICIA LLEVÓ SU MEJOR MÚSICA A LA SALA ESTRELLA GALICIA ESTAÇÃO RIO VERDE DE BRASIL EN ESTE PRIMER SEMESTRE DEL AÑO

El 22 de febrero el cantante, compositor y renombrado artista brasileiro Paulo Miklos interpretó éxitos como *Vou te encontrar*, además de sus míticas canciones conocidas y amadas por todo su público. El 26 de abril llegó el turno de Francisco, el Hombre, que presentó un espectáculo novedoso con melodías contagiosas y letras en castellano y portugués donde demostró su experiencia encima de un escenario.

Las puertas de la sala Estrella Galicia Estação Rio Verde de São Paulo se abrieron de nuevo el 25 de mayo para acoger a Luedji Luna, que dio un concierto memorable en el que puso su maravillosa voz al servicio de la música brasileña con toques africanos en una noche que compartió con Dj Nyack, uno de los DJ más famosos del momento en el país y con gran proyección internacional. Y el 14 de junio Quartabê cerró el primer semestre del año con la originalidad e irreverencia que caracteriza la obra del artista Moacir Santos y con los elogios de público y crítica que deja este cuarteto por donde pasa. —



## CON LA SELECCIÓN EN EL MUNDIAL DE RUSIA 2018

Cabreiroá es el agua oficial de la Selección Española de Fútbol y acompaña al equipo nacional en su camino hacia el Mundial. La hidratación de la Selección es el objetivo de nuestra marca que reafirma su posicionamiento en torno a la vitalidad y la vida saludable dentro de la categoría, apoyándose en patrocinios de alto valor. Para ello, además de lanzar una edición limitada de botellas que rinden homenaje a los jugadores de La Roja, Cabreiroá invita a sus consumidores y a todos los aficionados a disfrutar del Mundial asistiendo al primer partido de la Selección frente a Portugal. Los ganadores de este sorteo (8 consumidores) disfrutaron de la experiencia en primera persona, participando en la promoción que se desarrolló de forma íntegra en la página web de la marca.



## RENOVACIONES

### DÉPOR

Ampliamos nuestro acuerdo de patrocinio con el Dépor, de manera que nuestras marcas Estrella Galicia 0,0 y Cabreiroá seguirán acompañando al equipo blanquiazul hasta junio de 2021. En el caso de Cabreiroá, como novedad, pasará a ser patrocinador oficial del equipo femenino, ocupando la trasera de la camiseta.

### CELTA

Renovamos el acuerdo con el Celta para las próximas tres temporadas. Estrella Galicia y Cabreiroá serán patrocinadores principales del primer equipo y, como novedad, de las categorías inferiores. Así se dio a conocer por parte de los dirigentes del club celeste y nuestro CEO, Ignacio Rivera, en el mes de junio durante la firma de un nuevo acuerdo de patrocinio.



## MVP ESTRELLA GALICIA 2018

En estos últimos meses, seguimos desarrollando la iniciativa "Mejor Jugador Estrella Galicia" que permite a los aficionados del Dépor, Celta, Obradoiro y Lugo, elegir cada mes al Mejor Jugador de estos equipos, a través de las redes sociales del Club. Una actividad que desarrollamos desde el área de Patrocinios en colaboración con Trade Marketing, y que de forma paralela premia la fidelidad de nuestros clientes de Cerveza de Bodega, seleccionando mensualmente al Mejor Hostelero del Mes encargado de hacer entrega del galardón al Mejor Jugador a cada uno de estos equipos.

La excepcional campaña realizada por Iago Aspas, coronada por su convocatoria para la Copa del Mundo de Rusia con la Selección Española, le ha permitido convertirse en el ganador del Premio Jugador Estrella Galicia de la temporada por parte del Celta. En el caso del Lugo, el Mejor Jugador de la temporada fue Juan Carlos y por parte del Obradoiro, el Mejor Jugador de esta temporada ha sido Matt Thomas.

## EL CORINTHIANS CONQUISTÓ EL TÍTULO PAULISTA

Tras una final épica que se decidió en la tanda de penalties, el Corinthians revalidó el título paulista por segundo año consecutivo. Logramos la victoria en el último penalty, en el partido de vuelta de la final en el Arena Palmeiras.

Para celebrar el título, desde Estrella Galicia Brasil realizamos diferentes actividades, como un vídeo conmemorativo de la victoria que incluía la narración del gol decisivo del campeonato.







# MERCADO DE LA COSECHA

## EL HOGAR DE LAS INICIATIVAS DEL RURAL QUE DEBERÍAS CONOCER

Una iniciativa de compromiso social de la Corporación Hijos de Rivera que pretende convertirse en palanca competitiva en el desarrollo socioeconómico del medio rural a través de la divulgación de proyectos singulares que aportan productos e iniciativas de valor y que nos puedan inspirar; y que generen riqueza y desarrollo socioeconómico sostenible para el rural.



MERCADO DE LA COSECHA



@MERCADOCOSECHA



@MERCADOCOSECHA

## PRESENTACIÓN TEMPORADA DE MOTOCICLISMO 2018



El histórico trazado madrileño del Jarama acogió la puesta de largo del cuarto año de colaboración entre Estrella Galicia 0,0 y las estructuras

Marc VDS Racing y Monlau Repsol Technical School, de nuevo desde la base de las copas de promoción hasta la élite del Campeonato del Mundo de MotoGP

Los pilotos y equipos que componen este proyecto deportivo se dieron cita en marzo en este emblemático circuito para presentar oficialmente sus planes deportivos esta temporada que incluye seis equipos en las distintas categorías, con 14 pilotos en pista.

Tras la llegada atropellada y cómica de **Álex Márquez** y **Joan Mir** al manillar de un sidecar, comenzó la presentación en la que se desgranó la presencia de Estrella Galicia 0,0 que abarca este año las tres categorías del Campeonato del Mundo de MotoGP y también se extiende al Mundial Junior de Moto3, la European Talent Cup y el Campeonato de España de Velocidad RFME.



## LOS HERMANOS MÁRQUEZ VISITARON BRASIL

Álex y Marc visitaron en el mes de abril la ciudad de São Paulo de la mano de Estrella Galicia 0,0 para atender a la prensa y realizar un encuentro digital con sus fans, tras disputar el Gran Premio de Argentina de Motociclismo.



## INTENSO COMIENZO DE TEMPORADA EN MOTOGP

Con la celebración del pasado Gran Premio de Catalunya, los pilotos de Estrella Galicia 0,0 en el Campeonato del Mundo de MotoGP han superado oficialmente el primer tercio de la temporada 2018

Tras los grandes premios de Qatar, Argentina, Estados Unidos, España, Francia, Italia y Cataluña, los pilotos del Team Estrella Galicia 0,0 Marc VDS de las categorías de MotoGP y Moto2, así como los del Team Estrella Galicia 0,0 Moto3, han protagonizado inolvidables carreras, saboreado el éxito en ocasiones y aprendido de los momentos más difíciles. Varios han subido al podio y todos ellos han superado con entereza las situaciones adversas a las que se exponen todos los pilotos en pista.

Franco Morbidelli y Tom Lüthi en la clase reina de MotoGP, Álex Márquez y Joan Mir en Moto2, y Arón Canet y el jovencísimo debutante mundialista Alonso López en Moto3, sólo acaban de comenzar a escribir la apasionante historia de una batalla que todavía se librará alrededor del mundo con doce paradas en Holanda, Alemania, República Checa, Austria, Gran Bretaña, San Marino, Aragón, Tailandia, Japón, Australia y Malasia; justo antes de llegar al epílogo de la temporada el próximo 18 de noviembre en Valencia.

Después de conquistar el pasado año las dos primeras posiciones en la categoría intermedia, **Morbidelli** y **Lüthi** se enfrentan este año como debutantes de MotoGP a la difícil tarea de ocupar su propio espacio entre los mejores pilotos del mundo.

El objetivo de hacerse con la distinción de "rookie del año" parece estar al alcance de Morbidelli. Con la excepción de la ronda en Estados Unidos, ha logrado puntuar en el resto de las carreras disputadas.

No ha sido fácil, en la reciente salida en el *Circuit de Barcelona-Catalunya* incluso volvió a pista tras una caída en una heroica carrera para hacerse con la décimo cuarta plaza y sumar un total de 19 puntos al frente de la clasificación provisional de los debutantes.







Por su parte, Lüthi continúa su evolución al tiempo que se sobrepone a un difícil comienzo. Mejorando su posición de entrenamientos en carrera en las cuatro que ha finalizado, se ha quedado en todas ellas en puestos inmediatamente posteriores a los que conceden puntos, un privilegio que ha acariciado cuando las inoportunas caídas no se han interpuesto en su camino.

Álex Márquez lidera la ofensiva del Team Estrella Galicia 0,0 Marc VDS en la categoría intermedia de Moto2. Sus cuatro podios en siete carreras le han llevado a ocupar la tercera posición provisional del campeonato. Sólo una caída en España cuando partía segundo en parrilla le han alejado ligeramente de los dos primeros clasificados.

El actual campeón del mundo de Moto3, Joan Mir, asume este año el desafío de Moto2 antes de acometer el próximo su definitivo paso a la categoría reina de MotoGP. Ha sido anunciado recientemente, pero esto no ha distraído al piloto mallorquín de lograr sus dos primeros podios en la categoría intermedia de forma consecutiva en las carreras de Francia e Italia.

Al igual que en las categorías mayores, el Campeonato del Mundo de Moto3 está siendo testigo de una vertiginosa temporada. Arón Canet ha logrado dos segundas posiciones en las carreras de Argentina y Estados Unidos. Sin embargo, la suerte en Moto3 cambia rápido de garaje, y en España no pudo evitar provocar una caída múltiple cuando luchaba por la victoria en las últimas vueltas.

El debutante Alonso López comprueba en cada carrera de su primer año el altísimo nivel del Campeonato del Mundo, pero al menos también ha tenido oportunidades de demostrar su enorme potencial.



## ACTIVIDAD EN HOSTELERÍA

Desarrollamos diferentes acciones de la mano de Estrella Galicia 0,0 con algunos de nuestros mejores clientes de hostelería a nivel nacional

Actividades que nos permiten trasladar la emoción y la experiencia de vivir un Gran Premio de Motociclismo en primera persona. Buscamos Circuiteros 0,0 entre nuestros clientes de hostelería a través de una acción con Wellcome pack en 3.000 clientes y acción de rotación en todos nuestros clientes con Pin-Code Collarin. Desarrollamos una acción de activación del patrocinio en el Gran Premio de Jerez en Hontoria Garden y Plaza Canterbury, y por último desarrollamos también una acción de incentivos a fuerza de ventas de distribución que incluía una visita al paddock de nuestro equipo.



## EN EL CANAL ALIMENTACIÓN

Trasladamos el Mundial de MotoGP al lineal del canal de Alimentación activando el GP Jerez a nivel Nacional en el grupo El Corte Inglés

Desarrollamos una acción 360° que incluye Rotación, Visibilidad, Imagen y RRPP con presencia destacada en cabeceras y espacios preferentes en sus 100 tiendas en España durante 3 semanas previas al GP (incluido Baleares y Canarias) además del protagonismo de la promo en la página web de Hipercor y supermercados ECI en su sección de cervezas junto con la activación con firma de autógrafos de piloto en Hipercor Jerez y en RRSS de los pilotos durante toda la promoción.





## ACTUALIDAD DEPORTIVA F1

Comenzábamos 2018 dando el salto al Renault Sport Formula One Team de la mano de nuestro piloto Carlos Sainz, arrancando una temporada con muchas ganas y muy buenas sensaciones en las primeras jornadas de test, que le llevaron a colarse en el top10 en los grandes premios de Australia y China, y a conseguir la undécima posición en Bahrein.

La quinta plaza en Azerbaijan le daba a Carlos cabida en el top ten de la clasificación de cara al Gran Premio de Mónaco, donde cruzaba la línea de meta en el décimo puesto, que permitía al equipo Renault Sports Formula One acabar con una consolidada cuarta posición en el Mundial.

## REFORZAMOS NUESTRO ACUERDO CON RENAULT

Esta temporada, hemos reforzado nuestro acuerdo con el equipo, mediante el cual nos convertimos en su partner oficial, contando con mayor presencia de Estrella Galicia 0,0.

Concretamente, nuestra marca está presente en los reposacabezas y los deflectores laterales de ambos monoplazas, los monos de los pilotos, así como en el casco y la gorra de Carlos Sainz.

En 2018, se cumplen cinco años desde que iniciamos nuestro apoyo al piloto madrileño. Gracias a este acuerdo, continuamos fieles a nuestra filosofía de desarrollo de talento y esperamos que tanto nuestro piloto como Renault continúen progresando para que la escudería pueda regresar a los puestos de cabeza del Mundial de F1.



## GRADA FAN CARLOS SAINZ

Acompañamos a Carlos Sainz en el lanzamiento del proyecto Grada CS55, durante su última rueda de prensa antes del inicio del Mundial de Fórmula 1. Nos asociamos al piloto en el lanzamiento de la grada que lleva su nombre durante el Gran Premio de España de F1 que se celebró este año el pasado 13 de mayo en Barcelona. Presentamos, además, la edición especial de Estrella Galicia 0,0 que se entregó a los 3.640 fans que adquirieron la entrada para este Gran Premio, junto con merchandising oficial del piloto.

## EN EL SALÓN DE GOURMETS

Contamos con la presencia de Carlos Sainz en nuestro stand del Salón de Gourmets, donde participó en un showcooking junto con los cocineros Yayo Daporta y Javier Olleros y entregó el premio al ganador del Campeonato Internacional de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia. Aprovechamos su presencia para convocar una rueda de prensa, en la que el piloto expresó lo privilegiado que se siente de formar parte de Renault y de contar con el apoyo de Estrella Galicia 0,0.







YA DISPONIBLE EN LA WEB

[WWW.CORPORACIONHIJOSDERIVERA.COM](http://WWW.CORPORACIONHIJOSDERIVERA.COM)

## China

El 22 de mayo organizamos un evento en el restaurante Mercado 505 de Shanghai para nuestro principal distribuidor en la ciudad con el fin de potenciar nuestra cultura de cerveza y nuestras sidras Maeloc. Contamos además con la visita de un destacado distribuidor de Corea del Sur y con dos fuertes importadores de China, interesados en trabajar con nuestras aguas de Cabreiroá y nuestras sidras Maeloc. En total, asistieron a este en torno a 20 destacados comensales a quienes trasladamos quienes somos y nuestros valores corporativos.

Celebramos un evento en el restaurante Mercado 505, un establecimiento totalmente nuevo, con tres pisos y una amplia terraza, donde se sirve cocina española de productos frescos como carnes, pescados y mariscos, embutidos y quesos. El nombre del local da forma al concepto de servicio, de mercado y donde el cliente puede escoger lo que desea cenar, acompañado de nuestras bebidas: cerveza Estrella Galicia Especial, sidra Maeloc Seca y variedades de sabores, así como nuestras aguas Cabreiroá.



## Bolivia

### NUEVO MERCADO

Comenzamos a trabajar en el mercado Boliviano que desde marzo puede disfrutar con nuestras cervezas Estrella Galicia Especial, Shandy, Estrella Galicia 0,0 y Estrella Galicia Sin Gluten y de la familia de cervezas 1906. Concretamente, estarán disponibles en la ciudad de Cochabamba en un primer momento, extendiéndose en breve al resto del país, a través de nuestro distribuidor, referente nacional en la categoría de cervezas premium europeas. El objetivo es posicionar nuestras cervezas en el canal Alimentación y Hostelería de forma conjunta.

### FERIA DE ALIMENTACIÓN, FECOBOL



Participamos en la feria de alimentación de referencia en la ciudad de Cochabamba y en Bolivia, FEICOBOL. Un encuentro anual y multisectorial, donde se dan cita alrededor de 400 mil visitantes, con la participación de más de cerca 1.500 expositores nacionales e internacionales.



## USA

2018 está siendo un buen año para nuestras marcas en Florida, que ha estado presentes en acciones donde música y gastronomía han sido protagonistas. Estos eventos se han celebrado durante el evento Tampa Bay Beer Week y el Busch Gardens Food and Wine Festival. También hemos celebrado activaciones aprovechando la Copa Mundial de la FIFA a lo largo de todo el Estado.





## Brasil

### APAS 2018

Estuvimos presentes en el evento más relevante del sector de bebidas y alimentación de Latinoamérica, APAS Show que celebró su 34ª edición en el Expo Center Norte, São Paulo, del 7 al 10 de mayo. Por segundo año consecutivo, potenciamos el eje de Cultura de Cerveza a través del II Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia, que como en la primera edición, permitió al Mejor Tirador de Cerveza brasileño, participar en el Campeonato de Tiraje Estrella Galicia Internacional, que se celebró en España.



## Argentina

### TERMAS DE RÍO HONDO

El fin de semana del 7 y 8 de abril, acudimos al Gran Premio de Argentina de Motociclismo con un grupo de clientes de Argentina y Paraguay, donde además de disfrutar del circuito y de los boxes, los invitados han tenido la posibilidad de estar junto a nuestros pilotos. Los clientes han tenido la posibilidad de degustar nuestras cervezas Estrella Galicia, 1906 Reserva Especial y 1906 Red Vintage durante el evento y de vivir una experiencia completa en el Mundial en primera persona.



## Perú

Cabreiroá ya se puede adquirir en las principales cadenas de la Alimentación de Perú, de la mano de nuestro importador en este país. Las principales cadenas son TOTTUS, WONG y Supermercados Peruanos, en sus dos formatos Vivanda y Plaza Vea. Por el momento, únicamente se comercializará Agua Cabreiroá Mineral Sin Gas en diferentes formatos.



## Uruguay

### EQUIPO ESTRELLA GALICIA 0,0

Nuestro Equipo Estrella Galicia 0,0 de Polo en Uruguay recientemente ha participado en uno de los torneos más importantes y con más convocatoria del país: la "Copa Semana Santa". Una competición organizada por el Club Río Negro Polo de Young, Uruguay.

Se trata de un torneo de 14 equipos procedentes de Uruguay, Argentina y Brasil que se celebra a lo largo de 10 días, incluye una modalidad de fase de grupos y eliminación directa.

En este caso, el equipo Estrella Galicia 0,0 logró sortear todas las etapas llegando a la final de Oro, que lamentablemente perdió por 1 gol en contra en el tiempo de descuento, proclamándose subcampeón del campeonato.



## Paraguay

### EVENTO ANIVERSARIO PORSCHE

Participamos como cerveza oficial del evento de 70 aniversario de la marca de automóviles Porsche que se celebró en Los Pingos Polo Club, Surubí de Paraguay con el apoyo de la Federación Paraguaya de Polo. Un exclusivo evento de almuerzo que se celebró los últimos días de mayo y en el que participaron equipos de Polo de Argentina y Uruguay, además del país anfitrión.



## Reino Unido

### LITTLE GALICIA 2018

**Por cuarto año consecutivo impulsamos el programa Little Galicia en Reino Unido, con el objetivo de poner en valor nuestras cervezas a través de su vinculación con la gastronomía**

En los tres primeros años de Little Galicia celebramos un total de 15 eventos, a los que se suman los 10 más para 2018, en locales de gastronomía española de referencia en Reino Unido. El objetivo de estos eventos es ofrecer una actividad diferencial a nuestros clientes y consumidores, poniendo en valor nuestras cervezas en el mercado británico.

#### EN BRINDISA, SHOREDITCH

En febrero de este año celebramos el primer Little Galicia de 2018. Un evento que tuvo lugar en las instalaciones nuestro cliente Brindisa, en su restaurante inspirado en la gastronomía costera mediterránea y situado en uno de los barrios más modernos y "trendy" de la capital inglesa: Shoreditch.

Los asistentes pudieron disfrutar de una caña de bienvenida de Estrella Galicia, acompañada de una típica tapa de pimientos de padrón. La cena continuó y con un menú que maridaba a la perfección con nuestra cerveza, recogiendo la esencia de la gastronomía gallega y nacional: jamón con tomate, membrillo con queso manchego, albóndigas de calamar o arroz de marisco, entre otros platos. Para terminar este menú tan especial, una sorpresa: brownie de chocolate con helado de cítricos y espuma de Black Coupage, postre que hizo las delicias de los amantes de la buena cerveza.



### LONDON RESTAURANT FESTIVAL

Un año más, Estrella Galicia fue patrocinador y cerveza oficial del London Restaurant Festival, un evento que celebran los mejores restaurantes de Londres en diferentes fechas a lo largo del año. Durante estos últimos meses celebramos una cena especial en el local Barrafina, que maridamos con nuestras cervezas. El evento contó con la asistencia del chef Xosé T. Cannas (Pepe Vieira) que elaboró esta cena exclusiva para 30 personas, cuyos platos giraron en torno a la gastronomía gallega. Las entradas se pusieron a la venta y se agotaron en tan solo 30 minutos.



## Alemania

### PROWEIN 2018

Del 18 al 20 de marzo, participamos en Düsseldorf en una de las ferias más destacadas a nivel mundial en el sector del vino y las bebidas alcohólicas, Prowein. Se trata de la plataforma comercial más importante del mundo en este sector con unos 6.500 expositores de más de 60 países. Las cifras de asistentes alcanzaron nuevas cotas este año, superando los 58.500 visitantes profesionales de 130 países de 2017. Uno de cada dos visitantes acudió a Düsseldorf desde el extranjero. Durante tres días los pabellones se convierten en el escenario de una actividad comercial muy concentrada. Entre los asistentes destacan agentes clave, como importadores importantes y representantes de grandes cadenas de distribución internacionales.



## Países Bálticos

### NUEVO MERCADO

Buenas noticias para los letones y los estonios que ya pueden comprar y disfrutar de nuestra cerveza en sus países. Desde hace algunos meses, hemos estado presentes en los países bálticos a través de socios sólidos, gracias al trabajo del equipo de Trade Marketing durante la feria Prowein que fue clave en este proceso.



En estrecha colaboración con nuestro importador en Suiza, hemos consolidado la distribución en varias cadenas de supermercados en el país helvético con Estrella Galicia Especial y Estrella Galicia Sin Gluten. Ya estamos presentes en Coop, Lidl y en unos meses también se podrá comprar en Aldi.



TE GUSTARÍA AYUDAR...



**...Y LO SABES**



**VOLUNTARIADO**  
ÚNETE AL EQUIPO  
[voluntariado@estrellagalicia.es](mailto:voluntariado@estrellagalicia.es)

**granini**<sup>®</sup>

SELECCIÓN

Prueba  
el placer  
de la **mejor**  
**fruta**



**NUEVO**



Las variedades  
más jugosas listas  
para beber

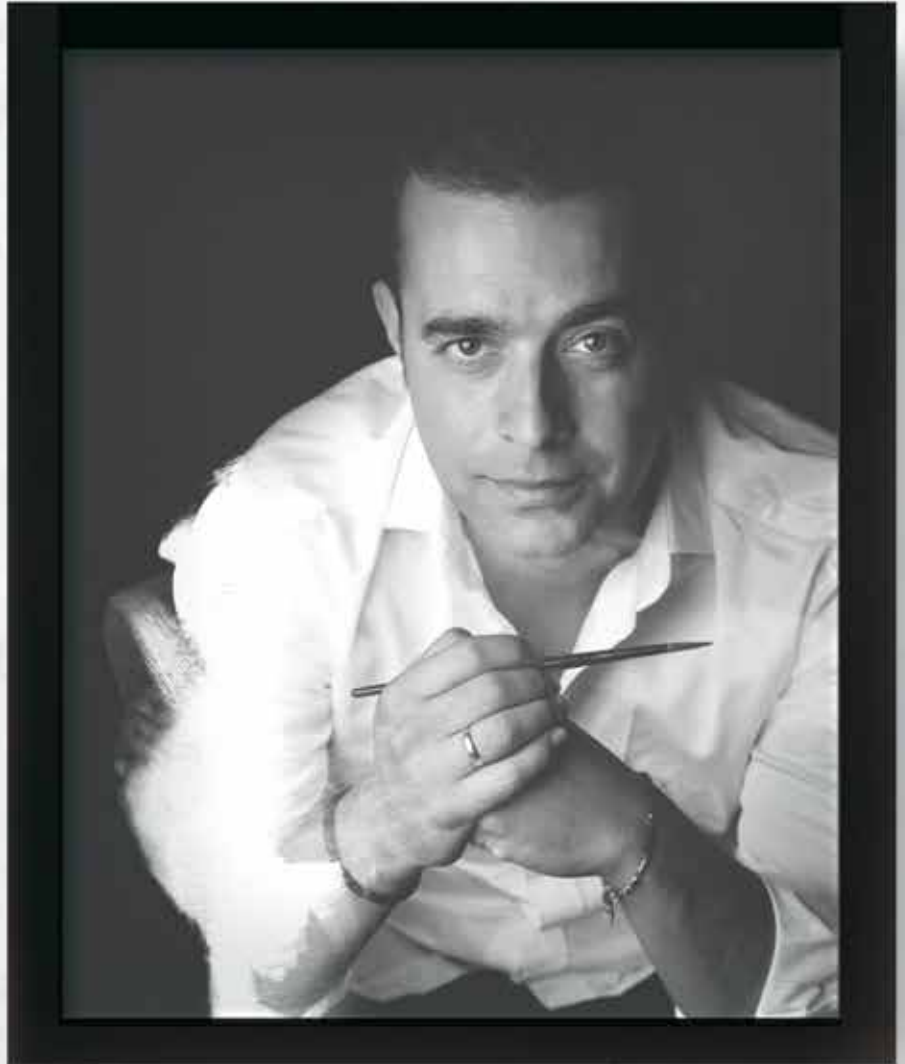


# Victor Jerez

## “EL PINTOR DE LOS DEPORTISTAS”

Durante muchos años trabajó en el Puerto de Algeciras, su tierra natal, como estibador; pero no eran esas horas de sol las que iluminaban su trabajo; las bombillas en su garaje, a altas horas le veían practicar su pasión: pintar recreando las emociones que veía en diversos personajes. Poco después se planteó pintar en directo. Al principio fue en pequeñas fiestas y eventos locales. Después llegaron eventos de mayor tamaño y, sin darse cuenta, se vió pintando a George Clooney, Keith Richards o Carlos Jean.

La pintura de referentes mundiales del deporte llegó, de la mano de la comunidad *knowmad*, para quedarse. Desde entonces ha tenido el privilegio y la responsabilidad de inmortalizar, en directo o en el estudio, a figuras como Rafa Nadal, Sebastian Vettel, Sergio Garcia, Zidane o Vicente del Bosque. Su capacidad artística, ilusión, esfuerzo constante y ansia de superación lo han llevado a demostrar todo su talento y, ahora, es “El Pintor de los Deportistas”.



“ESTE PROYECTO TIENE UN SIGNIFICADO MUY ESPECIAL A NIVEL ARTÍSTICO Y PERSONAL YA QUE DESDE MI INFANCIA SOY UN APASIONADO DE LA SELECCIÓN ESPAÑOLA Y JUGABA AL FÚTBOL SOÑANDO SER, ALGÚN DÍA, COMO ELLOS. DESDE QUE COMENZÓ MI AVENTURA ARTÍSTICA, PINTANDO A LOS MEJORES DEPORTISTAS DEL MUNDO, NUNCA PENSÉ QUE ACABARÍA PINTANDO DE MANERA OFICIAL A MIS ÍDOLOS DE LA ROJA.”

“EL PROCESO DE CREACIÓN HA SIDO MUY ILUSIONANTE, UNA EXPERIENCIA INCREÍBLE. HE DISFRUTADO MUCHO VIENDO COMO MI TRABAJO SE MATERIALIZABA POCO A POCO EN ESTA EDICIÓN ESPECIAL. VER MIS OBRAS A TRAVÉS DEL AGUA DE CABREIROÁ ES MÁS QUE INNOVACIÓN, ES APASIONANTE.”



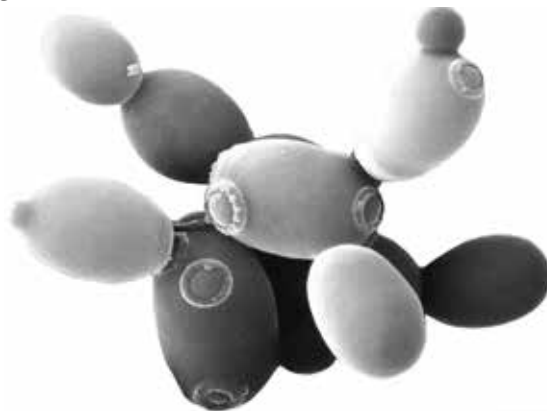
*Victor Jerez*



José Luis Olmedo

Gestor de Proyectos I+D+I  
Hr Incorp

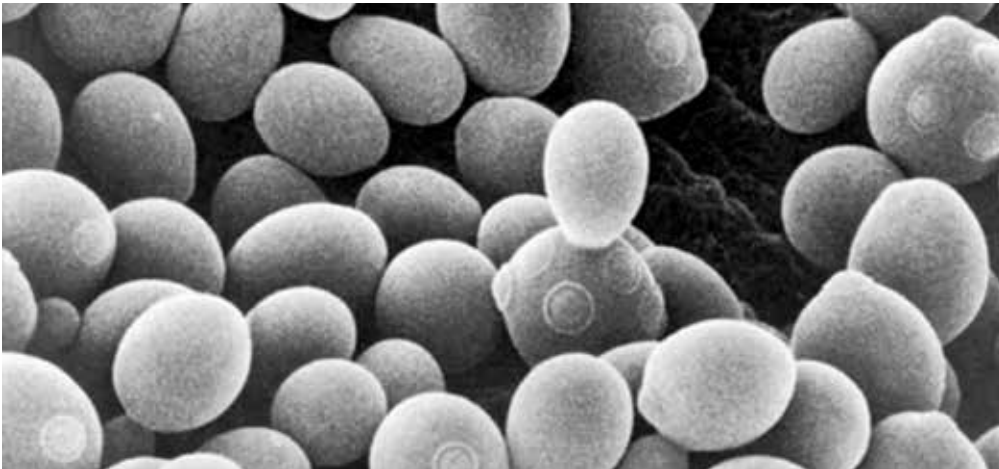
# Nuevas tendencias en fermentaciones



**En las bebidas elaboradas a través de la fermentación, los microorganismos que la llevan a cabo se considera el actor principal, puesto que sin su actuación, estas bebidas no serían posibles y además, es el que más carácter va a imprimir a la bebida resultante, tanto en aroma como en sabor.**

- » En la Edad Media todos esos microorganismos se consideraban el componente mágico, puesto que no se podía ver nada más que el resultado final de su actuación. De hecho, la levadura no aparece en la ley alemana de la pureza de la cerveza de 1516 y, no será hasta que salgan a la luz publicados, los trabajos de Louis Pasteur en 1876, cuando empieza a tenerse en cuenta.
- » De todos los avances en la elaboración de bebidas, se puede decir que la identificación, el aislamiento y la reproducción selectiva de levaduras ha sido el que más valor científico tiene.





- » La fermentación alcohólica es el proceso por el cual, la o las levaduras generan partiendo de los azúcares del mosto: etanol, dióxido de carbono, energía y otros compuestos que van a caracterizar a la bebida resultante. Esta puede ser de varios tipos dependiendo del género de levadura que actúe; pero las principales son alta o baja fermentación.
- » Mención aparte merece la fermentación espontánea, donde actúan levaduras, otros tipos de hongos y/o bacterias que pueden venir de las condiciones ambientales en las que se produce la fermentación, o que se incorporan a propósito para generar determinadas características a la bebida resultante que suele ser con aromas y sabores intensos, un alto grado de acidez y menor graduación alcohólica.
- » Otro tipo de fermentaciones son las que las responsables de la misma son bacterias; como por ejemplo la maloláctica, en la cual intervienen unas bacterias y convierten el ácido málico en ácido láctico, tal y como ocurre en la elaboración del vino o de la sidra.
- » Muchas levaduras de pan pueden ser usadas para fermentar cervezas
- » Algunas cepas belgas se parecen más, en cuanto a tamaño y subproductos que generan en la fermentación, a la levadura de vino que a la levadura de cerveza convencional.
- » Tanto si las responsables de la fermentación son levaduras, hongos o bacterias, lo que tienen en común, es la gran diversidad de especies tanto conocidas como las estimadas; en gran parte debido a su alta capacidad de difusión en los diferentes habitats en los que pueden vivir.
- » Una de las tendencias en el desarrollo de nuevas bebidas son las co-fermentaciones en las que se pueden emplear diferentes tipos de microorganismos mezclando en una misma fermentación levaduras y bacterias, tal y como ocurre en la sidra; diferentes tipos de cepas de levaduras, como ocurre en algunos estilos cerveceros o incluso mezcla de diferentes mostos para que las levaduras actúen sobre ellos como por ejemplo fermentar mosto cervecero junto con mosto de uva.
- » En Custom Drinks durante la cosecha de la manzana del año pasado empleamos mosto lágrima de manzana y mosto cervecero para realizar una fermentación híbrida con una levadura ale tipo saison; cuyo resultado fue una bebida de 6% alc.vol. y un carácter frutal intenso, junto con una acidez muy refrescante.
- » Esta bebida en Estados Unidos se denomina "graf". Pero como no había denominación de dicha bebida en la normativa española tanto de cerveza como de sidra, decidimos bautizarla como "sidreza" por el predominio que la sidra tiene sobre la cerveza.
- » En el pasado Barcelona Beer Festival se presentó al concurso Barcelona Beer Challenge en la categoría de cerveza experimental ganando una medalla de bronce frente a otras 15 referencias experimentales de todo el mundo.

UNA DE LAS TENDENCIAS EN EL DESARROLLO DE NUEVAS BEBIDAS SON LAS CO-FERMENTACIONES EN LAS QUE SE PUEDEN EMPLEAR DIFERENTES TIPOS DE MICROORGANISMOS MEZCLANDO EN UNA MISMA FERMENTACIÓN LEVADURAS Y BACTERIAS

# Ostra Gin Fizz

Chisco Jiménez (Culucá)



ESTE PLATO ES UN  
APERITIVO FRÍO  
BASADO EN EL  
FAMOSO CÓCTEL  
GIN FIZZ.



A LA HORA DE SERVIRLO  
CONVIENE ACOMPAÑARLO  
DE UNAS GOTAS DE ACEITE  
DE OLIVA VIRGEN PARA REALIZAR  
LOS SABORES DEL PLATO.

- + OSTRA
- + ALGAS
- + ACEITE
- + GINEBRA
- + LIMÓN
- + MAGMA DE CABREIROÁ
- + MEZCLA DE ESPECIAS PICANTES



1

ABRIR LA OSTRA Y LIMPIARLA BIEN DE POSIBLES ESQUIRLAS DE CONCHA QUE PUEDAN QUEDAR. DESPUÉS DESPEGAREMOS LA OSTRA DE LA CONCHA PARA PODER COMERLA DE UN BOCADO.

2

EN LA PREPARACIÓN DEL CÓCTEL REDUCIREMOS LA CANTIDAD DE GINEBRA PARA EVITAR ENMASCARAR EL SABOR DE LA OSTRA.

3

INTRODUCIREMOS EN LA COCTELERA LA GINEBRA, EL AGUA DE MAGMA DE CABREIROÁ, JUGO DE LIMÓN Y ESPECIAS PICANTES.

4

DEBEMOS TENER CUIDADO AL MEZCLAR LOS INGREDIENTES. EL CÓCTEL DEBE QUEDAR EN FORMA DE ESPUMA.

## MAGMA DE CABREIROÁ

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





# Una Historia Diferente





***viajes orzán***

***La experiencia, nuestro mejor valor desde 1978***



**40 AÑOS PONIENDO EL MUNDO A SU ALCANCE**



***viajes orzán***



# Seúl



서울



COREA DEL SUR

LA CAPITAL DE COREA DEL SUR ES UNO DE LOS GRANDES EJEMPLOS DEL LLAMADO MILAGRO ASIÁTICO. EL TRADICIONAL MODO DE VIDA DE ESTA PENÍNSULA DIO LUGAR EN LOS ÚLTIMOS AÑOS DEL PASADO SIGLO A UNA EXPLOSIÓN ECONÓMICA, DEMOGRÁFICA Y DE MODERNIDAD QUE HAN CONVERTIDO ESTA ÁREA METROPOLITANA EN UNA POTENCIA MUNDIAL Y UNA PARADA OBLIGATORIA PARA VIAJEROS, TECNOADICTOS Y AMANTES DE LA HISTORIA.



Es la capital de Corea del Sur desde la creación de esta república en 1948, pero es la capital histórica de Corea desde hace más de 600 años. Su origen se remonta al año 17 a. C. A finales del s. XIX fue la primera ciudad de Asia Oriental en tener electricidad, agua, tranvía y red telefónica y de telégrafos pero su avance se vio duramente frenado tras la ocupación en 1950 por las fuerzas norcoreanas, que la destruyeron casi por completo. El enorme esfuerzo de reconstrucción y modernización le ha devuelto su simbolismo político y económico. Hoy Seúl es una ciudad muy organizada donde las amplias avenidas y las zonas comerciales conviven con barrios tradicionales y hermosos palacios en un espléndido entorno.

## Palacios de la era Joseon

Se trata de cinco palacios de la dinastía Joseon, que dirigió el país durante más de 500 años: **Changdeokgung, Changgyeonggung, Deoksugung, Gyeonghuigung y Gyeongbokgung.** Este último es el más antiguo y grande. Fundado en 1395 fue reconstruido en numerosas ocasiones, al igual que su puerta principal, la Gwanghwamun. Destruída durante la ocupación de Corea por los japoneses, se comenzó a levantar nuevamente en 1968 aunque hasta 2010 no se completó la restauración exacta en madera y en el mismo lugar que la original. Más interesante es el palacio de Changdeokgung (s. XV), declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco que une a su belleza un encantador jardín denominado Huwon.



## Parque de la Copa Mundial

Construido cerca del estadio de la Copa Mundial de Seúl sobre un gigante vertedero, está formado por cinco pequeños parques. El Pyeonghwa es el más cercano al estadio y cuenta con estanque, jardín, parque para niños y bosque. Es un área muy popular para hacer picnic y estudios de ciencias de la naturaleza. El Nanjicheon, cerca del arroyo Nanji, dispone de escenario al aire libre e instalaciones deportivas. El parque Nanji Hangang, en la ribera del río Hangang, tiene también área de estudios, puerto y campos de fútbol, baloncesto, etc. El parque Haneul es una colina verde con 22 miradores y que ofrece un hermoso panorama de la ciudad y de los montes cercanos. Y el parque Noeul se diseñó como una pradera y acoge un campo de golf de 9 hoyos.



## Puerta Sungnyemun

También llamada Namdaemun, este Tesoro Nacional de Corea es una de las ocho puertas que existían en la ciudad cuando estaba amurallada y de las que actualmente se conservan seis. Esta es la situada en el sur y una de las imprescindibles. El césped que rodea la plataforma muestra las huellas de una antigua fortaleza. La puerta Namdaemun tiene una entrada con forma de arco en el centro de una plataforma de piedras sobre la que se elevan los pilares y el techo, que dividen el portal en dos niveles.





## Comer

En Seúl es posible probar la gastronomía de prácticamente cualquier país del mundo, especialmente la asiática. Decenas de restaurantes chinos, japoneses, vietnamitas o tailandeses pueblan sus calles, aunque la verdadera experiencia es acercarse a los puestos callejeros a probar la gastronomía local, como las melcochas coreanas o el pajeon, una especie de tortilla. Su gastronomía es muy variada e incluye multitud de carnes, pescados y vegetales. Destacan las comidas fermentadas como el kimchi (repollo coreano picante fermentado), el jeotgal (mariscos fermentados salados) y la doenjang (pasta de soja fermentada).



## De compras

Seúl es uno de los grandes destinos de compras, y así lo atestiguan las numerosas zonas destinadas a este fin. Una de ellas es Itaewon donde los soldados americanos compraban sus recuerdos tras la independencia de Corea. Con los Juegos Olímpicos de 1988 la zona creció rápidamente como barrio de compras con miles de tiendas y centros comerciales que ofrecen absolutamente de todo. Además cuenta con numerosos restaurantes, hoteles, instalaciones recreativas, empresas de comercio internacional y agencias de viaje. Lo mismo que Myeong-dong, la mayor área comercial de Seúl donde encontrar marcas propias e internacionales y decenas de puestos de comida en su zona peatonal, junto a gigantescos centros comerciales y grandes almacenes.

Más encanto tiene Insa-dong, una calle en medio de la ciudad de la que sale un laberinto de callejuelas donde el intercambio de artículos antiguos convive con restaurantes tradicionales, casas de té y más de un centenar de galerías de arte. Un buen lugar para conocer la cultura tradicional coreana y adquirir piezas de bellas artes.



## Santuario Jongmyo

Es el más antiguo y auténtico de los templos reales confucianistas que se conservan. Construido en 1394 y reconstruido de nuevo en 1601 fue el lugar de adoración de los reyes de la dinastía Joseon y todavía mantiene las ceremonias rituales ancestrales que unen música, canto y danza y que han sido declaradas Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. El propio templo es también Patrimonio de la Humanidad de la Unesco.



## Dormir

Desde alojamientos de superlujo hasta campings, Seúl ofrece todo tipo de oferta al visitante. Para estar en la parte más turística los mejores distritos son Jongno-gu o Jung-gu, aunque si se quiere gozar de una experiencia más auténtica se puede optar por casas tradicionales (hanok) o las homestays, alojarse con familias coreanas. Además muchos establecimientos cuentan con habitaciones de estilo tradicional coreano (ondol), con sistema de calefacción en el suelo.

## Edificio 63

Llamado también Golden Tower por sus paredes doradas, este rascacielos situado junto al río Hangang cuenta con multitud de servicios, como restaurantes, centro comercial, un teatro IMAX con la altura de un edificio de seis plantas o un acuario con 20.000 peces y criaturas acuáticas de todo el mundo. Aunque lo más destacado es su torre de observación, la más alta de Corea. En un día despejado se puede llegar a ver el mar de Incheon y de noche la imagen de la ciudad iluminada resulta espectacular.



¿Dónde tomarse una Estrella?

8 BEONGA (CALLE 8)

MAEYOUNG-RO 415 BEONGIL 2, YOUNGTONG-GU, SUWON-SI, GYEONGGI-DO, SEOUL, COREA





# 1966

## El camino hacia una nueva fábrica

UN CRECIMIENTO IMPARABLE DE LA DEMANDA DE CERVEZA DURANTE LA DÉCADA DE LOS 60 ENCAMINÓ LA DECISIÓN DE INCREMENTAR LA PRODUCCIÓN PARA SITUARLA EN LOS NIVELES DE DEMANDA EN ESTA DÉCADA, SIN EMBARGO CONTÁBAMOS CON UN EDIFICIO DE ESPACIO REDUCIDO EN EL QUE EMPEZABA A SER COMPLICADO AMPLIAR EL ESPACIO INDUSTRIAL Y CON UNA TECNOLOGÍA QUE YA NO ALCANZABA PARA ATENDER LA DE LOS CONSUMIDORES.

Por este motivo, se decidió incrementar la producción introduciendo tecnologías más avanzadas en la fábrica de Cuatro Caminos. Se introdujo un elemento de filtrado que reducía los tiempos del proceso y proporcionaba una mayor calidad al producto; una planta embotelladora con una capacidad de 12.000 botellas por hora, que atendía a ese incremento de la producción; una nueva caldera de vapor que proporcionaba más seguridad que las anteriores; y, por último, esta transformación tecnológica se completó con la llegada de diez cubas de fermentación que evitaban el contacto del producto con el exterior.

Sin embargo, la altura de 1966 y tras un potente proceso de remodelación, la vieja factoría de Cuatro Caminos llegó a su límite. Había explorado todas sus posibilidades, con las consecutivas ampliaciones y mejoras de la planta, lo que hizo que el espacio industrial quedase completamente saturado, por lo que era difícil en este punto visualizar las posibilidades de esta fábrica en relación con las necesidades de producción. Es en este punto José María Rivera Riguera, director gerente de la sociedad Hijos de Rivera Limitada piensa en la construcción de una nueva fábrica, en sus palabras: "[...] creemos llegado el momento de ir pensando en unos terrenos lo suficientemente amplios para construir una nueva fábrica".

## También en 1966...



Fraga, entonces Ministro de Turismo, se baña en Palomares (Almería) para descartar peligro de radiactividad tras la caída de un B-52 estadounidense con 4 bombas termonucleares.



Tras la repentina muerte del primer ministro indio Lal Bahadur Shastri, Indira Gandhi asume el cargo que tuviera su padre, Jawaharlal Nehru, tras la independencia del país en 1947.



Este año se publican los títulos *A sangre fría*, de Truman Capote, y *Cinco horas con Mario*, de Miguel Delibes.



Muere en Los Ángeles Buster Keaton, protagonista de numerosas películas cómicas, entre ellas *El maquinista de la general*.



El 16 de mayo Bob Dylan lanza al mercado estadounidense el primer álbum doble de la historia de la música.



Raphael queda séptimo en Eurovisión con *Yo soy aquel* y *The Beatles* dan su último concierto en San Francisco tras alcanzar la cima de las listas de éxitos con *Revolver*.



En septiembre se emite en Estados Unidos "La trampa humana", el primer episodio de la serie de ciencia ficción *Star Trek*.



Fallece en París el poeta francés André Bretón, máximo representante de surrealismo europeo.



Comienza a funcionar el segundo canal de TVE (TVE 2) que emite contenidos culturales, deportivos y de servicio público de baja audiencia.



El 15 de diciembre muere Walt Disney, considerado inventor de los dibujos animados, a los que convirtió en industria y a la vez, en un nuevo género cinematográfico.





Foro de  
Marcas Renombradas  
Españolas

[www.marcasrenombradas.com](http://www.marcasrenombradas.com)

A CAMPEÓN DEL MUNDO

POLE GP Nº1



Una  
*Historia*  
Diferente

#unahistoriadetalento