

mun^{do}HR





¿Te gusta conducir?



NUEVO BMW X5

TU REFERENTE, ERES TÚ

Nadie por delante. Nadie a quién seguir. ¿Te has preguntado últimamente por qué no tienes referentes? Conduce el nuevo BMW X5, con un diseño aún más imponente, todas las ventajas del paquete xOffroad, con el que podrás conducir sobre cualquier tipo de superficie, y BMW Digital Key, que te permitirá abrir la puerta con tu móvil. Porque tu referente, eres tú.

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

Consumo promedio: desde 6,2 hasta 9,1 l/100 km. Emisiones de CO₂: desde 162 hasta 207 g/km.



Agnacio Rivera

CEO HIJOS DE RIVERA SAU

El pasado 19.06 inauguramos MEGA: "Mundo Estrella Galicia", elegimos una fecha importante y que nos marca, para un hito con mayúsculas en la historia de nuestra Compañía; la apertura del primer Museo de la Cerveza en España, en el que celebramos la continuidad de un legado que sigue vivo, que ha tenido y tiene protagonistas, que son los pilares fundamentales sobre los que se asienta, firmemente, nuestro proyecto Empresarial.

Uno de ellos es la familia Rivera, a la que pertenezco, que ha sabido siempre, a lo largo de generaciones, anteponer el interés general en los momentos clave. Que a base de Confianza y Perseverancia ha pasado a formar parte de este museo como una de las materias primas esenciales, que nos configuran y dan carácter.

El segundo pilar, que a nosotros nos gusta también identificar como familia, en este caso, "la gran familia", lo configuran Trabajadores y Colaboradores, siempre buenas personas (y en algunos casos también sagas familiares), que a lo largo de estos 113 años, han logrado que el sueño de un Emprendedor se haya consolidado como una exitosa realidad.

El tercer pilar es nuestro AMOR A LA CERVEZA, lo que nos crea la necesidad de COMPARTIR lo que hacemos en el primer museo de la Cerveza de España, con fábrica única, recetas únicas, haciendo cerveza a fuego lento, como los grandes artesanos que somos, (Big Craft) y eso es lo que queremos y podemos mostrar.

Me queda hablar de un Pilar fundamental, al que con este museo queremos rendir tributo, que es GALICIA, ingrediente fundamental en todo lo que hacemos y las decisiones que tomamos. Lo que supone un compromiso que asumimos con gran responsabilidad y orgullo.

Este museo es por tanto un agradecimiento y tributo a Galicia. Porque, como en otras ocasiones hemos argumentado, ¡Galicia podría ser lo mismo sin Estrella, pero Estrella sin Galicia no sería Nada!

Celebremos esta apertura, mérito de todos. Seguiremos siendo fieles a una manera diferente de hacer las cosas y a un carácter especial.

Si Estrella Galicia fuese una Religión, esta sería nuestro templo, la Catedral de la peregrinación a la buena cerveza.

Muchas gracias y enhorabuena a todos los que lo habéis hecho posible.

25

»
LA TITA RIVERA
ABRE SUS PUERTAS
EN VIGO



»
DAMOS LA
BIENVENIDA
A MEGA



»
ALAN STOKES, MAESTRO
CERVECERO O'HARA'S



34

GREAT PLACE TO WORK »



28



» MERCADO DE LA COSECHA

ACTIVIDAD DE DEPORTE
SOLIDARIO CON AMFIV



PRESENTACIÓN DEL
NUEVO VERMUT RIVERA

REFORZAMOS NUESTRO
ACUERDO CON MCLAREN



- 6 // Actualidad
- 8 // Noticias
- 25 // A Fondo
- 26 // HR por dentro
- 28 // Factor H
- 32 // Cultura de cerveza
- 34 // En primera persona
- 36 // Universo digital
- 42 // Acción responsable
- 51 // Música
- 56 // Deportes
- 62 // Mercados
- 67 // Personaje estrella
- 68 // Sabías que...?
- 70 // Comer y beber
- 71 // Viajes
- 74 // Guiño al pasado

mun^{do}HR

JULIO 2019

TEXTO: Corporación Hijos de Rivera

DIRECCIÓN Y REDACCIÓN: Comunicación Corporativa

DISEÑO Y MAQUETACIÓN: Bolanda, ediciones y marketing

COLABORACIONES: Ignacio Rivera, Jorge Montero, Luis Alvar, Rubén Pérez, Luis Romero, Goretti Castro, Fernando Iglesias, José Luis Olmedo, Juan José Delgado, Carlos López, Gerard Gracia, Ana Salazar, José Villanueva, Diego Bello y Alan Stokes.

Esta publicación ha sido impresa en papel Oikos, un producto biodegradable que cumple la directiva FSC-DIR-40-004 EN1. Está fabricado con un 50% de papel reciclado y un 50% de fibra pura respetuosa con el medioambiente.





DAMOS LA BIENVENIDA A MEGA

El 19.06 celebramos la inauguración oficial de MEGA, nuestro Mundo Estrella Galicia, un espacio expositivo, experiencial y divulgativo que está integrado dentro de nuestra fábrica de cerveza. El acto de inauguración estuvo presidido por Alberto Núñez Feijóo, presidente de la Xunta de Galicia, acompañado de autoridades como Inés Rey, alcaldesa de A Coruña, Valentín González Formoso, presidente de la Diputación de A Coruña, Javier Losada, delegado del Gobierno en Galicia, o Román Rodríguez, Conselleiro de Cultura e Turismo





El acto comenzó con el descubrimiento de una placa conmemorativa junto al busto de José María Rivera Corral, fundador de la compañía en 1906, y, tras un recorrido de la comitiva institucional por las instalaciones, se dio paso a los discursos.

Nuestro CEO Ignacio Rivera quiso subrayar en su intervención el papel que ha jugado la familia Rivera como protagonista de la historia de la compañía, así como el compromiso de los trabajadores con el proyecto empresarial. Destacó que MEGA surge de "nuestro amor a la cerveza y de nuestra necesidad de compartir lo que hacemos como representantes de una cultura cervecera centenaria" e invitó a todos los amantes de la cerveza a visitar lo que él definió metafóricamente como la "catedral" y convertir a este espacio en un punto de peregrinación para todos ellos.

El presidente de la Xunta, Alberto Núñez Feijóo, reconoció la ejemplaridad de la compañía como modelo en el que inspirarse y referente para todos los gallegos. Quiso agradecer

a la compañía su "apuesta por seguir en Galicia, por mantener el centro de producción aquí ahora y en el futuro" gracias a decisiones que no han sido fáciles pero que convierten a la compañía en un ejemplo. A su vez, Feijóo definió a MEGA como el "templo de la cerveza".

MEGA, UN ESPACIO DISEÑADO PARA VER, TOCAR Y PROBAR

MEGA es un espacio expositivo con un carácter experiencial y divulgativo que no solo aborda contenidos relativos a nuestra compañía y su historia, sino que acerca a los visitantes al mundo cervecero y le permite ver in situ alguno de los puntos del proceso de producción. Porque esta es una de las principales características que hacen a MEGA único: su emplazamiento en la propia fábrica de Estrella Galicia y su convivencia con la actividad diaria, algo que le permite mostrar fases reales del proceso de elaboración y envasado de la cerveza.



MEGA SALE A LA CALLE

Con el objetivo dar a conocer el lanzamiento de MEGA, desarrollamos una serie de actividades conmemorativas en las calles de nuestra ciudad. Seis megacarritos recorrieron A Coruña para trasladar algunas pistas de lo que se podrá encontrar en MEGA y el día de la inauguración, a las 19.06 horas, tuvo lugar un concierto abierto al público de Clarence Bekker Band, Gigi Mcfarlane y Desiree Diouf.

 C/ José M^a Rivera Corral
Nº 6, 15008, A Coruña

 @mundoestrellagalicia

 Mundo Estrella Galicia

ENTRA EN LA WEB:

www.mundoestrellagalicia.es

FÁBRICA DE CERVEZAS

Nuestra línea de cervezas de temporada lanzó en los últimos meses tres nuevas recetas que, como el resto de lanzamientos, tienen como factor común ingredientes naturales 100% gallegos y que ponen de manifiesto la personalidad de nuestra compañía como familia de grandes cerveceros desde 1906

CON CASTAÑAS

Tras el éxito de anteriores ediciones, volvimos a sorprender a nuestros consumidores durante el mes de noviembre con una propuesta cervecera basada en un producto típico de temporada, en esta caso la castaña en plena época de magostos

Se envasaron 8.000 litros de esta cerveza que ha estado disponible en establecimientos seleccionados así como en la web de la marca desde el 28 de noviembre. Una edición que mantenía el espíritu artesanal de cada una de las ediciones anteriores.



GALICIAN IRISH RED

En el mes de marzo, presentamos la quinta edición del proyecto Fábrica de Cervezas Estrella Galicia, en este caso una Galician Irish Red, la primera cerveza elaborada mano a mano por nuestros maestros cerveceros en colaboración con los de la irlandesa O'Hara's

Tras una larga tradición elaborando cervezas tipo lager, se trata de la primera cerveza de alta fermentación elaborada por nuestra Compañía.

El 13 de marzo a las 12:00 horas se abrió la venta online de esta edición limitada de solo 10.000 litros que se agotó a las pocas horas en la web. También ha estado disponible en puntos de venta seleccionados de Alimentación y Hostelería.



CON MIEL

La miel de las abejas gallegas fue la protagonista de la sexta edición de Fábrica de Cervezas Estrella Galicia. Esta cerveza, inspirada en el clásico Braggot celta que integraba miel en la cerveza, pudo adquirirse online y en los puntos de venta seleccionados

Esta cerveza, que mantiene el espíritu artesanal tan característico del sello, se ha elaborado con malta Pale Ale, malta Viena, lúpulo Magnum, levadura de alta fermentación y Miel Milflores de la IGP Mel de Galicia.





Luis Alvar

Maestro Cerveceros
Hijos de Rivera SAU

Nuevas formas de experimentar

Dentro de la idea iniciada, ya hace dos años, con la línea "Fábrica de Cervezas" donde esperábamos dar a nuestros clientes conceptos muy novedosos para saciar su curiosidad cervecera, se abre una nueva línea en la que trataremos de seguir probando nuevas cervezas y estilos pero aprendiendo de personas con experiencia en el mundo cervecero. El primer resultado de esta nueva línea de "colaboraciones" se pudo probar a lo largo del mes de marzo, cuando salió a la luz la cerveza fruto de la colaboración con Alan Stokes, cervecero perteneciente a la empresa O' Haras.

Desarrollamos esta cerveza para celebrar el tiempo de colaboración entre ambas empresas, dando como resultado el lanzamiento de nuestra primera cerveza Ale o de fermentación alta, pudiéndola ubicar dentro de la categoría "Red Irish Ale". El trabajo desarrollado nos ha ayudado a tender nuevos puentes entre Irlanda y España, y esperamos que sea sólo el inicio de muchos más trabajos colaborativos.

El inicio de esta nueva línea no significa que olvidemos las locuras que hemos venido haciendo en Fábrica de Cervezas hasta la fecha, al contrario, seguimos buscando nuevas recetas con las que podamos sorprender este año, aparte de repetir alguno de los éxitos de los años anteriores. El equipo de cerveceros estamos trabajando de cara a poder mostraros 3-4 cervezas nuevas antes de que acabe el año, y seguimos explorando para poder continuar el próximo año en esta misma línea.

El juego continúa. Brindemos con los amigos...

EDICIONES ESPECIALES ESTRELLA GALICIA

Esta temporada, nos unimos a la celebración de fiestas y tradiciones regionales y locales para acompañar a nuestros consumidores en estos momentos tan especiales, vistiendo nuestra cerveza más emblemática para cada una de estas ocasiones



Por octavo año consecutivo lanzamos nuestra edición especial Fallas, un homenaje que rendimos cada año a esta fiesta de Interés Turístico Internacional y que representa una cita emblemática en el calendario festivo de nuestro país. Además, vestimos nuestras botellas con motivos alusivos al Carnaval, como forma de celebrar con nuestros consumidores esta fiesta que llena de música y color las calles de ciudades y pueblos de medio mundo. Para ello, lanzamos al mercado cerca de 11 millones de botellas que estuvieron disponibles hasta finalizar existencias.

En el mes de marzo, lanzamos al mercado dos nuevas ediciones especiales de Estrella Galicia. Por un lado la edición de Ferias, que lanzamos por octavo año consecutivo y de la que se envasaron 612.000 botellas. Una edición con la que nos sumamos a la celebración de las tradicionales ferias andaluzas y que representa todo el arte del Sur. De la edición especial de Estrella Galicia por San Isidro se envasaron 360.000 botellas para compartir esta fiesta tan especial con todos nuestros consumidores madrileños, mientras que de Estrella Galicia Islas Baleares lanzamos al mercado más de 1 millón de botellas.

LOS MINIONS JUEGAN CON LOS CONSUMIDORES

Los revoltosos personajes cinematográficos protagonizaron la imagen de los envases de Cabreiroá y propusieron diferentes retos a través de ocho diseños diferentes



Los Minions están presentes en las botellas de 33 cl con tapón sport de los packs de 6 unidades tiñendo de amarillo las etiquetas y reclamando la atención de los consumidores a través de sus mensajes.

Este lanzamiento se enmarca dentro del acuerdo de nuestra compañía con Universal Consumer Products por el que se incorporarán varias licencias a nuestras marcas de agua mineral.



AGUA DE CUEVAS EDICIÓN ESPECIAL DRAGONES

Nuestra marca de agua mineral asturiana incorporó en sus etiquetas a los personajes de "Cómo entrenar a tu dragón 3", una de las sagas más taquilleras del cine de animación



Agua de Cuevas incorporó a sus envases la imagen de los personajes de "Cómo entrenar a tu dragón 3", una de las sagas más taquilleras de la historia del cine de animación. De este modo, las aventuras de Hipo y su dragón ocuparon las etiquetas de las botellas de 33 cl de nuestra marca asturiana de agua mineral con 5 diseños diferentes y coleccionables.

LOS TROLLS TAMBIÉN LLEGAN A LAS BOTELLAS CABREIROÁ

La incorporación de esta licencia infantil a los envases de Cabreiroá se suma a la de los Minions y completa la gama destinada al público infantil

Los Trolls irrumpieron, con sus coloridos pelos y sus sonrisas, en las botellas de Cabreiroá de 33 cl. Estos personajes de animación se incorporan a los diseños de los envases de nuestra marca de agua mineral acompañados de unas llamativas etiquetas con brillos. Los consumidores pueden encontrar cinco modelos coleccionables, de diferentes colores, protagonizados por Poppy, Brunch, Guy Diamante, Cooper y DJ Suki.



FÁBRICA DE CERVEZAS
Estrella Galicia 

DE LA COLMENA A LA BOTELLA



Hemos tenido el privilegio de trabajar con nuestras increíbles abejas gallegas, que nos traen directamente de la colmena, la mejor Miel de Galicia. Podríamos haber cocinado con ella unos maravillosos pasteles, hacer una crema hidratante, o un champú natural. Pero...NOSOTROS HACEMOS CERVEZA.

TENEMOS LO QUE HAY QUE TENER.

CABREIROÁ: NUEVO FORMATO MÁS SOSTENIBLE

El packaging se convierte cada vez más en un elemento clave para ser más respetuosos con el medio ambiente y tratar de concienciar a los consumidores de agua mineral



Por eso, hemos lanzado una nueva botella de Cabreiroá en formato 1l. con un 50% de PET reciclado. Con un diseño específico y diferenciador, esta botella no solo es más sostenible, sino que a través de la incorporación de mensajes honestos y transparentes trata de inspirar al consumidor hacia un consumo más responsable.

Este lanzamiento forma parte del plan de incorporación progresiva de PET reciclado en todos nuestros envases de agua, que ha comenzado con un 25% en las botellas de Fontarel, Agua de Cuevas y Cabreiroá.

PONTE DA BOGA GODELLO

“O” es el nuevo Godello de nuestra bodega que completa su actual gama, en esta ocasión bajo la Denominación de Origen de Valdeorras. Este nuevo lanzamiento viene acompañado por un rediseño de “G”, el Godello D.O. Ribeira Sacra de Ponte da Boga que cambia ahora a una botella Borgoña con una etiqueta impresa con tintas termosensibles



Ponte da Boga lanza su segundo blanco Godello, en esta ocasión bajo la Denominación de Origen de Valdeorras, con el que nuestra bodega pisa fuerte ante la creciente demanda de esta variedad de uva en el mercado. Tras el éxito de “G”, nuestro primer Godello de D.O. Ribeira Sacra que cuenta con todos los rasgos propios que le aportan sus viñedos de origen, los enólogos de la bodega dan un paso más ahora con la elaboración de “O”, este nuevo blanco de la misma variedad reina, pero con diferente D.O.

Mientras los sabores dominantes de ambos vinos recuerdan a la pera limonera, la manzana verde y a mineral, sus características aromáticas afrutadas son algo distintas, destacando en este nuevo Godello los toques a melocotón, piña y dulces notas de melón y albaricoque. Estos nuevos matices de sabor se deben en gran parte al clima y las características de suelo de la zona en la que nacen las vides.



EL VERMUT ES UNA BEBIDA ELEGANTE Y DE LARGA TRADICIÓN QUE HA RECONQUISTADO LA HORA DEL APERITIVO Y QUE ES UN COMPLEMENTO PERFECTO PARA LA COCTELERÍA. SU FÓRMULA BÁSICA SE REMONTA A LA ANTIGÜEDAD HELÉNICA PERO SU ORIGEN COMERCIAL SE SITUÁ EN ITALIA, ANTES DE EXTENDERSE POR EL RESTO DEL MUNDO



PRESENTAMOS EL NUEVO VERMUT RIVERA

La integración de la variedad de lúpulo Cascade en el Vermut Rivera es la marca diferencial de este producto que se presentó en el mes de mayo en una sesión vermut celebrada en La Tita Rivera, el renovado local de la compañía en el centro de Vigo

La Tita Rivera, el renovado local que acaba de reinaugurar la compañía en pleno centro de Vigo, fue el escenario de la puesta de largo del Vermut Rivera, el nuevo producto que se incorpora a nuestra oferta de bebidas.

La variedad de lúpulo Cascade, del que la compañía impulsó su cultivo por primera vez en nuestro país, es la marca diferencial de este producto que ha sido concebido por el laboratorio de innovación de Custom Drinks en Chantada.

José María Rivera, Consejero de Corporación Hijos de Rivera, repasaba en su intervención el proceso que ha llevado hasta la presentación de un vermut marca de la casa, una nueva categoría que la compañía no había explorado hasta ahora. Ha querido destacar la implicación de toda la organización en las diferentes fases del proceso y su empeño

en presentar una bebida referente de calidad y de innovación.

El resultado es un vermut con un sabor y aroma complejo en botánicos (Artemisa, Ajenjos, Lirio de Florencia y Hierba de San Juan entre otras) y un toque que lo hace diferente por su fondo elegantemente amargo, marcado por el empleo de lúpulo de la variedad Cascade, cultivado por la compañía en Galicia.

El producto se presenta en botella de 75 cl con una imagen clásica y retro que además busca reforzar valores de sostenibilidad, fomentando su reutilización gracias a la chapa de apertura mediante tapón mecánico, que permite volver a usar el envase una vez consumido el producto. Además, se presenta en formato de grifo para su servicio en barra en hostelería.





PONTE DA BOGA 'VINOS DE AUTOR'

Nuestra bodega Ponte da Boga ha lanzado en estos primeros meses del año la segunda edición de "Vinos de autor", una mirada hacia nuestro proyecto de mecenazgo cultural Riverside con el que la bodega acompaña en esta ocasión al artista y compositor gallego Xosé Manuel Budiño a través de su vino rosado Fulgor

La sala Riquela de Santiago de Compostela fue el escenario de la presentación de este proyecto conjunto entre el artista y Ponte da Boga, que contó con la participación del actor Carlos Blanco como maestro de ceremonias.

Tras el buen camino iniciado el año pasado creando una edición junto a la cantante Vega asociada a su exitoso trabajo 'La Reina Pez', Vinos de Autor se unió ahora a Budiño en su última creación, 'Fulgor'. Tras 20 años de una reconocida carrera dedicada a la interpretación con gaita y flauta de sus propias composiciones, el artista ha decidido reinventarse creando su primer disco cantado. Un álbum perfecto para maridar con los valores de este rosado

de Ponte da Boga, que se atreve también a franquear las barreras de las expectativas respecto a lo habitual o lo esperado en los vinos de nuestra tierra.

Todas las ediciones de las obras que acompañan a estos vinos contienen una declaración de compromiso y protección del entorno creativo como parte de la esencia y propuesta de la Bodega Ponte da Boga, cuyos 121 años de viticultura heroica se enmarcan en una imponente naturaleza a preservar en las laderas de los ríos Miño y Sil. Así se manifiesta a través de una edición del disco realizada con técnicas y materiales gráficos sostenibles, empleando papel piedra con certificación "cradle to cradle".

SOBRE EL VINO ROSADO FULGOR

Fulgor es un rosado en estado puro, fresco, fragante y divertido que conserva la elegancia y complejidad típica de los vinos de Ponte da Boga. Se trata de un vino de la Ribeira Sacra que presenta un color rosa pálido casi ocre. Se muestra en nariz intenso, propio de la zona en la que se encuentra, con notas a golosinas, fresas, rosa y moras. Armoniza perfectamente con pescados y carnes blancas, pero también con todo tipo de setas a la brasa o a la plancha, donde las notas terrosas se superponen a los frutos rojos a la perfección.



Rubén Pérez

Director Técnico
Adega Ponte da Boga

Rosados, lo más *trendy* en el mundo del vino

Excesivo formalismo, falta de diversión, alejamiento del público juvenil... y dificultades para conectar con nuevas formas de consumo. Era necesario innovar para encontrar una respuesta a estos dilemas, así que nada mejor que echar una mirada atrás para ver qué trucos podíamos encontrar en la mochila de una historia milenaria.

La solución surge de un pasado imperfecto (aquellos claretes...) afrontando con un nuevo enfoque, vinos magníficos y ambiciosos en su concepción, pero fáciles de entender y disfrutar, con una presentación cuidada y alegre, capaces de atraer masivamente a un público femenino y joven, adecuados para un aperitivo o una larga noche de fiesta. Su personalidad camaleónica los ha llevado a un crecimiento exponencial, especialmente en el mercado anglosajón, donde ya suponen en torno al 20% del consumo total, con un crecimiento constante, fuertemente empujado por los millennials.

En Ribeira Sacra, recién autorizados en su reglamento, se presentan como una tendencia emergente, apoyados en la magnífica aptitud de la Mencía, que permite un amplio abanico de estilos, desde el Rosa Eléctrico Navarro hasta el Piel de Cebolla Provenzal, siempre fragantes y elegantes. Se posicionarán en el segmento superior del mercado, con producciones limitadas y el anárquico estilo característico de Ribeira Sacra, otra reinterpretación brillante, en este caso del minifundismo endémico de nuestro territorio.

La recuperación del mercado gallego de rosado, parece pues, quedar en manos de Ribeira Sacra. Pasiño a pasiño se inicia el camino.



CON **BOTÁNICOS, FLORES Y LÚPULO**



**ELABORADO CON LÚPULO CASCADE
CULTIVADO EN GALICIA,
PÉTALOS DE ROSA, HIERBA DE SAN JUAN,
ARTEMISA, AJENJOS,
LIRIO DE FLORENCIA Y OTROS.**

FERIAS PROFESIONALES

SALÓN GOURMETS 2019

Del 8 al 11 de abril, IFEMA en Madrid fue de nuevo el epicentro de la gastronomía internacional con la celebración del Salón Gourmets, Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad, que en su 33ª edición contó nuevamente con la presencia destacada de Estrella Galicia y Cabreiroá, como cerveza y agua oficiales del evento, y con la presencia de nuestra iniciativa de compromiso social el Mercado de la Cosecha, que presentó nuevas propuestas en este evento.

Hijos de Rivera estuvo presente un año más en el Salón con un gran stand y una completa agenda de actividades, entre las que destacaron catas, actividades de maridaje y competiciones como el Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia o el Certamen de Miología Maeloc.

Como novedad, en el marco de este evento celebramos la primera edición del Certamen de Cocina Atlántica Estrella Galicia, un concurso cuyo objetivo es enaltecer la cocina gallega y promocionar los productos autóctonos a través de recetas que armonicen o contengan alguna de nuestras cervezas.



XANTAR EN OURENSE



Catas de vino, charlas de cultura de cerveza o degustaciones de sidras son solo algunas de las actividades que realizamos a lo largo de las cinco jornadas de Xantar, el Salón Internacional de Turismo Gastronómico de Ourense que se celebró del 6 al 10 de febrero.

Desplegamos un espacio en Expourense al que los visitantes pudieron acercarse para conocer de primera mano todos nuestros productos a través de catas, charlas y degustaciones de sidras Maeloc, vinos Ponte da Boga, cervezas de Hijos de Rivera con especial foco en 1906 nuestra familia de cervezas más premiada y del proyecto Fábrica de Cervezas. El programa de actividades se completó con catas de cervezas de importación de referencia como La Chouffe y O'Hara's y con presentaciones y catas de vinos de distribución como Agro de Bazán.

FÓRUM GASTRONÓMICO DE A CORUÑA



Participamos en la vigésima edición del Fórum Gastronómico, que se celebró en A Coruña del 10 al 12 de marzo, con una ambiciosa propuesta que recorrió desde proyectos vinculados a la agricultura sostenible con el Mercado de la Cosecha, hasta elaboradas iniciativas de maridaje y mixología. Iniciativas que completan un viaje "de la tierra a la mesa" destinado a ofrecer experiencias diferentes a los visitantes.

Estrella Galicia repitió como patrocinador principal de este encuentro que convirtió la ciudad de A Coruña durante varios días en el punto de atención del sector a nivel nacional, con eventos como el Campeonato Gallego de Tiraje de Cerveza que alcanzó su séptima edición o el Certamen de Mixología Maeloc.

La gran novedad de este año fue el Craft Beer Forum en el que la familia de cervezas 1906 tuvo una presencia especial. El Aula Craft Beer fue el escenario en el que se realizaron actividades divulgativas sobre cultura de cerveza a través de diversos talleres tanto de tipologías de cerveza, como de servicio o de maridaje.



ACUERDO CON COCIÑA OURENSE

Presentamos en el Fórum Gastronómico nuestro acuerdo de colaboración con la asociación Cociña Ourense que materializa nuestro apoyo a la promoción de la cultura gastronómica de la provincia de Ourense. Se trata de un proyecto que reúne a 13 reputados cocineros ourensanos y que nace con el fin de promover la cultura gastronómica de la provincia de Ourense y consolidarla como destino de turismo gastronómico.

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

BEER MASTER SESSIONS CAMPEONATO NACIONAL DE TIRAJE DE CERVEZA ESTRELLA GALICIA

El día 9 de abril, en el marco del 33 Salón Gourmets se celebró la Final del VI Campeonato Nacional Estrella Galicia de Tiraje de Cerveza, en el que 15 hosteleros de toda España compitieron por alzarse con el título de Mejor Tirador de Cerveza de España

El nuevo Mejor Tirador de Cerveza de España del VI Campeonato Estrella Galicia, que cuenta con tan solo 20 años, afirma ser un apasionado de la cerveza y de la solemnidad que hay detrás de un buen servicio de cerveza. Según él, para tirar una buena cerveza “la técnica es muy importante, pero también lo es ofrecerle al cliente una sonrisa”. Pampín llegó al Campeonato como ganador el año pasado del Beer Master Next Generation, una jornada sobre cultura de cerveza que pone a prueba a los futuros profesionales del sector. Este año, la subcampeona fue Laura Martínez de la Bodeguilla de Santa Marta, también en Santiago de Compostela.



Certamen de Tiraje Madrid

También en el marco del Salón Gourmets, un día antes del certamen de tiraje a nivel nacional, celebramos la fase regional de la Comunidad de Madrid en la que participaron un total de 25 aspirantes, que tuvieron que demostrar su habilidad en el servicio y sus conocimientos sobre el mundo cervecero. Luis Manuel Martínez Rodríguez de La Tapería de Rosa (Aravaca-Madrid) se alzó con el título de Mejor Tirador de Cerveza de Madrid. El subcampeón fue Alejandro Gayoso de Frutos de Taberna Degusta (Fuenlabrada - Madrid).



Certamen de Tiraje Galicia

El día 11 de marzo celebramos el Campeonato Gallego de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia en nuestro stand del Fórum Gastronómico de A Coruña, donde un total de 10 aspirantes llegados de diversos puntos de la comunidad y que se habían clasificado previamente en los certámenes Galicia Norte y Sur se enfrentaron a lo largo de diferentes rondas para alzarse con el título de mejor tirador de cerveza de Galicia.



PARTICIPARON LOS FINALISTAS DE LAS FASES REGIONALES CELEBRADAS EN ANDALUCÍA, COMUNIDAD VALENCIANA, GALICIA, EXTREMADURA Y MADRID, ENTRE LOS QUE SE ALZÓ CON EL TÍTULO DE MEJOR TIRADOR DE CERVEZA DE ESPAÑA MIGUEL PAMPÍN, DEL RESTAURANTE O FERRO EN SANTIAGO DE COMPOSTELA

EL NUEVO MEJOR TIRADOR DE CERVEZA DE ESPAÑA DEL VI CAMPEONATO ESTRELLA GALICIA, QUE CUENTA CON TAN SOLO 20 AÑOS, AFIRMA SER UN APASIONADO DE LA CERVEZA Y DE LA SOLEMNIDAD QUE HAY DETRÁS DE UN BUEN SERVICIO



Certamen de Tiraje Valencia

El espacio Nolich de Valencia acogió el Certamen de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia de la Comunidad Valenciana, en el que 20 aspirantes se enfrentaron a lo largo de diferentes rondas para alzarse con el título de Mejor Tirador de cerveza de la comunidad.

Manual Barragán de GBM Coffee&Cocktail Club en Elda, se alzó con el título de Mejor Tirador de Cerveza destacando la importancia de este concurso que ayuda a seguir fomentando la cultura de la cerveza. “Ser el ganador de este campeonato me hace mucha ilusión porque significa un reconocimiento al trabajo diario y constante que hacemos los hosteleros, ayudando siempre a profesionalizar nuestra profesión”, aseguró. En segunda posición de este certamen se clasificó Francisco Javier Estornell de Bonestar’s Bistro en Sueca (Valencia).



CAMPEONATO DE MIXOLOGÍA MAELOC

Maeloc celebró el miércoles 10 de abril en el Salón Gourmets de Madrid el Certamen nacional de Mixología que busca premiar la imaginación y la habilidad de los hosteleros a la hora de elaborar diferentes cócteles con sidra.

Pablo Gago de Zicatela en A Coruña se impuso en esta competición frente a los demás aspirantes representando a locales de hostelería de diferentes puntos de España. Todos ellos afrontaron diferentes pruebas en las que se les pidió que presentasen propuestas sorprendentes que contasen con alguna de las sidras Maeloc como ingrediente, además de responder a preguntas sobre el mundo de la sidra y de afrontar retos imprevistos como el de incorporar alguno de los productos del Mercado de la Cosecha a su cóctel.

Pablo Gago conquistó al jurado con su “Maeloc Route du Nord” un cóctel en el que integró a la perfección la sidra sin alcohol Maeloc al lado de otros ingredientes como el aperitivo francés, calvados o clara de huevo, todo ello acompañado de una decoración impecable a base de paniculata. Gago definía su cóctel como “espumoso, fresco y fácil de tomar”. Como subcampeón se clasificó Alberto Gómez Puente de El Olivo en A Coruña.

Certamen en el Fórum Gastronómico

Diego Abal Sanmartín de O Ratiño Pequeño de Bueu (Pontevedra) se impuso en la competición que se celebró en el Fórum Gastronómico de A Coruña el 12 de marzo, frente a los 10 aspirantes que representaban a los locales de hostelería de diferentes puntos de Galicia. Diego Abal conquistó al jurado en la prueba final con su “Pasión Maeloc” un cóctel en el que integró a la perfección la sidra de fresa Maeloc al lado de vodka y orujo gallego. Como subcampeón se clasificó Pablo Gago de Zicatela en A Coruña.





Luis Romero

Product Manager 1906 & Craft
Hijos de Rivera SAU

Historias para una Inmensa Minoría

Competimos en un mercado, el cervecero, muy maduro, intensivo en inversión y lleno de marcas tanto nuevas como centenarias que nos obligan todos los días a sacar lo mejor de nosotros mismos.

Este efecto se multiplica en la categoría de las cervezas extra, donde nuestra estrategia ha de ser más que nunca la de diferenciarnos, la de elegir una estrategia propia no solo al decidir qué comunicamos, sino cómo queremos hacerlo.

Con este espíritu nació "1906 Historias", una serie de contenidos basados en el movimiento artístico Site Specific. Un proyecto por el que van pasando diferentes artistas muy relevantes que nos dejan pedacitos de "su arte" y que estará siempre muy relacionado con el lugar donde ocurre.

En esta ocasión, hemos contado con dos artistas de lujo, como son Joaquín Sabina y Benjamín Prado. Los hemos llevado a seis cervecerías de 1906 ubicadas en 6 barrios diferentes de Madrid, nosotros pusimos la cerveza y ellos nos dejaron 6 conversaciones llenas de ingenio y anécdotas. En la primera fase de este proyecto, para poder escuchar los podcasts de estas conversaciones la gente tenía que ir físicamente a los locales donde habían sido grabadas, de forma que mientras disfrutaban de una 1906 y consumían el contenido, podían imaginarse justo en ese mismo lugar a los artistas charlando y debatiendo.

Un mes después del lanzamiento, todo el mundo podía ya disfrutar de estas conversaciones descargándolas a través de nuestra web cervezas1906.com, o través de portales de descarga de audio como Ivoox (que llegó a más de 12 mil escuchas) o Podium Podcast (con más de 11 mil).

Cabe destacar que en una de esas geniales conversaciones entre los artistas, fue el propio Sabina quien tuvo la idea de proponernos el que ya es el nuevo territorio de 1906, "Cervezas para una Inmensa Minoría", basándose en una cita de Juan Ramón Jiménez, que ha sido solo el principio porque "1906 Historias" volverá pronto con más artistas y más contenidos, recorriendo diferentes ciudades de la geografía española.

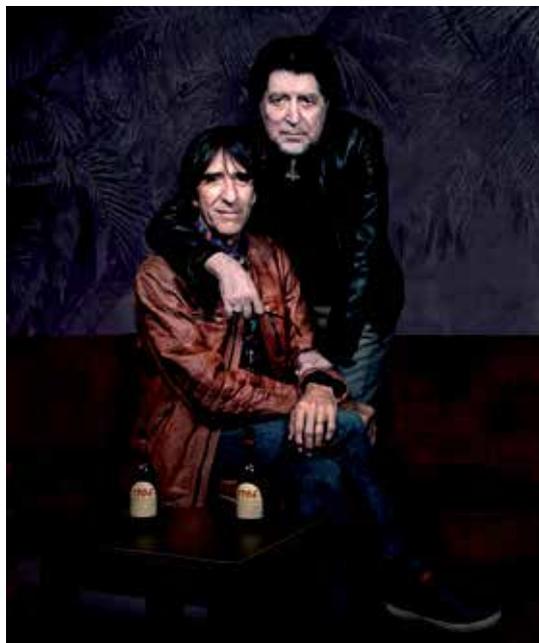
MEDALLA DE ORO CAMPAÑA 1906 HISTORIAS CON SABINA

Recibimos un importante respaldo a la apuesta por innovar en el marco del sector publicitario con nuestra campaña "1906 Historias detrás de una cerveza" que ha sido premiada con una medalla de oro por su "estrategia de influencia"



El premio ha tenido lugar en el festival publicitario "Inspirational" organizado por IAB Spain (Interactive Advertising Bureau), la asociación que representa al sector de la publicidad en España y en la que se incluyen agencias de medios, agencias creativas, anunciantes y soportes.

El objetivo de los premios es reconocer la calidad y excelencia, destacando los proyectos que supongan inspiración y nuevos caminos para la industria. Por ello, ha valorado especialmente esta campaña que ha conseguido que por primera vez en toda su trayectoria un artista emblemático como Joaquín Sabina se implique con una marca como 1906, al lado en este caso de un amigo y gran conversador como es el caso de Benjamín Prado. Además, 1906 ha apostado por una estrategia de marketing "site específico", toda una novedad en nuestro país que enfoca el impacto de la campaña a la presencia del consumidor en lugares concretos.



1906 HISTORIAS
DETRÁS DE UNA CERVEZA



IGNACIO RIVERA CEO CON MEJOR REPUTACIÓN EN ESPAÑA

LIDERAZGO,
INFLUENCIA,
RESPONSABILIDAD
Y GESTIÓN, SON
ALGUNAS DE LAS
HABILIDADES QUE
HACEN DESTACAR A
IGNACIO RIVERA

Ignacio Rivera ha sido señalado como el CEO con mejor reputación de España tras la publicación del estudio *CEO Reprtrak Spain 2019* elaborado por la reconocida plataforma internacional *Reputation Institute*

El informe le otorga la máxima puntuación de nuestro país, 75,8 puntos, tras un análisis en el que se han recogido más de 1800 valoraciones sobre factores diversos como el comportamiento ético, el liderazgo, la capacidad de influencia o la gestión.

Desde el *Reputation Institute* señalan que la puntuación obtenida responde a valoraciones muy positivas en todas las dimensiones estudiadas: liderazgo, influencia, responsabilidad y gestión. En este sentido, destaca su compromiso con la responsabilidad social, con proyectos como el Mercado de la Cosecha, y su apuesta por los patrocinios, especialmente de carácter deportivo y cultural como el ciclo de conciertos SON Estrella Galicia, además del respeto al origen y la calidad de los productos. En otro ámbito, subraya el éxito de la compañía en términos de crecimiento y expansión nacional e internacional manteniendo su vocación por "ser la cerveza más amada".



ESTRELLA GALICIA RECIBE EN BRASIL EL PREMIO MARKETING BEST

Estrella Galicia se ha situado entre los 25 casos ganadores de la 32ª edición de Marketing Best, los premios de marketing de referencia en el mercado brasileño



Un importante galardón que viene a reconocer el planteamiento, ejecución y estrategia de la campaña "Resistência Cervejeira desde 1906" que desarrollamos durante los meses de verano en Brasil.

Un territorio de comunicación que integra nuestras características diferenciales, destacando la calidad del producto, nuestra tradición familiar centenaria, la pasión y el amor por lo que hacemos, un proceso de elaboración 'a fuego lento', así como nuestras recetas únicas. Y es que resistimos fieles a nuestros ideales y principios cerveceros desde 1906.

COMUNICACIÓN QUE INTEGRA NUESTRAS CARACTERÍSTICAS
DIFERENCIALES: CALIDAD DEL PRODUCTO, NUESTRA
TRADICIÓN FAMILIAR CENTENARIA Y RECETAS ÚNICAS

CABREIROÁ, UN POSICIONAMIENTO 100% NATURAL

Cabreiroá afronta este año un nuevo reto, un reposicionamiento de marca para crear un nuevo territorio de comunicación de largo recorrido. Un posicionamiento diferente a todas las demás aguas y que pone en valor la hidratación natural a través de su composición mineral única

Cabreiroá es hidratación, o mejor dicho, es recarga. Este es el mensaje que queremos fijar en el consumidor en los próximos años, empezando por la actual campaña de comunicación 2019.

Se trata de un posicionamiento diferenciador, rompiendo tabús de la categoría y todo a través de un Reason Why muy sólido: su composición mineral gracias a su origen gallego.

Sodio, potasio, litio, magnesio y sílice. Los minerales, nuestros minerales, juegan un papel esencial para reponer fuerzas. Hidratarse es mucho más que beber agua, es lo que nos permite seguir funcionando al 100% durante todo el día. Por eso beber Cabreiroá es más que hidratarse...

...ES RECARGARSE.

De esta forma llegamos a nuestro claim de marca "RECARGA 100% NATURAL" para explicar el beneficio de forma clara, trabajando para el territorio de la hidratación y aportando diferenciación y personalidad de marca.

Pero, ¿cómo lanzar el mensaje al mercado de una forma notoria y sorprendente? Para ello nos aliamos con Sophie, la robot más avanzada del mundo. Se trata de un robot humanoide único. Es el primer robot que ha conseguido el reconocimiento de ciudadanía, ha entrevistado a grandes estrellas mediáticas y ha dado conferencias por todo el mundo y sobre todo hay algo que nos acerca mucho a ella, la necesidad básica de recargarnos varias veces al día para seguir funcionando correctamente. Ese es el punto de unión tan fuerte que la vincula a nuestro mensaje de marca.

UNA ROBOT EN LA NUEVA CAMPAÑA DE CABREIROÁ



Sophia, la robot humanoide más avanzada del mundo, es la protagonista de la nueva campaña de Cabreiroá: Recarga 100% Natural. Con ella mostramos el presente y el futuro de unas aguas cuyas propiedades se conocen ya desde el s. XIX

Cabreiroá ha fichado a la mediática estrella internacional, portada de revistas como Cosmopolitan o Elle, para su última campaña, desarrollada con la agencia Imaxe. El objetivo es trasladar a los consumidores las propiedades de su aguas, perfectas para la hidratación, o la recarga, como cuenta la campaña. Gracias a su rica mineralización, con presencia de potasio, litio, magnesio y sílice provenientes del subsuelo granítico de Verín, las excepcionales propiedades de las aguas de este manantial son conocidas desde el s. XIX, y en 1906 fueron certificadas por el premio Nobel Santiago Ramón y Cajal.

La protagonista de nuestra campaña aseguró durante el rodaje de la campaña que "robots y humanos compartimos algo increíble, nuestro planeta".

CAMPANADAS EN STREAMING CON RAMONTXU



El popular presentador dio las Campanadas por primera vez en streaming en las redes sociales de la mano de Estrella Galicia que lanzó también su tradicional brindis tras las Campanadas en las principales cadenas de televisión

Estrella Galicia sigue innovando en todo lo que hace y así lo ha vuelto a demostrar en uno de los grandes momentos televisivos del año, las Campanadas, que su emblemático presentador, Ramontxu, dio en streaming en nuestras redes sociales. El hashtag #CampanadasConRamontxu fue tendencia en España y las redes sociales se inundaron de mensajes de cariño hacia el presentador y de agradecimiento a Estrella Galicia por la iniciativa, que miles de usuarios siguieron a través de nuestras redes, llegando a tener más audiencia que algunos canales autonómicos. Hubo conexiones desde 49 países, entre ellos México, Argentina, Venezuela, Japón, Brasil, Chile, Australia o EE.UU. Con este, ya son 17 los años que lleva Ramontxu dando las campanadas y la bienvenida al nuevo año que, además, se recibió en las televisiones de Atresmedia, Mediaset y TVG con nuestra cerveza.



Goretti Castro

Manager de Cultura y Proximidad
Hijos de Rivera SAU

Volviendo a sorprender

Hace 7 años sorprendimos a todos nuestros consumidores brindando con nuestra cerveza Estrella Galicia durante la noche de fin de año. Una acción que seguimos desarrollando durante los últimos años para acompañar a todos los españoles en una fecha tan especial.

En nuestro afán de superación y con la intención de seguir sorprendiendo, este año encontramos al mayor icono de Nochevieja, Ramón García, que, por primera vez en mucho tiempo, no iba a dar las Campanadas en TVE... Desde la marca nos resistíamos a celebrar unas Campanadas sin él, sin Ramontxu, por eso lanzamos una campaña que incluía un spot en televisión y piezas especiales para redes sociales que dejaban entrever su participación en este acontecimiento, aunque reservándonos información sobre el lugar y el canal de emisión.

Lanzamos así una campaña teaser, que en seguida se hizo viral cuando anunciamos que finalmente el presentador daría las campanadas en directo en las redes sociales de la marca y convirtiéndolo a Ramontxu en el gran influencer de la Nochevieja. Como las redes sociales no eran lo suyo, lo convertimos en un auténtico community manager durante la campaña.

Miles de usuarios llenaron las redes con sus comentarios y emplazaron a sus seguidores a seguir la retransmisión del evento con Ramontxu, con su capa y con una Estrella Galicia la noche del 31 de diciembre, celebrando por primera vez que una marca daba las campanadas en *streaming* en sus redes sociales.

Con esta acción y con presencia de la campaña también en medios convencionales, Estrella Galicia un año más volvió a ser protagonista de la última noche del año. Pero el mayor éxito fue que por fin Ramón García pudo brindar con lo que de verdad le gusta, una Estrella Galicia.

HIJOS DE RIVERA, NUEVO DISTRIBUIDOR DE LAS CERVEZAS DE HALVE MAAN



Reforzamos nuestra oferta de cervezas de distribución con la incorporación de cuatro cervezas del grupo De Halve Maan, que comercializamos en exclusiva tanto en el canal de hostelería como de alimentación en España. Se trata de las marcas de cerveza Straffe Hendrik y Brugse Zot, esta última también se distribuirá en Portugal

De Halve Maan es uno de los grupos cerveceros artesanos más emblemáticos de Europa. Fundada en la ciudad belga de Brujas en el siglo XIX, De Halve Maan, "La Media Luna" en castellano, constituye toda una saga cervecera familiar. Su fundador, Leon Maes, adquirió en 1856 un local de la plaza Walplein de Brujas conocido como "La Luna" en el que se fabricaba y vendía cerveza, y pronto adaptó la producción a los gustos del momento.

Su hermano toma las riendas, adquiere nuevos conocimientos e invierte en mejorar la fábrica para producir nuevos estilos como Porter, Stouts y Pale Ale, una apuesta clara por el proyecto que sus descendientes supieron mantener, incluso durante los peores años de las dos Guerras Mundiales.

En los 80's, la compañía lanza su cerveza más emblemática, Straffe Hendrik, que pronto se convierte en todo un fenómeno de culto. Tras muchas dificultades, incluida la venta y readquisición de la marca, en los 90's y 2000 la familia Maes emprende una remodelación de la fábrica, abre su propio museo y lanza nuevas marcas como Brugse Zot. La fábrica de Halve Maan continúa ubicada en el centro de Brujas y es una de las más visitadas de Bélgica.

Con la incorporación de Halve Maan, completamos nuestra oferta de cervezas craft de importación y consolidamos nuestra posición como distribuidor nacional, sumando nuevas referencias de prestigio a nuestro catálogo, que ya cuenta con nombres tan reconocidos como BrewDog, Erdinger, Grolsch, O'Hara's o Peroni.

NOS VISITAN

Durante los primeros meses del año, desarrollamos diferentes acciones con el objetivo de dar a conocer nuestro portfolio de productos a nuestros distribuidores y clientes, que han podido visitar nuestras instalaciones en Agrela o participar en eventos donde han estado presentes nuestras marcas

En estos meses nos han visitado más de 300 clientes procedentes de toda la geografía española. En todos estos casos, hemos querido profundizar en el conocimiento de nuestros productos, informando y explicando, con presentaciones y degustaciones, y apoyándonos de otro tipo de experiencias, quiénes somos y los productos que comercializamos.

También hemos estado presentes en algunos eventos donde la compañía desarrolla una agenda muy intensa de actividades como es el caso del Salón Gourmets de Madrid o el Fórum Gastronómico de A Coruña, y hemos acudido a algunos encuentros que han disputado el Deportivo de La Coruña y el Celta de Vigo en sus instalaciones. Cabe destacar también el Gran Premio de Jerez de Motociclismo, que tuvo lugar a principios del mes de abril, donde desarrollamos una acción con clientes locales, que pudieron disfrutar de una serie de actividades con nuestros equipos y pilotos.



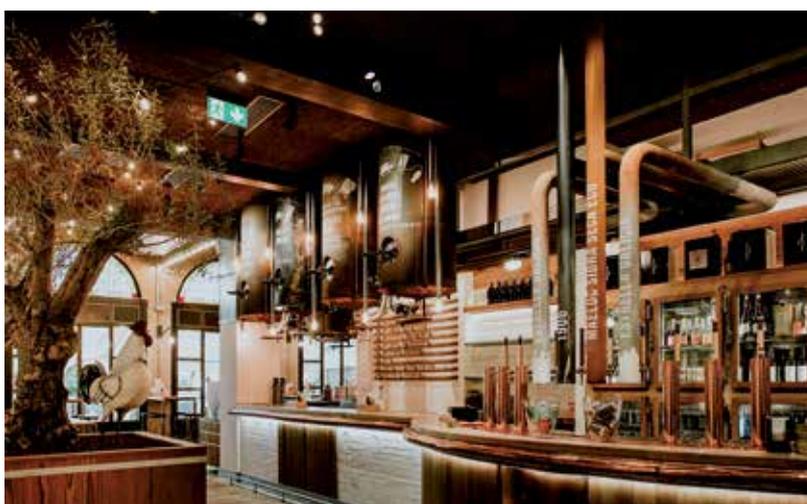
29 ESTRELLAS MICHELIN EN NEGREIRA

Colaboramos en el evento solidario que organizó el restaurante Casa Barquero de Negreira en el mes de abril para recaudar fondos a favor de la asociación Anxiños, que ayuda a niños con trastornos mentales

Un evento en el que se dieron cita un nutrido grupo de chefs con estrella Michelin de la talla de Martín Berasategui, Juan Mari Arzak, Eneko Atxa, Paco Roncero, Jesús Sánchez, Marian Marines, Pedro Morán y Mikel Sorazu, entre muchos otros.

LA TITA RIVERA ABRE SUS PUERTAS EN VIGO

El día 4 de marzo abrimos las puertas de La Tita Rivera Vigo, situada en la plaza Compostela 17, donde ya teníamos una cervecería propia. Son 450 m2 de local con una amplia terraza situada frente a la Alameda viguesa



Se trata de la primera apertura de La Tita en Galicia, que ofrece toda la gama de productos y marcas desarrolladas por nuestra Compañía. Desde todo nuestro abanico de cervezas, hasta la gama de sidras, pasando por vinos, agua mineral, refrescos, licores y espirituosos, así como toda la gama de bebidas de La Tita Rivera.

Un total de 38 productos propios, presentados en diferentes formatos, entre los que destacan nuestros 20 grifos de Cerveza de Bodega, nuestras ediciones de Fábrica de Cervezas, 1906, 0.0 y las Cervezas de la Casa, que se combinan con la oferta de cocina de nuestra carta propia de La Tita Rivera con alguno de los platos existentes.



CUATRO CAMINOS

Tras 15 días de obras de acondicionamiento, el 7 de mayo reabrimos las puertas de La Cervecería de Cuatro Caminos, con una estética renovada, pero con el mismo espíritu de proximidad que refleja nuestro origen, nuestra tradición e historia cervecera.





Jorge Montero

Estrategia y Crecimiento Inorgánico
Hijos de Rivera SAU

EL ÁREA DE ESTRATEGIA Y LA OFICINA DE TRANSFORMACIÓN (BTO)

“Lo único constante es el cambio”, Heráclito

El entorno en el que se mueven las compañías en la actualidad se denomina, desde hace unos años, entorno VUCA, acrónimo proveniente de las palabras volatilidad, incertidumbre (uncertainty), complejidad y ambigüedad.

El área de Estrategia con la dirección clara del CEO, y junto con el Comité Ejecutivo, el Comité de Dirección y otras personas de distintos puestos de responsabilidad de Hijos de Rivera, integramos recientemente un nuevo plan estratégico que nos marca un camino para el futuro próximo.

En una compañía como la nuestra, aún con una estrategia muy clara, nos vemos obligados a conocer y adaptarnos a los cambios de nuestro entorno para conseguir ser más diferentes, ser más ágiles, ser más competitivos y expandirnos internacionalmente.

Anticiparnos a los cambios y estar a la vanguardia es algo necesario si queremos mantener nuestra progresión de los últimos años.

Muchos de estos cambios vienen también desde dentro, fruto de la necesidad de trabajar en equipo, de priorizar nuestro tiempo y nuestros recursos, de buscar y asegurar el valor en lo que hacemos, de tomar decisiones más rápidas, de adoptar nuevas formas de trabajo más ágiles, de ser capaces de aprender de los éxitos y también de los errores.

Principios de la nueva Oficina de Transformación (BTO):

Las grandes líneas de este nuevo Plan 2019-2021 se han concretado con prioridades y objetivos concretos. Estos objetivos se conseguirán con el trabajo duro de todos, en nuestras áreas de competencia, pero también con la puesta en mar-

cha de diversos proyectos transversales que en muchos casos nos sacarán de nuestro día a día para trabajar en equipo con otros departamentos, en ocasiones también con asesores externos, etc...

La función más clásica y tradicional de una PMO, (oficina de gestión de proyectos) evoluciona también en este nuevo plan a una función más adaptada a estos tiempos de cambio, abrazando las mejores prácticas de gestión de la transformación y colaborando en establecer un nuevo ritmo en la gestión de los proyectos.

La PMO pasa a llamarse Oficina de Transformación (en inglés BTO). Ubicada dentro del Área de Estrategia y actuando para aquellos proyectos más transversales o de carácter más estratégico, esta BTO trabajará con el sponsor de cada iniciativa en:

- » La **priorización de los proyectos**, asegurando que estos prevalecen en función del interés de la compañía y que tienen unos objetivos claros orientados al cumplimiento de la estrategia y a la generación valor.
- » Ayudará a **establecer nuevos marcos de trabajo más ágiles**, adaptándonos a los nuevos tiempos y que ayudarán a evolucionar la forma en la que trabajamos en equipo, la forma de entregar resultados y a evitar atascos (monotasking mejor que multitasking).
- » Colaborará en optimizar el **despliegue de nuestros recursos** más valiosos, como son el tiempo, las personas, el presupuesto y las herramientas.

Cuando sea necesario redefiniremos algunos de nuestros procesos, para hacerlos más transversales: son los llamados procesos end-to-end o cadenas de valor (stream-values).

Las personas no son un recurso más, son clave, y la BTO ayudará también, junto con el departamento de RRHH, a



generar el reconocimiento necesario y a configurar los mejores itinerarios de formación.

Igualmente, la automatización y la digitalización jugarán un papel clave en la optimización y despliegue de estos recursos, y se colaborará activamente con la OCDO (Oficina de Chief Digital Officer).

» Otro rol importante será **medir los resultados** de nuestros proyectos para asegurar no solo su cumplimiento, sino dar transparencia, capturar valor e incorporar aprendizajes.

PRIMEROS PASOS Y MIRANDO AL FUTURO

Esta nueva BTO, de la mano del CEO y el Comité Ejecutivo de Hijos de Rivera, empezará por poner foco en la **priorización** de los proyectos y gestionar su demanda para asegurar que lo importante y urgente se hace en primer lugar y se le asignan los recursos necesarios.

En una segunda etapa, nos centraremos en adoptar nuevos modos de trabajo que nos permitirán ganar en **agilidad** no solo en el desarrollo de los

proyectos, sino también en ganar velocidad en la toma de decisiones.

Este **camino hacia la transformación ágil** será un reto de medio plazo y se cuenta con todos vosotros para conseguir este cambio que, sin duda, nos permitirá adaptarnos con la flexibilidad y velocidad que exige nuestro entorno y nuestro momento interno, y contribuir así al cumplimiento de nuestro plan.



1 Hijos de Rivera entra en el Ranking 'Great Place to Work'

LA CONSULTORA GREAT PLACE TO WORK, COMPAÑÍA GLOBAL DE CONSULTORÍA DE TRANSFORMACIÓN CULTURAL Y PEOPLE ANALYTICS, ENTREGÓ EL 6 DE MARZO LOS PREMIOS A LAS MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR QUE CONFORMAN EL RANKING BEST WORKPLACES ESPAÑA 2019

Este reconocimiento certifica anualmente la excelencia de los lugares para trabajar en base a la percepción de los empleados (2/3 de la evaluación total) y a las buenas prácticas y políticas de cultura organizacional de las empresas (1/3 de la valoración). En esta edición, Great Place to Work ha analizado a 328 empresas de diferentes tamaños y sectores.

Hijos de Rivera ha entrado por primera vez en el Ranking de Mejores Lugares para Trabajar de España 2019, obteniendo la posición número 14 entre las empresas de 501 a 5.000 empleados, y siendo hasta ahora la única empresa gallega que ha obtenido esta distinción.

La decimoséptima edición de la Gala de premios Best Workplaces 2019 se celebró en el Complejo Duques de Pastrana en Madrid y contó con una asistencia de más de 600 personas. En la celebración, se reconoció el esfuerzo de aquellas compañías que construyen excelentes lugares para trabajar para todos: el negocio, las personas y la sociedad.

A la gala asistió un grupo de empleados en representación de distintas áreas de la compañía, encargados de recoger el premio en nombre de todos nosotros. Para celebrar el resultado, invitamos al personal de nuestras oficinas a un chocolate con churros al día siguiente de la gala, para poder darles las gracias por haber hecho posible alcanzar este importante logro.



2 Calendario de actividades empresa saludable

ACTIVIDAD DE SENDERISMO "2ª ETAPA CAMIÑO DOS FAROS"

El domingo 31 de marzo, realizamos la 7ª actividad de senderismo, la segunda de las etapas do Camiño dos Faros. O Camiño dos Faros es una ruta de senderismo de 200 kilómetros que une Malpica con Finisterre por el borde del mar. Un camino que tiene el mar como mayor protagonista y que pasa por todos los faros y principales puntos de interés de la Costa da Morte. Hemos realizado dos rutas de diferente duración y nivel en las que han participado un total de 75 personas. La ruta más larga ha transcurrido desde Playa de Barizo a Playa da Barda y la más corta desde Playa de Beo a Porto de Barizo.



LARGA DURACIÓN		
ENE-DIC	PROGRAMA DE ACTIVIDAD FÍSICA, CLUB DEPORTIVO NOSPORTLIMIT	
MAR-JUN	1ª FASE II RANKING DE PÁDEL HIJOS DE RIVERA	
SEP-NOV	2ª FASE II RANKING DE PÁDEL HIJOS DE RIVERA	
MAR-DIC	PLATAFORMA DE ICTINWORK, DOSES DE VITALIDAD Y PROGRAMA SALUDABLE	
OCT18-MAY19 / OCT19-MAY20	LIGA DE PÁDEL INTEREMPRESARIAL, LIGA DE FÚTBOL, TROPICO INTEREMPRESARIAL, "CIUDAD DE A CORUÑA"	
MARZO	ABRIL	
28	MASTERS CLASS DE PILATES 15:00 a 18:00h MASTERS CLASS DE HIGIENE POSTURAL 14:00 a 15:00h	TALLER DE COCINA TUPPERS PARA LA OFICINA 14:30 a 15:30h
31	7ª ACTIVIDAD DE SENDERISMO 2ª ETAPA RUTA DOS FAROS	TALLER DE HIGIENE DEL SUEÑO 17:30 a 19:30h
MAYO	JUNIO	
CAMPAÑA "Un paso por tu salud"	2ª ACTIVIDAD DE ORIENTACIÓN	
PARTIDAZO	14 TALLER DE HIGIENE DEL SUEÑO 13:30 a 15:30h	
JULIO	AGOSTO	
A DISFRUTAR DEL VERANO NADAR, TOMAR EL SOL, (PROTECCIÓN), ANDAR EN BICICLETAS A LA MONTAÑA, LEER...		
SEPTIEMBRE	OCTUBRE	
DESAYUNOS SALUDABLES	2ª ACTIVIDAD DE SENDERISMO CABREIROÁ	
RECONOCIMIENTOS MÉDICOS	8ª ACTIVIDAD DE SENDERISMO 2ª ETAPA RUTA DOS FAROS	
	TALLER DE HIGIENE DEL SUEÑO 16:30 a 18:30h	

TALLER DE PILATES Y TALLER DE HIGIENE POSTURAL

El taller de pilates tiene como principio fundamental la conexión entre el cuerpo y la mente, con la finalidad de unir la gimnasia, el yoga y la traumatología tratando de mejorar toda nuestra musculatura interna.

En esta clase, hemos trabajado la musculatura desde el centro hacia la periferia mejorando el control del cuerpo y aumentando la fuerza y la flexibilidad.

La higiene postural nos ayuda para todo tipo de trabajos, movimientos o posiciones que realicemos evitando lesiones, así como reduciendo la carga y daños en la columna vertebral.



3 Ranking de pádel

EN EL MES DE FEBRERO PUSIMOS EN MARCHA EL III RANKING DE PÁDEL HDR

En esta edición se apuntaron un total de 78 participantes, repartidos en tres niveles: iniciación, intermedio y avanzado. Como novedad, se ha sumado el nivel experto 1906 Black Coupage.

La categoría mixta, Red Vintage, se sigue manteniendo como categoría no oficial del torneo. Las finales del torneo se disputaron el fin de semana del 15 y 16 de junio.



5 Talleres de cocina saludable

Con el objetivo de introducir a los empleados de la compañía en el ámbito de la Cocina Saludable, desarrollamos varios talleres para los que contamos con la colaboración de un profesor de Hostelería que nos mostró cómo cocinar platos rápidos, ricos y saludables. Los talleres que desarrollamos versaron sobre cómo elaborar un tupper saludable, fast food saludable y repostería saludable.



4 Motricidad laboral

CONTINUAMOS IMPARTIENDO FORMACIÓN EN MOTRICIDAD LABORAL, CON EL FIN DE CONOCER LAS BASES DEL FUNCIONAMIENTO ANATÓMICO DEL CUERPO Y CONOCER LAS POSIBILIDADES DE MOVIMIENTO EN RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD LABORAL

Desde hace dos años, estamos realizando estudios de motricidad laboral en diferentes puestos del área de envasado y puestos de carretillero, para determinar, analizar y describir las habilidades motrices laborales y los requerimientos para el buen desempeño por parte de los trabajadores.

Este año hemos comenzado a realizar una formación de mayor contenido con una duración de 6 horas, dividida en tres partes:

- » Un módulo de introducción, teórico, para conocer las bases fundamentales del funcionamiento del cuerpo, posibilidades de movimiento y su relación con la actividad laboral.
- » Identificar los puntos críticos en cuanto a la posibilidad de producir dolencias o lesiones músculo-esqueléticas en el puesto de trabajo. Identificar y conocer las posturas y los patrones de movimiento más adecuados y recomendados en su actividad laboral.
- » Modelo con ejercicios prácticos de activación, compensación y preventivos o de acondicionamiento, específicos para el puesto de trabajo.



6 Nueva sala de formación

En el área de oficinas del nuevo Grupo 7 de envasado, hemos habilitado una nueva sala de formación de 60 metros cuadrados con capacidad máxima para 30 personas y con un equipamiento muy completo.

Esperamos que este espacio siga contribuyendo a nuestro constante esfuerzo para que los equipos de trabajo puedan contar con formación de la máxima calidad.

7 Formación continua en cultura de cerveza

Desde su puesta en marcha en 2016, el programa de formación en Cultura de Cerveza se mantiene como uno de los ejes permanentes más importantes de la formación interna en Hijos de Rivera, acumulando más de 1.000 participantes y 11.000 horas de formación recibidas. En el primer trimestre del 2019, más de 80 personas recibieron unas 1.200 horas en diferentes acciones formativas diseñadas específicamente para distintos colectivos. Además, nuestros equipos comerciales y de Cerveza de Bodega han participado en formaciones adaptadas a sus necesidades.

Este año, hemos iniciado un programa piloto que permitirá la certificación, por parte de una entidad externa, de un alto nivel de conocimientos sobre la cerveza, sus materias primas, su proceso de fabricación y su servicio con un objetivo común: seguir siendo la compañía líder en cultura cervecera.

8 FP Dual

EN EL MES DE MARZO DIO COMIENZO EL ÚLTIMO CURSO DE FORMACIÓN EN FP DUAL. LA FORMACIÓN EN ESTE ÚLTIMO AÑO IRÁ DIRIGIDA A LA ESPECIALIZACIÓN MÁS TÉCNICA Y PRÁCTICA EN CADA UNA DE LAS ÁREAS EN LAS QUE ESTÁ ENFOCADA CADA UNA DE LAS DIFERENTES FORMACIONES

Como parte del proceso de puesta en marcha que hemos llevado a cabo este año, hemos desarrollado varias actividades. Una de ellas ha sido Lego Serious Play, metodología que haciendo uso de las piezas LEGO, que busca facilitar la reflexión, la comunicación y la resolución de problemas entre los participantes, permitiendo, mediante el juego, elaborar y compartir historias, situaciones y puntos de vista. Es una herramienta transversal que nos permite abordar diferentes situaciones dependiendo del objetivo y profundidad de los temas a tratar.



8 Una caña con el CEO

En febrero de este año, organizamos una nueva sesión de "Una Caña con Ignacio Rivera". Proyecto que estamos llevando a cabo desde principios de 2018 con el objetivo de que todas las nuevas incorporaciones a la compañía puedan tener la ocasión de compartir experiencias y conocer a nuestro CEO, tratando de mantener siempre la proximidad y cercanía transmitiéndoles los mensajes de primera mano.

10 Jornadas Afterwork

Con motivo del lanzamiento de nuestra nueva cerveza Galician Irish Red "La Pelirroja", realizamos un afterwork con nuestros empleados para dar a conocer la nueva cerveza del sello Fábrica de Cerveza. Aprovechando esta ocasión, presentamos también algunas de las referencias en el portfolio de la cervecera irlandesa O'Hara's con motivo del día de San Patricio.



11 El Partidazo

En el mes de mayo celebramos en el estadio de Riazor una nueva edición de "El Partidazo", el evento deportivo en el que se dan cita empleados de las diferentes empresas del grupo para medir sus fuerzas en un triangular de fútbol.

En esta ocasión participaron más de 90 personas, entre adultos y niños, que se enfrentaron en sus respectivas categorías sobre el césped de Riazor en este emblemático partido. Los veteranos del Depor Mikel y Song'o fueron los encargados de hacer la entrega de premios a los ganadores.

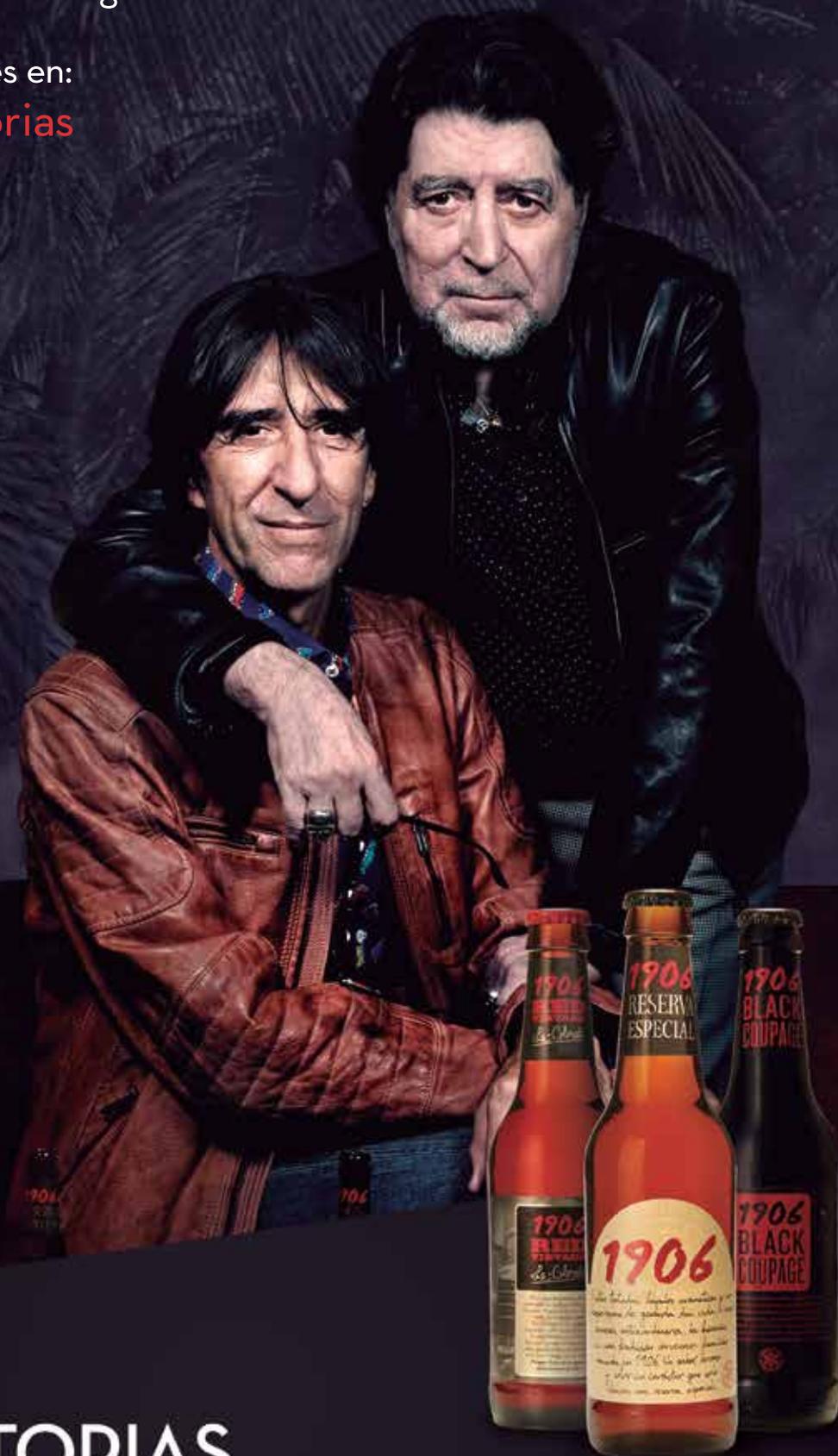
Al finalizar el evento, todos los asistentes pudieron disfrutar juntos de un pincho.



JOAQUÍN SABINA Y BENJAMÍN PRADO

caminaron por los barrios más emblemáticos de Madrid, después eligieron seis bares y se pusieron a charlar con unas cervezas **1906** en sus manos. Nosotros les pusimos las cervezas y ellos nos dejaron algunas historias.

Entra en las conversaciones en:
cerveza1906.es/historias



1906 HISTORIAS
DETRÁS DE UNA CERVEZA

1906 RECOMIENDA EL CONSUMO RESPONSABLE



Fernando Aglesias

Responsable de Cultura de Cerveza
Hijos de Rivera SAU

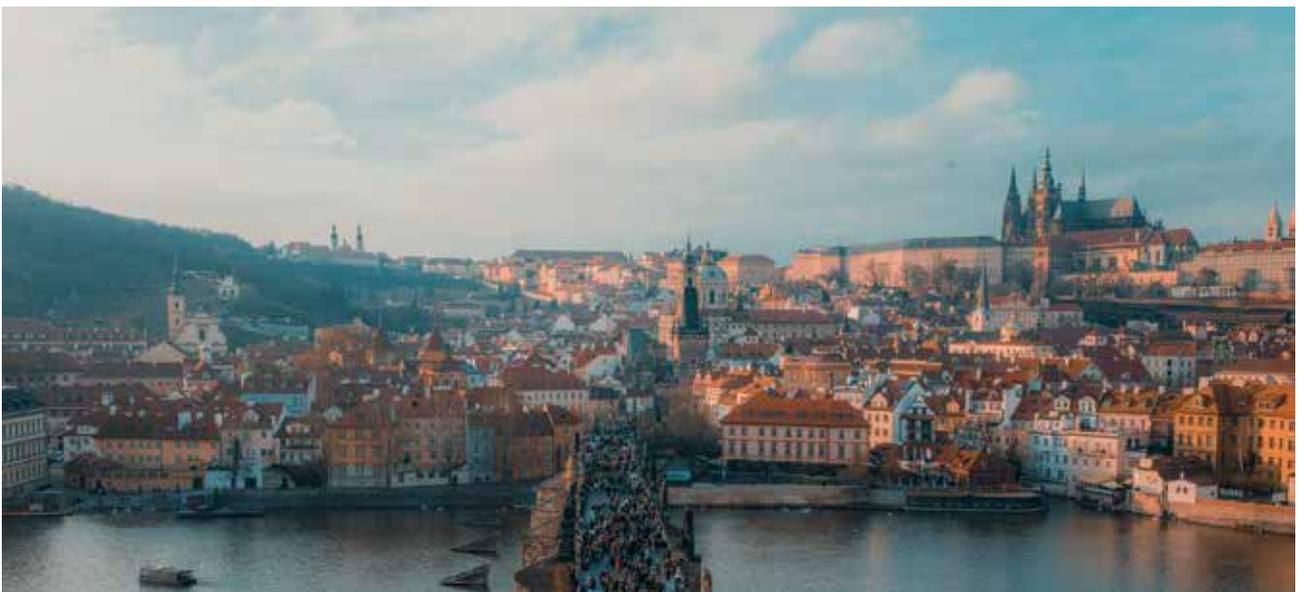
El mundo de los estilos: Pilsen

Un estilo de cerveza que nos traslada a la actual Chequia, concretamente a Bohemia. En esta región se encuentra la histórica ciudad de Pilsen. Con sus aproximadamente 170.000 habitantes, da nombre al que, probablemente, es el estilo de cerveza más conocido del mundo.

En una época en la que todas las cervezas eran oscuras y turbias, en esta ciudad se fragua una verdadera revolución cervecera. Aunque el lagering ya era una técnica conocida y utilizada por los maestros cerveceros centroeuropeos, las cervezas lager que elaboraban no eran como las actuales. Nace un estilo que cambió el mundo.

Los habitantes de Pilsen amaban la cerveza. En la primera mitad del SXIX la fabricación de cerveza era una práctica ejercida por numerosos ciudadanos que luego la comercializaban en sus casas-taberna. A la falta de conocimiento de estos taberneros/cerveceros, se sumaba la carencia de medios técnicos y el uso de materias primas de dudosa procedencia. El resultado, cervezas de cada vez peor calidad.

La situación tocó fondo en 1838, cuando en la plaza central de la ciudad se vaciaron treinta y seis barriles, al considerarse que la cerveza no era apta para su consumo. Un drama para una ciudad en la que la cerveza forma parte de su patrimonio cultural.



Ante tal situación, un grupo de hombres de negocios de la ciudad decidió construir una nueva fábrica. Le dieron el nombre de Měšťanský Pivovar. Contrataron a un maestro cervecero bávaro llamado Josef Groll. De su mano, en 1842, nació una cerveza totalmente diferente a las elaboradas en aquellos años. Dorada, espumosa, clara, con un buen carácter a malta, con un aroma floral aportado por el lúpulo, con un agradable final seco... ¡La revolución!

A que se debió este milagro es una pregunta que no tiene ni una fácil ni una única respuesta. Si es seguro que las materias primas locales tuvieron mucho que ver. El agua blanda que brota de los manantiales de la ciudad. Las variedades de cebada cultivadas en Bohemia y Moravia. El lúpulo de la variedad Saaz cosechado en la zona de Zatec (Bohemia).

Su éxito fue tal, que su fama se fue extendiendo poco a poco a las regiones limítrofes (Alemania, Austria...). Un factor que influyó en este éxito está relacionado con el inicio del uso de recipientes para beber (jarras, vasos...) que permitían contemplar una cerveza visualmente muy atrayente.



LA EMIGRACIÓN CENTROEUROPEA AL NUEVO MUNDO Y LA REVOLUCIÓN EN EL SECTOR DE LOS TRANSPORTES, QUE FACILITABA EL MERCADO DE LA EXPORTACIÓN, LLEVÓ SU NOMBRE A TODOS LOS RINCONES. CON EL PASO DE LOS AÑOS ESTE ESTILO INSPIRABA A FÁBRICAS DE CERVEZA DE TODO EL MUNDO Y ACARICIABA LOS PALADARES DE MILLONES DE PERSONAS

Pero esta globalización del estilo también provocó cambios en su perfil sensorial original. A medida que su receta se iba alejando de su región de origen, la intensidad de su aroma y sabor decrecía. Esto hace que a muchas de las cervezas lager doradas que hoy denominamos "pilsen" poco tengan que ver con las Pilsen de Bohemia, tratándose simplemente de lagers pálidas.

Los estilos cerveceros tradicionales de la República Checa aparecen descritos en el apartado 3 de la guía BJCP. En concreto, en el punto 3B, se detallan las características de las Pilsen checas, denominadas por BJCP como Czech Premiun Pale Lager.

A Alemania, gran país cervecero y vecino de Bohemia, el furor de las Pilsen llegó en la década de 1870. Los cerveceros alemanes mantuvieron el espíritu de las checas originales, pero elaborándolas con sus materias primas locales y siguiendo sus clásicos criterios de fabricación. Surgen así las German Pils. Cervezas más ligeras, más claras y más atenuadas que sus "primas" checas.

EL ORIGEN DE LAS CERVEZAS DE HIJOS DE RIVERA

Como indicábamos en artículos anteriores, el origen de las cervezas de Hijos de Rivera tiene una clara inspiración en la escuela cervecera alemana. Es por este motivo que **la receta de nuestra primera cerveza (corría el año 1906) refleja el espíritu de una pilsen germana.**

Hoy podemos seguir disfrutando de esa cerveza cuando bebemos La Estrella de Galicia, nuestra German Pils.

Nos gusta la cerveza. ¡Salud!



German Pils



Alan Stokes

MAESTRO CERVECERO O'HARA'S

O'HARA'S
IRISH CRAFT BEER

Edad

49 años

Una comida*Fish pie casero***Una bebida***Una cerveza negra irlandesa como O'Hara's Irish Stout de barril***Aficiones***Probar cerveza***Ciudad favorita***Belfast, en Irlanda***Un libro***La Naranja Mecánica***Una película***Quadrophenia***Una canción***Love rain on me, The Who***Un momento***Hacerme mayor con mis hijos***Un reto***Saltar en paracaídas, pero también fue una de las experiencias más emocionantes de mi vida***No soporta***La gente negativa***Una disculpa***"Sí, es lo siguiente en mi lista"***Háblanos de la cerveza Galician Irish Red, ¿cómo ha sido su proceso de elaboración, en colaboración con nuestros maestros cerveceros?**

La verdad es que nos pusimos de acuerdo bastante rápido en el tipo de cerveza que elaboraríamos. Sería una Irish Red. Después tuvimos que decidir las materias primas que íbamos a utilizar. Y entre las malts irlandesas, españolas y europeas hay algunas diferencias, por lo que analizamos las posibilidades que podía darnos cada una de ellas, para saber el resultado y nos decantamos finalmente por una mezcla de malta Pale Ale, Malta Carared, Malta Carahell y Malta Torrefactada de trigo.

Una de las grandes incógnitas era el lúpulo. Estuvimos investigando y haciendo pruebas con una variedad nueva que yo no había utilizado antes. Se trata del lúpulo Provoak. Tuvimos la suerte de conseguir una gran calidad para estas cervezas a partir de este lúpulo y en combinación con otros lúpulos como el Nugget, Sladek y Admiral.

El trabajo del maestro cervecero es muy creativo pero, a la vez, es muy técnico. Y esta mezcla de cosas, de ciencia y creatividad es algo fantástico...

Sí, en la industria cervecera se suele decir que en nuestra profesión el arte se encuentra con la ciencia. Hay un proceso muy científico. Si añades a, b y c, te da z. La parte creativa entra en juego cuando intentas adaptar la ciencia del proceso para utilizarlo a tu favor, porque si todo el mundo hiciese la cerveza siguiendo sólo la parte científica, todas las cervezas sabrían igual, porque simplemente estarías siguiendo un proceso ya establecido.

Desde tu punto de vista y experiencia, como creadores de cervezas de estilo irlandés, ¿cómo valorarías el resultado de esta colaboración?

Ha sido una muy buena colaboración. Aquí tenéis mucha experiencia y la calidad de vuestras cervezas se conoce en todo el mundo. Los maestros cerveceros de Hijos de Rivera son apasionados de su trabajo. Lo he visto y eso se nota en el resultado final. Desarrollamos un gran trabajo y eso, como te comentaba antes, depende mucho del trabajo que se realiza con antelación.

¿Qué similitudes encuentras entre Carlow Brewing e Hijos de Rivera? Además de ser las dos empresas familiares, de tradición centenaria y carácter cervecero, entre otras cosas.

Creo que la comparación más obvia es que tenemos pasión por la cerveza. Es decir, tenéis mucha pasión por las cer-

vezas que hacéis aquí y nosotros por las que hacemos allí. La luz que todo lo guía es la gente que lo hace posible. He conocido a mucha gente en los últimos días y cada uno tiene la misma pasión por la cerveza que nosotros. Y es maravilloso encontrarse a gente con esa pasión, porque estamos todos en el mismo plano desde el principio, todos vamos en la misma dirección.

Y, bueno, una de las cosas que me gusta de esta industria es que siempre hay la voluntad de ayudarse mutuamente entre las cerveceras, aunque haya competencia, y, como dije, los amigos que he hecho aquí en estos días, sé que si en algún momento tengo un problema o alguna duda, puedo llamarles y pedirles un consejo y al revés. Entonces, lo que quiero decir es que hay muchas similitudes entre O'Hara's y Estrella Galicia y creo que la relación va a hacerse más fuerte con el paso del tiempo.

Carlow Brewing tiene una larga trayectoria, de más de 20 años, en la fabricación de cervezas artesanas en Irlanda. ¿De qué forma se adapta la compañía a las tendencias y los gustos del consumidor en un mercado tan exigente como el irlandés?

Lo único que podemos hacer es seguir evolucionando. Quiero decir, hacemos muchas cervezas negras y Ale rojas, pero también creamos muchas cervezas especiales. Ahora mismo tenemos unas 15 cervezas de distintos estilos que producimos de manera continuada y todo está en constante proceso de evolución. Es una búsqueda continuada de algo nuevo o algo diferente que vaya a llamar la atención de la gente o que vaya a demostrar de lo que somos capaces.

Has probado todas nuestras cervezas, ¿cuál es tu favorita?

Me encanta 1906 Reserva Especial. Creo que es una cerveza fantástica. Me encanta el sabor, es un sabor fuerte. Lleva tiempo siendo mi favorita. Ha sido fantástico venir aquí y tomarla aquí.

¿Qué es lo que más te ha gustado de tu visita a España?

Conocer a la gente aquí en Estrella Galicia ha sido fantástico. Tenéis una excelente comunidad aquí, en la fábrica. Y la bienvenida y agradecimiento de todos. Poder salir a ver las instalaciones de la fábrica de sidra porque también me interesa la sidra. Ver esa parte, conocer a la gente que está allí, ha sido todo fantástico. Desde cuando bajé del avión hasta cuando me vuelva a subir, todo ha sido una experiencia fantástica.

ALAN STOKES ES MAESTRO
CERVECERO EN CARLOW BREWING
COMPANY Y HA SIDO
CO-RESPONSABLE DEL
LANZAMIENTO DE NUESTRA
CERVEZA ESTRELLA GALICIA IRISH
RED, "LA PELIRROJA". RECETA
DE NUESTRO SELLO FÁBRICA DE
CERVEZAS ESTRELLA GALICIA,
QUE HA SIDO CONCEBIDA DE
LA MANO DE LOS MAESTROS
CERVECEROS DE HIJOS DE RIVERA



Juan José Delgado

Chief Digital Officer
Hijos de Rivera SAU

NUEVAS FORMAS DE EMPRENDER

2019 será el año en el que la tan escuchada “transformación digital” pase de ser una tendencia a convertirse en una rutina. Los negocios de vanguardia ya saben, algunos desde hace tiempo, que asuntos como el Big Data, la realidad virtual o la inteligencia artificial han llegado para quedarse.

Cualquier metodología fruto de esta disrupción aporta valor per sé, permitiendo casi de forma automática optimi-

zar procesos. Pero es más útil allí donde el talento interno permite sacarle todo el provecho. Lo que en los círculos más avanzados se conoce como intraemprendimiento.

El intraemprendimiento puede venir de empleados de cualquier eslabón de la cadena, incluso de la dirección, y en la mayoría de los casos de éxito es fruto de una actitud compartida. Actualmente este paradigma sigue presente y se ve en formatos que van desde la creación



de un departamento hasta las competiciones o rankings entre los empleados, la adquisición de *start-ups* o el desarrollo de *joint-ventures* que permitan aplicar innovación en la cadena de valor. Los expertos avisan de que el objetivo no debería ser buscar un modelo, sino identificar y desarrollar el talento de personas que sean capaces de aportar valor en el futuro. Esto incluye un relevo tecnológico, pero también de método. Así como una ampliación de puntos de vista en lo que a equipos, procesos y retención de talento se refiere.

ESTADO DEL INTRAEMPREDIMIENTO

La primera vez que se habló de intraemprendimiento fue en 1984, cuando el doctor Pinchot definió a los intraemprendedores como “*soñadores que hacen*” aquellos que asumen la responsabilidad y ejecutan la innovación en cualquier área del negocio. Hablar de personas, como hizo Pinchot, permite englobar todo esto en una mejora de procesos y no en un área concreta, de manera mucho más transversal. La mayoría de las empresas que optan por el intraemprendimiento lo hacen a través de su departamento de innovación. Otra parte de los negocios optan por seguir el modelo Fraunhofer, que define unos básicos para integrar correctamente la innovación en una empresa, apostando por actividades no relacionadas sumergidas en construir y fomentar la innovación entre el capital humano, que está cerca, al que también hay que saber sacarle rentabilidad. Blockbuster tuvo la oportunidad en los años 90 de apostar por un proceso de este tipo, pero dejó pasar la oportunidad cuando Netflix se cruzó en su camino. Netflix es hoy la propuesta en streaming más demandada y con mayor valor de cotización, Blockbuster se declaró en bancarrota. Cualquiera que fuera la fortuna, no estaba ese día del lado de las películas en DVD.



¿QUÉ HACE GOOGLE?

Para entender esto es mejor acudir al centro, donde se originó todo. Google puso en marcha muchos conceptos nuevos por los que nadie apostaba en los 2000, entre ellos, la regla del 20%. Las empresas de base tecnológica y por lo general todo Silicon Valley incorporaron esta regla en su cadena, en la que el intraemprendimiento supone el 20% de la jornada laboral (y de la nómina). Tiempo y recursos que se liberan para la creación de propuestas, la investigación o el desarrollo de *know how* entre los empleados. Si los proyectos innovadores que propone el trabajador salen adelante, puede llegar a obtener beneficios adicionales, como participaciones en la iniciativa. Google tiene sus propios laboratorios y cada proyecto se asume de manera lineal, pero además reserva una parte del presupuesto en pagar el “valor”, lo que dota a la innovación de un valor cuantitativo.

PROYECTO THE HOP INTRAEMPREDIMIENTO

En nuestra casa esta tendencia se materializa a través del **proyecto The Hop intraemprendimiento**, que hemos lanzado recientemente para nuestros mentores. El lanzamiento de este programa es vital dentro de nuestra estrategia, dando la oportunidad a los mentores para que desarrollen sus propios proyectos, que sean ellos los emprendedores, formándoles y haciéndoles parte del propio proceso de transformación digital. Nos permite, además, aprovechar las sinergias generadas con el programa de **emprendimiento colaborativo The Hop** que aporta el talento externo con el que cocrear y dar forma a los proyectos internos, trabajando como lo haría una Startup.

Para Carlos Grau, mentor de TheHop y director general de la Mobile World Capital Barcelona “The Hop es una iniciativa de innovación abierta muy conectada con el negocio para explorar oportunidades de reducir costes, optimizar procesos y explorar nuevas líneas de negocio futuro para la compañía. Me ha sorprendido mucho, en tan poco tiempo, los resultados e impacto que está teniendo el programa”, asegura.



Gerard Gracia Arca

Head of Digital Lareira
Hijos de Rivera SAU

Desarrollamos e impulsamos negocios con The Hop

Los conceptos de red y conectividad son posiblemente de los más relevantes actualmente para entender los nuevos fenómenos digitales y los nuevos modelos de negocio que están haciendo que compañías como Instagram, BlaBlaCar o Duolingo prosperen exponencialmente.

El crecimiento de las compañías digitales no se puede entender sin tener en cuenta el contexto actual, desde diferentes perspectivas y donde conectividad, tecnología y marketplace juegan un papel relevante.

Las *startups* más conocidas a nivel global seguramente estarán construidas sobre los principios mencionados anteriormente.

Este contexto le aporta un nuevo rol al consumidor y ofrece nuevas oportunidades para emprendedores, para los que cada nuevo miembro que se incorpora a la red, hace que aporte más valor al resto del conjunto.

Es por ello que las compañías tienen que generar vehículos para entender y adaptarse a este nuevo entorno. En el caso de Hijos de Rivera, uno de los vehículos para aproximarse al ecosistema de emprendimiento es TheHop, la iniciativa que vincula talento externo con profesionales de la compañía para apoyar desarrollar e impulsar nuevos negocios basados en pilares tecnológico-digitales.



Ana Salazar

Operational Cybersecurity
Hijos de Rivera SAU

Nuestro compromiso con la economía circular

A lo largo del año 2018, realizamos un análisis de las diferentes opciones que daban los fabricantes para renovar nuestro parque de equipos multifunción.

Entre las opciones que nos presentaron, nos llamó mucho la atención la opción de borrado de tinta que nos contaba Toshiba, ¡parecía cosa de meigas!

Tras el análisis llevado a cabo junto con Diana Taboada del Dpto. de Compras y teniendo en cuenta varios factores nos decantamos por esta opción, que nos va a permitir dar un paso más en nuestro compromiso con la sostenibilidad y economía circular, renovando durante el 2019 el parque completo, 126 equipos, de los cuales el 23% serán ecológicos, con lo que se reducirá un 12% su consumo anual de papel.

Esta tecnología nos va a permitir imprimir en blanco y negro o en tinta azul borrrable, por lo que en las sedes logísticas, donde se usa este tipo de impresión, podremos seleccionar imprimir en tinta azul borrrable documentos que necesitamos usar de forma puntual y que después se podrán volver a procesar para que se borren. Y volver a imprimir en ellos. Y volver a borrar... Así hasta 15 veces.

La incorporación de esta tecnología pionera forma parte de la renovación del parque completo de multifuncionales del grupo. Vamos a

sustituir los actuales equipos en los 30 centros de trabajo, sumándonos al programa *Toshiba Carbon Zero*, reconocido por la ONU entre sus iniciativas oficiales para la consecución de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para 2030.



Ahorro de papel
Tu papel es importante

DATATHON

Lanzamos un desafío analítico a estudiantes del Master Internacional en Business Data del IE Business School en el que más de 100 estudiantes, de 36 nacionalidades diferentes, participaron por equipos, trabajando ininterrumpidamente durante 48h, para desarrollar un modelo de *forecasting* que permitiese hacer una previsión de la demanda efectiva de nuestra cerveza



109 estudiantes repartidos en 18 grupos y en representación de 36 nacionalidades participaron en este datathon o competición analítica, en la que tenían que hacer una predicción, basándose en datos reales aleatorizados, de nuestras ventas de cerveza.

Para nosotros, la realización de este tipo de eventos tiene como objetivo dar a conocer nuestros avances en el plan de transformación digital, en este caso en el ámbito de Advanced Analytics, sirve también para captar talento digital, así como buscar alianzas estratégicas con instituciones de primer nivel como el Instituto de Empresa. Es, además, una oportunidad excelente para que los propios estudiantes aprendan sobre problemas reales que se pueden encontrar cuando lleguen al mercado laboral.



Carlos López Blanco

Head of Digital Risk Office
Hijos de Rivera SAU

Personas y ciberseguridad

Según un estudio de la consultora Accenture, en España a lo largo del 2018 las empresas lograron detener el 84% de los ciberataques, a pesar de que estos se duplicaron en ese período de tiempo. INCIBE, Instituto Nacional de Ciberseguridad, cuantifica en 100.000 el número de ciberataques identificados durante ese año y se espera que en 2019 siga creciendo.

La ciberseguridad va mucho más allá que solamente "proteger" infraestructuras e información. Debemos tener en cuenta que todos los sistemas tienen un porcentaje de efectividad que no llega a ser infalible. La estrategia de los cibercriminales se desarrolla con procesos basados en análisis e inteligencia social, haciendo siempre uso del factor de riesgo más grande, el factor humano. Por ese motivo es indispensable formar a las personas, haciéndolas conscientes de los riesgos, patrones y vectores de ataques para identificar los niveles de riesgo a los que cada persona está expuesta y por último no diferenciar entre conductas empresariales y conductas particulares.

Deloitte (consultora nombrada por Gartner, por sexto año consecutivo, líder mundial en servicios de ciberseguridad) en su "Barómetro de Empresas" afirmaba que sólo un 56% de las compañías disponen de actividades de formación y concienciación específica en materias de ciberseguridad dirigidas a sus empleados.

Una iniciativa interesante viene desde la Comisión Europea que promueve, en este sentido, el mes de la ciberseguridad para concienciar sobre la importancia de la seguridad de la información y señalar pasos muy simples que se pueden dar para proteger los datos, sean personales o profesionales. Por otro lado, desde el CNN (Centro Cristológico Nacional) se ha dispuesto también una plataforma on-line, Atenea (<https://atenea.ccn-cert.cni.es>), donde cualquier persona puede evaluarse y demostrar su conocimiento y destreza ante diferentes desafíos en la materia.



EN LAS REDES SOCIALES...

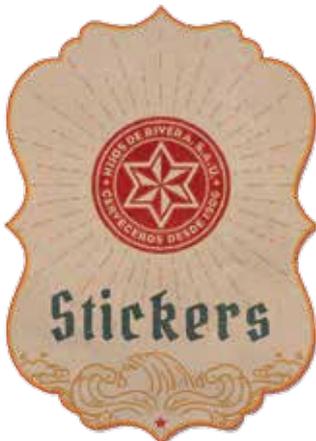
STICKERS PARA WHATSAPP Y GIF ANIMADOS



Para estar más presentes en los momentos cotidianos de nuestros seguidores y formar parte de su día a día, hemos creado una app que permite instalar stickers para whatasap. Además de tratarse de la primera herramienta de Brand love permanente y escalable de la compañía, hemos sido la primera marca en ofrecer una herramienta de este tipo, para que nuestros seguidores puedan ejercer de prescriptores con contenidos novedosos y de calidad.

Gracias a la promoción de la app y los Gif animados en nuestras redes sociales, hemos conseguido más de 5.300 descargas de la app en menos de un mes y más de 2.500.000 reproducciones de GIF en la web de giphy en tan solo 10 días. Próximamente, estarán disponibles nuevos diseños.

Descárgate la app Estrella Galicia Stickers, disponible para Android



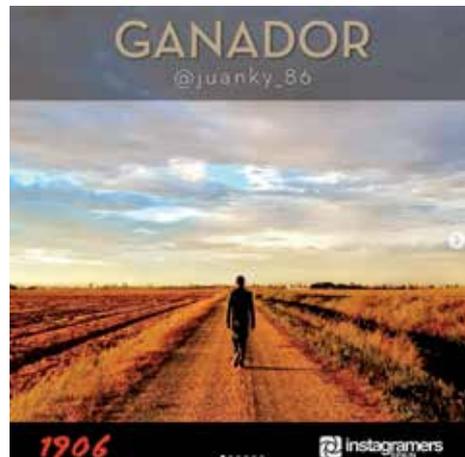
#COLORCERVEZA1906 Y #PARAUNAINMENSAMINORIA EN INSTAGRAM

Junto a @IGersSpain, la comunidad que reúne a los usuarios de Instagram que comparten su pasión por esta red social y la fotografía, realizamos las acciones #ColorCerveza1906 y #ParaUnaInmensaMinoria.

A través de esta iniciativa, animamos a nuestros seguidores y a los de @IGersSpain a publicar una fotografía en sus perfiles de Instagram donde predominasen los colores de la cerveza (dorado, ámbar, rubio, amarillo, ocre, etc...) y aquellas imágenes que consiguen captar ese momento de tranquilidad en el color de la espuma de #cervezas1906.

Gracias a estas acciones, con las que alcanzamos a cerca de 20.000 usuarios, reunimos más de 2.500 fotografías originales e inspiradas en el color de la cerveza.

Los ganadores se llevaron una cámara de fotos Olympus de estilo vintage.



EXAMEN CON LOS MINERALES DE CABREIROÁ

A raíz de una conversación en torno a la información recogida en la etiqueta de las nuevas botellas de Cabreiroá, dos profesores del IES As Fraguas y IES Cacheiras, deciden crear un examen de carácter multidisciplinar. Una vez realizado el examen, basado en las propiedades de nuestra agua, los alumnos que aprobaron recibieron un lote de productos de Cabreiroá.



fáltanche datos?



bono claqueta

se o teu son as series e pelis, agora
podes ter datos para velas en
calquera parte

por só **9** €/mes

o bono claqueta inclúe 50 GB de datos xerados a través de Youtube, HBO, Netflix Vimeo, Dailymotion, Youtube Kids, Vevo, Rakuten TV, Twitch, Amazon Prime Video e YouTube Gaming • non se inclúe o tráfico a través das versións web de ditas aplicacións • dispoñible para clientes que teñan ou contraten unha tarifa **móbilR**, excepto a tarifa plana 500MB e a tarifa 0 500MB • bonos incompatibles coa multisim de datos, suspensión do servizo **móbilR**, utilización de M2M, compartición de datos entre diferentes dispositivos móbiles e utilización da tarifa para un uso diferente ao do móbil • 5GB de datos incluídos en roaming na UE • máximo 4 bonos por liña • período mínimo de contratación é de 1 mes • todos os prezos levan IVE incluído • detalles de tarifas e penalizacións en tarifas.mundo-r.com • máis info en **R.gal** • anunciante: R Cable y Telecomunicaciones Galicia, S.A.U., Real 85, A Coruña (A15474281)

R.gal
☎1445

COMPROMETIDOS CON LA INCLUSIÓN LABORAL: CONVENIO INSERTA



Firmamos un Convenio INSERTA con la Fundación ONCE, que tendrá como objetivo la contratación, por parte de nuestro grupo empresarial, de personas con discapacidad durante los próximos cinco años

Trabajaremos con la Fundación ONCE en el desarrollo de proyectos que potencien el empleo de las personas con discapacidad y que mejoren su calidad de vida, pretendiendo además que las activaciones de estos proyectos generen a su vez ventajas competitivas para la empresa.

Para cubrir los nuevos puestos de trabajo que se vayan ofertando, trabajaremos de la mano con INSERTA Empleo, la entidad para la formación y el empleo de Fundación ONCE, que preseleccionará a los candidatos que se adecúan mejor al perfil requerido por nuestra compañía. Asimismo, trabajaremos para favorecer la inserción laboral indirecta de las personas con discapacidad mediante la adquisición de bienes y la contratación de servicios a centros especiales de empleo.

En palabras de Alberto Durán, vicepresidente ejecutivo de Fundación ONCE, se trata de un acuerdo "muy buscado porque Hijos de Rivera es una empresa que servirá de ejemplo y guía para que otras compañías se sumen a iniciativas como esta". En su opinión, "solo las empresas líderes pueden ejecutar este tipo de convenios con éxito, pues tienen la capacidad y la energía para hacerlo". Durán ha precisado que nuestra compañía "ha demostrado a lo largo de los años ser buena en lo que hace, no solo en elaborar cerveza, sino también cumpliendo sus compromisos sociales".

UN NUEVO IMPULSO

Por su parte, Ignacio Rivera ha señalado que "por nuestra parte existe una voluntad clara de avanzar en la inclusión de las personas con discapacidad. Creemos que colaborando con Fundación ONCE tendremos la oportunidad de aprender como organización y de contribuir a la visibilización de todo el potencial laboral con el que cuenta este colectivo". Además, ha añadido que "la firma de este acuerdo pretende ser un nuevo impulso para abrir las puertas de nuestra compañía a las personas con discapacidad y estamos seguros de que su inserción en el mercado laboral será un gran aporte de valor para todos nosotros".



Inserta



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro



NACE LA CÁTEDRA HIJOS DE RIVERA-UDC DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En el mes de febrero se celebró un encuentro en la sede del Rectorado de la Universidade da Coruña entre el rector de la UDC, Julio Abalde, y nuestro CEO, Ignacio Rivera, para la firma de un convenio que materializa la puesta en marcha de la Cátedra Hijos de Rivera-UDC de Desarrollo Sostenible

Hijos de Rivera impulsará durante los próximos cuatro años esta Cátedra de la mano de la Universidade da Coruña con el objetivo de explorar modelos innovadores y disruptivos que garanticen el equilibrio entre la competitividad económica, el respeto al medio ambiente y el avance social. En palabras de Ignacio Rivera “será un vehículo que nos permitirá realizar actividades de investigación, formación y de fomento de transferencia de conocimientos entre el ámbito universitario y la sociedad, que consolide nuestro compromiso con el entorno, el medio ambiente y el desarrollo socioeconómico”.

Dirigida por el profesor de economía circular, Guillermo Iglesias, la cátedra estará adscrita a la Facultade de Economía e Empresa de la UDC y al Campus Sustentabilidade, que impulsa la excelencia en el conocimiento para la transición hacia un modelo económico sostenible que responda a los retos actuales a los que se enfrenta la sociedad.

PROPUESTAS INNOVADORAS, COMPETITIVAS Y SOSTENIBLES

La Cátedra Hijos de Rivera-UDC de Desarrollo Sostenible explorará modelos disruptivos de actividad económica competitiva y sostenible a través de proyectos de investigación, encuentros entre diferentes actores interesados, seminarios sobre experiencias y modelos de transformación socioeconómica, así como propuestas de formación y divulgación en el ámbito del desarrollo sostenible. Con ello, facilitará a la comunidad universitaria, y a la sociedad en general, una visión analítica sobre la importancia estratégica de alcanzar un desarrollo socioeconómico compatible con el medio ambiente.



EL MERCADO DE LA COSECHA EVOLUCIONA CON UN CLARO PROPÓSITO DE PROSPERIDAD DEL MEDIO RURAL

Nuestra iniciativa de compromiso social el Mercado de la Cosecha tiene por objetivo transformar el medio rural con un nuevo modelo de desarrollo socioeconómico sostenible y responsable. El proyecto pretende convertirse en palanca competitiva y de cambio a través de la realización de actividades en los ámbitos de la investigación y la formación, así como de la divulgación y promoción de iniciativas inspiradoras que contribuyan a la generación de riqueza y desarrollo del medio rural. A continuación, te contamos cómo han sido los últimos meses de nuestro proyecto de compromiso social.

PARLADOIROS, LA NECESARIA TRANSFORMACIÓN DEL RURAL

En la cuarta edición de 'Galicia Market Place', mostramos caminos de competitividad en el rural a través de la diferenciación

Bajo el lema 'La diferenciación, clave para ganar en competitividad', la cuarta edición de Galicia Market Place abordó en el mes de febrero cómo acceder a los mercados más exigentes. En este contexto, el Mercado de la Cosecha celebró una edición especial de sus Parladoiros, un espacio de divulgación de proyectos singulares que contribuyen al desarrollo sostenible del rural, en el que el papel que desempeñan los pequeños productores agroalimentarios es fundamental.

Cuatro fueron las iniciativas que participaron: Calabizo, Cortes de Muar, Carabuñas y Kalekói que acercaron su propia historia de diferenciación que les ha dado un lugar destacado entre los proyectos que están transformando el rural en un espacio de competitividad, sostenibilidad y futuro.

EL VALOR CULINARIO DE NUESTRO RURAL

Participamos por segunda vez en el Fórum Gastronómico de A Coruña, donde pusimos en valor la producción sostenible de alimentos

Acompañados por más de 14 proyectos que son ejemplo de éxito responsable en el rural, creamos un espacio único, construido 100% con materiales reutilizados, en el que se desarrollaron múltiples actividades con un claro mensaje: la importancia de la producción sostenible de alimentos para el mundo de la gastronomía. Desde recomendaciones para el cuidado de la tierra, hasta la elaboración de pan, los asistentes pudieron conocer de la mano de los productores las bondades culinarias que aporta la producción sostenible de materias primas a la gastronomía.



SOSTENIBILIDAD Y TURISMO

Viajamos hasta FITUR, la mayor feria turística de Europa, para poner en valor la capacidad de atracción turística del rural gallego como palanca competitiva para potenciar su desarrollo sostenible

El Mercado de la Cosecha comenzó 2019 viajando a FITUR para poner en valor el turismo como un valioso activo para el desarrollo sostenible del rural. Con el objetivo de proporcionar una perspectiva distinta sobre el potencial de nuestro rural y su riqueza en términos gastronómicos y turísticos, nuestro proyecto dio a conocer el valor asociado a los procesos productivos del rural como elementos clave de un rural vivo que puede aportar nuevas vías para un aprovechamiento turístico sostenible.



CONOCE A TU PRODUCTOR PERSONAL

Con la presentación de nuevas propuestas agroalimentarias innovadoras del rural gallego, el Mercado de la Cosecha presentó, en la 33ª edición de Salón Gourmets, el valor que la sostenibilidad tiene en el sector gourmet de alimentación

Tras un excelente balance de su presencia en anteriores ediciones, el Mercado de la Cosecha regresó al Salón Gourmets de Madrid en el mes de abril, acompañado por iniciativas agroalimentarias inspiradoras que están constatando que el rural tiene múltiples vías para un futuro sostenible.

La apuesta por la sostenibilidad del Mercado de la Cosecha es clara y su stand, fiel a la filosofía del proyecto, fue un claro ejemplo de ello. Desde la organización del Salón Gourmets, nuestro espacio, fabricado 100% con materiales reutilizados y reciclados, fue reconocido como una de las propuestas más impactantes de la feria, convirtiéndose en sí mismo en una experiencia de autenticidad y sostenibilidad. Por él, pasaron más de 100.000 visitantes de 70 países que pudieron participar en las diversas actividades que acercaban al visitante a la forma de hacer de los 21 productores presentes en el stand.

Al Salón de Gourmets viajaron las sidras Maeloc; los vinos Ponte da Boga; los huevos de Galo Celta; los lácteos de Kalekói, Xanceda y Arqueixal; los quesos de Cortes de Muar; las conservas de Amorodo; las galletas de Daveiga; las castañas de Naiciña; los helados de Bico de Xeadro, los grelos deshidratados de Milhulloa y las infusiones, arroces y especias de Orballo. Como nuevas iniciativas de éxito diferenciador en el rural gallego, en esta ocasión presentamos los postres artesanos de Versos da Ruda, los quesos de Airas Moniz, los derivados del saúco (mermelada, licor y jalea) de Carabuñas y los pimientos de Herbón de A Pementeira.

JORNADAS FORMATIVAS

Cerca de 500 alumnos de escuelas de hostelería participaron en las Jornadas formativas del Mercado de la Cosecha durante este curso 2018-2019, en el que pusimos a disposición de centros de hostelería un total de 23 talleres con un carácter eminentemente práctico. Fueron 13 escuelas las que se sumaron a esta propuesta formativa: once de ellas en Galicia, prácticamente todas las que imparten esta especialidad en las cuatro provincias, y dos de ellas fuera de la comunidad, como es el caso del CIFP Hurtado de Mendoza de Granada y el CIFP de Hostelería y Turismo de Gijón.

El objetivo de estas jornadas es, además de aportar valor a la formación de futuros profesionales del sector de la hostelería, acercar a los alumnos, al producto en su origen y a la identificación de producciones sostenibles, transformando ideas preconcebidas, hábitos y perspectivas para reflexionar sobre lo importante que son las acciones que están llevando a cabo pequeños productores agroalimentarios que impulsan el desarrollo sostenible del rural.





JORGE ACUÑA Y MARTÍN AZÚA, EN RIVERSIDE

Riverside continúa fomentando la creatividad y el arte como motor de desarrollo y bienestar. En los últimos meses los diseñadores Jorge Acuña y Martín Azúa han participado en nuestro proyecto de compromiso social en colaboración con el proyecto '12 Miradas' de la Galería Vilaseco de A Coruña

Desarrollamos este programa desde el año 2016 haciendo posible que prestigiosos artistas de vanguardia nacionales e internacionales, procedentes de diversas disciplinas, exhiban su talento para inspirar, fomentar y acercar la creatividad y el arte a todo tipo de público a través de distintas actividades

como conferencias, charlas, talleres, formación o publicaciones.

En los últimos meses, han participado en la vertiente urbana de este programa los creadores Jorge Acuña y Martín Azúa, con exposiciones y conferencias abiertas al público en la Galería Vilase-

co de A Coruña. La vertiente rural del proyecto se desarrolló de la mano de Martín Azúa con un taller práctico impartido en la Ribeira Sacra, en nuestras instalaciones de Ponte da Boga en Castro Caldelas (Ourense), en el que participaron 12 alumnos becados por la compañía.

JORGE ACUÑA

El creador de costura lucense, Jorge Acuña, puso el broche final a su décimo aniversario en el mundo de la moda con una charla en el ciclo 12 Miradas::Riverside, que tuvo lugar el pasado 26 de diciembre en la Galería Vilaseco de A Coruña y donde ofreció su particular visión de la vida y del arte a través de imágenes significativas para él y con la que dio comienzo a una exposición sobre las mismas.



MARTÍN AZÚA

Tras ofrecer una charla en el ciclo 12 Miradas::Riverside, el diseñador vasco, uno de los creadores más importantes del diseño español actual, se desplazó hasta la Ribeira Sacra para impartir un taller el 11 y 12 de mayo en colaboración con el artesano alfarero local Elías González de la Rectoral de Gundivós. Durante el taller, trasladó a los alumnos su visión sobre el proceso creativo, que considera los métodos experimentales como parte fundamental del diseño, incorporando los procesos naturales en la vida cotidiana y la utilización de recursos artesanales para salvaguardar la diversidad cultural y tecnológica.



granini[®]

— SOLO LA —
**MEJOR
FRUTA**
— PARA TUS CLIENTES —



graninies

www.granini.es

UNA SONRISA POR NAVIDAD

Por segundo año consecutivo, nos unimos a esta campaña con el objetivo de repartir ilusión entre los niños en riesgo de exclusión social de las comunidades locales de nuestros centros trabajo que, sin la solidaridad de su entorno, no tendrían un regalo bajo el árbol.

La acción tuvo nuevamente una fantástica acogida entre los empleados de la compañía que colocaron sus regalos bajo el árbol o realizaron su donación. Aportamos un total de 201 regalos que fueron entregados a niños de A Coruña, Asturias, Granada, Lugo y Ourense; o bien a través de sus familias, que se encargaron de colocar el regalo bajo el árbol, o bien a través de los propios Reyes Magos que se encargaron de su entrega.

CATA DE CERVEZAS CON LA ONCE

Nuestro equipo de voluntariado organizó una actividad de introducción a la cata para 24 personas con discapacidad visual de la Fundación ONCE, para la que contó con la colaboración del área de Cultura de Cerveza, a través de Xabier Cubillo.

Los voluntarios se encargaron de las tareas previas de planificación, montaje, preparación y acompañamiento durante la actividad, en la que los asistentes pudieron conocer más de cerca y guiados por un profesional las características de nuestras cervezas.



REYES MAGOS POR UN DÍA: VIVIR LA MAGIA DE LA NAVIDAD



En enero, nuestros voluntarios se convirtieron en Reyes Magos y Pajes Reales por un día para hacer realidad el deseo de los niños del Centro de Menores San José de Calasanz de A Coruña: vivir de la magia de la Navidad de una forma diferente.

Tras un importante trabajo previo de caracterización, los voluntarios se desplazaron hasta las instalaciones del centro y aparecieron en su fiesta de Navidad cargados de regalos, chucherías y Roscón de Reyes, desatando la emoción de los allí presentes y haciendo realidad algunos de los deseos de estos pequeños.

DEPORTE SOLIDARIO

El equipo de voluntariado de la compañía disfrutará de una jornada inclusiva y de acompañamiento con los miembros de la Fundación Pablo Beiro y del Club Amfiv, cuyo objetivo principal es la integración social de personas con discapacidad a través del deporte.

Durante esta jornada, los voluntarios participaron en diversas actividades deportivas y de acompañamiento como baloncesto o natación con niños de capacidades diferentes. Además, los voluntarios disputaron varios partidos 3x3 de Baloncesto Inclusivo, en silla de ruedas, con personas con y sin discapacidad. Por la tarde, después de la comida, se animaron a jugar un partido de baloncesto con los jugadores del primer equipo del Club Amfiv.



CAMPAÑA RECOGIDA DE ROPA

Un año más, el equipo de voluntariado puso en marcha la campaña de recogida de ropa que se desarrolló desde el 2 de abril al 20 de mayo. Una iniciativa que tuvo lugar en todos nuestros centros de trabajo para recoger la ropa que ya no se utiliza, aprovechando el cambio de temporada, a favor de La Cocina Económica, Cáritas y Equis Zebra, para su reparto entre los colectivos más desfavorecidos.



PAINTING FOR OTHERS

Un grupo de voluntarios participó en esta iniciativa, puesta en marcha con la ONG Cooperación Internacional con el objetivo de reformar y rehabilitar las casas de familias con escasos recursos para mejorar sus condiciones de vida.

Fue una jornada muy emotiva en la que los voluntarios, además de realizar trabajos de pintura y saneamiento de la vivienda supervisados por profesionales, pudieron compartir una jornada de convivencia con la familia.

ACTIVIDAD DE SENSIBILIZACIÓN EN AFACO

Nuestro equipo de voluntariado realizó esta actividad para conocer más de cerca el trabajo que realiza esta organización sin ánimo de lucro que está dirigida a mejorar la vida de las personas afectadas por el Alzheimer, así como la de sus familias, mediante una atención integral personalizada y de calidad.

En la actividad los voluntarios realizaron una visita al centro de la ONG en A Coruña, acompañados por personal técnico de AFACO. Además, realizaron un taller de arte y reminiscencia con personas afectadas por el Alzheimer y asistieron a una charla de concienciación impartida por la directora técnica del centro.



UN 'MASTERCHEF' MUY ESPECIAL

El equipo de voluntariado de la compañía visitó recientemente las instalaciones de la Fundación ADCOR, para participar en una actividad muy especial: un concurso de cocina con los usuarios de esta organización sin ánimo de lucro dedicada a mejorar la vida de las personas adultas en situación de dependencia.

Divididos por equipos, los participantes tuvieron que coordinarse con sus compañeros para elaborar cuatro platos fríos que exigían las normas de este Masterchef. Un jurado se encargó de valorar todos los platos y de elegir a los ganadores, que fueron todos ellos.



COLABORACIÓN CON FUNDACIONES

Tratamos de responder a las solicitudes de ayuda que nos llegan, cada día, por parte de organizaciones sin ánimo de lucro y fundaciones cuyo fin es mejorar la situación o la calidad de vida de colectivos y personas desfavorecidas

Intentamos dar respuesta de la mejor forma posible a estas solicitudes y reaccionar con rapidez en casos de extrema necesidad.

A lo largo de los últimos meses se ha colaborado con entidades como AGMAL (Asociación Galega de Mestres de Audición e Linguaxe), ONG Hoy por ti, Asociación Parkinson Galicia, Asociación Reto a la Esperanza, Asociación Familiares y Amigos de Niños Enfermos de Neuroblastoma, Asociación de Bulimia y Anorexia de A Coruña, Fundación ONCE, ONG Equus Zebra, Club Deportivo Cristal, Asociación Ciudadana de Lucha contra la Droga, Fundación Lo que de verdad Importa, Asociación Pablo Ugarte, Asociación Jaime Rever, Fundación Pablo Beiro, entre otros.





COMPROMETIDOS CON LA PROSPERIDAD DE NUESTRO RURAL

Una iniciativa de compromiso social de Hijos de Rivera que tiene por objetivo transformar el medio rural con un nuevo modelo de desarrollo socioeconómico sostenible, próspero y responsable. El proyecto pretende convertirse en palanca competitiva y de cambio a través de la investigación y la formación, así como de la divulgación y promoción de iniciativas inspiradoras que contribuyan a la generación de riqueza y desarrollo del medio rural.



MERCADO DE LA COSECHA



@MERCADOCOSECHA



@MERCADOCOSECHA

Ciclo 1906

Música para la inmensa minoría

EL CICLO 1906 PRESENTÓ SU RENOVADA PROPUESTA MUSICAL, LLENA DE RITMO Y SENTIMIENTO, EN MÁS DE 50 CONCIERTOS DE 16 CIUDADES ESPAÑOLAS



Entre el 27 de marzo y el 19 de junio (19.06) la nueva edición del Ciclo 1906 llevó por toda la geografía española nuestra propuesta musical que conjuga calidad, virtuosismo y pasión, y que en esta ocasión añadió un nuevo giro en su concepción con el lema 'Música para la Inmensa Minoría'. De esta forma nació un nuevo concepto fiel al amor por la música de raíz y los estilos que ensalzan el ritmo y el sentimiento, pero que ha dado un paso más en busca del riesgo creativo. Los sonidos electrónicos y la experimentación se sumaron al virtuosismo y a la más alta calidad musical en esta propuesta renovada que marida a la perfección con el espíritu inconformista y apasionado de nuestras Cervezas 1906.

En esta propuesta se pudo disfrutar del jazz electrónico del siempre sorprendente Mark Guiliana (batería del último disco de David Bowie), pasando por el prodigio del piano flamenco de Diego Amador o el sonido rompedor de The Bad Plus. También hubo espacio para el flamenco mestizo de Chano Domínguez o el encuentro de tres grandes artistas como "El Bola», Javier Colina y Bandolero. La apuesta por la modernidad nos adentró en los nuevos sonidos donde priman diversidad, nuevas tendencias y fusión de géneros, como el hip-hop electroacústico de Big Menu o el Funky-soul abrasador de Sugar Drops. Y muchos más nombres, como Víctor Prieto & Abe Rábade, Lithium, Marian Ledesma & Tinaquero Brothers, Bakin Blues Band o Swinging Flamings.

Nuevos recintos únicos

AUNQUE CLUBES Y TEATROS SIGUEN SIENDO LOS ESPACIOS NATURALES DE ESTOS CONCIERTOS, ESTA TEMPORADA SE HAN SUMADO OTROS RECINTOS ÚNICOS

A salas como el Café Berlín, auténtico referente de la música en directo en formato club, y teatros como el majestuoso Coliseum de Madrid, se han unido emplazamientos sorprendentes como el Patio Casa de las Campanas de Córdoba, en una comunidad que recibió este año el Ciclo 1906 por primera vez en 6 noches de música inolvidables.

Virtuosismo, pasión, rebeldía y calidad en un ciclo para la Inmensa Minoría. —



SON
Estrella Galicia

A que
suena tu
cerveza?

Gira Décimo Aniversario

10

años
conciertos
artistas
espacios



SON Tickets

Compra tu entrada en son.estrellagalicia.com

SON Estrella Galicia

Diez años de buena estrella

10 AÑOS – 10 CONCIERTOS – 10 ARTISTAS – 10 ESPACIOS ASÍ SE HA PRESENTADO LA GIRA DEL DÉCIMO ANIVERSARIO DEL PROYECTO MUSICAL DE ESTRELLA GALICIA EN EL QUE LA CERVEZA HA SIDO LA GRAN PROTAGONISTA

Nuestro SON Estrella Galicia está viviendo su año más especial. El 10º aniversario del proyecto musical cervecero de Estrella Galicia ha vuelto a sus orígenes y a su esencia: la experiencia inolvidable de directo construida con tres elementos indispensables: artistas únicos, espacios singulares y la mejor cerveza. Para seguir fiel a su esencia ha diseñado una gira de 10 conciertos protagonizados por 10 artistas que tocarán en 10 espacios únicos del circuito SON Estrella Galicia.

Emoción, pasión, calidad y apuesta por la artesanía en 10 fechas que, además, tienen como gran protagonista a nuestra cerveza. Nombres como los del cantautor sueco José González, la cantaora Rocío Márquez y el soul de Vintage Trouble o La Dame Blanche para dejar un recuerdo inolvidable de un proyecto que ha programado ya más de 1.000 directos en 25 salas de 20 ciudades, de los que han disfrutado más de 400.000 personas.

Un proyecto hecho por y para los que aman la música y la cerveza y que se ha convertido en uno de los pilares básicos de la escena musical en directo. SON Estrella Galicia ha subido a sus escenarios a artistas de la talla de The Jesus & Mary Chain, Jaime Lidell, Crystal Fighters, Tindersticks o Saint Etienne. Y ha servido de lanzadera para talentos emergentes que se han convertido en algunos de los nombres más importantes de la actualidad, desde Rosalía a Nathy Peluso, Niño de Elche o Micah P. Hinson.

A lo largo de este tiempo SON Estrella Galicia ha diversificado su propuesta integrando a su programación ciclos de música como Voces Femeninas, el 981 Heritage o el American Autumn o apoyando y trabajando mano a mano con algunos de los festivales inimitables que se celebran en España como WOS x SON Estrella Galicia, Sinsal SON Estrella Galicia, Monkey Week u organizando su propio festival experiencial: SON Estrella Galicia Posidonia en la mágica isla de Formentera.

Además, hace 4 años se apostó por un sello discográfico que prepara también grandes sorpresas. Se está preparando un proyecto de grabaciones muy especial y a final de año se lanzará un documental sobre estos 10 años de música.

Últimas propuestas musicales

SON Estrella Galicia ha vuelto a apostar este año por nuevos sonidos y artistas capaces de crear esos momentos de magia emblemáticos del ciclo. En esta edición, se han dado cita nombres como Dominique A, Nikki Hill, Guadalupe Plata, The Soul Jacket, Fastball, Anier, Biznaga, 100% Psych, King Khan's Louder Than Death, Shonen Knife, Holywater, JPEGMafia, Ricardo Vicente, Radio Océano o The Flamin' Groovies, entre otros muchos. Una nueva apuesta de la plataforma de música indie más emblemática del panorama nacional con directos inolvidables y el respaldo de la mejor cerveza.



Son Estrella Galicia

Siguió sonando en Brasil

EN 2019, NUESTRO PROYECTO SON ESTRELLA GALICIA SIGUE SONANDO AL OTRO LADO DEL ATLÁNTICO PARA HACER LAS DELICIAS DE LOS MUSIQUEROS BRASILEÑOS, QUE PUDIERON DISFRUTAR DE INCREÍBLES ESPECTÁCULOS MUSICALES EN COMPAÑÍA DE NUESTRA CERVEZA

En el mes de abril disfrutamos con el primer concierto SON Estrella Galicia de 2019 en Brasil, un grito de resistencia por la buena música y la buena cerveza. La sala Estrella Galicia Estación Rio Verde abrió sus puertas, escenario y corazón a Los Sebosos Postizos, una reunión de miembros de la banda Nación Zumbi que versionó clásicos de Bob Marley & The Wailers. Esta misma sala recibió en el mes de mayo a Georgia e Primeiramente, prometedoras voces del Hip Hop brasileño.



Maketón Maeloc

De Los40 Vigo

CERRAMOS LA 18 EDICIÓN DEL PROGRAMA MAKETÓN MAELOC, CON LA GALA DE ENTREGA DE PREMIOS QUE SE CELEBRÓ EN EL MES DE DICIEMBRE EN LA SALA RADAR DE VIGO, Y QUE CONTÓ CON LAS ACTUACIONES EN DIRECTO DE LOS JÓVENES GRUPOS LOCALES THE RIGGOS Y ATLANTIC

Dreams of Dolly Sheep recibió el premio Mejor Directo de Grupo Local 2018 y Pablo Martín el de Mejor Productor de 2018. El grupo vigués Maryland fue galardonado por su trabajo "El resplandor" como el Mejor Disco de Grupo Local 2018 y Germán Fandiño (Tony lomba) fue reconocido a la Mejor Trayectoria Musical. El Premio al Mejor Disco Auto-editado 2018 fue para Nicolás Pastoriza, otro icono de la escena musical local, mientras que el grupo vigués Basanta recibió el Premio al Mejor Videoclip de la última edición por "Gris" canción incluida en "Colorama" el trabajo de debut de la banda.

CERVEZAS

1906



PARA UNA

INMENSA MINORÍA

1906 RECOMIENDA EL CONSUMO RESPONSABLE

ESTRELLA GALICIA 0,0 Y MCLAREN RACING ALIADOS EN EL PADDOCK

Nuestra marca Estrella Galicia 0,0 y McLaren Racing firmaron un acuerdo para establecer su colaboración en Fórmula 1 durante los próximos años. Esta alianza celebra una pasión compartida por apoyar a jóvenes talentos de la competición y por el deporte de la Fórmula 1, y se ha materializado a través de nuestra marca de cerveza sin alcohol, Estrella Galicia 0,0.

De este modo, nuestra marca cuenta con una presencia destacada en los dos monoplazas del equipo McLaren, así como en la equipación de sus pilotos: el español Carlos Sainz y el británico Lando Norris.



REFORZAMOS NUESTRO ACUERDO CON MCLAREN CON LA INDY 500

Expandimos esta colaboración con McLaren Racing al sumarnos de su mano y de la del conductor español Fernando Alonso a la Indianápolis 500, celebrada en el mes de mayo, donde pudimos ver a nuestra marca Estrella Galicia 0,0 sobre el monoplaza McLaren-Chevrolet y en el mono de Fernando Alonso, así como en la equipación de McLaren para la Indy 500.



José Villanueva

Responsable de Patrocinios Deportivos
Hijos de Rivera SAU

Fearlessly forward (“hacia adelante sin temor”) es el lema de McLaren

Racing, la legendaria escudería británica fundada hace 56 años por Bruce McLaren y de la que nuestra marca Estrella Galicia 0,0 es su cerveza oficial desde el pasado mes de enero.

Un patrocinio que supone asociarnos con uno de los equipos más laureados de la historia de la F1, una marca sólida y potente a nivel mundial que, a pesar de su legado en el mundo de la competición y producción de súper deportivos, su principal fuente de negocio es la creación de patentes tecnológicas.

Sin embargo, no es el único aliciente para nuestra llegada a Woking, la futurista sede del grupo McLaren diseñada por el arquitecto Norman Foster.

Las nacionalidades de los pilotos del equipo están muy alineadas con nuestros mercados clave: por un lado, Carlos Sainz como claro exponente de nuestra filosofía de apoyo al talento y líder del proyecto y por otro, Lando Norris como el piloto debutante más joven de la historia de Gran Bretaña en F1.

A ellos se les une Sergio Sette Cámara como piloto de desarrollo y que continúa la herencia brasileña en McLaren iniciado hace décadas por campeones de la talla de Ayrton Senna o Emerson Fittipaldi.

Además, compartimos valores: McLaren es independiente dentro de la industria de la F1 dado que fabrica sus propios componentes (chasis, caja de cambios, suspensiones...) y es autónomo a la hora de elegir motor (a diferencia de otros equipos “no motoristas” que sacrifican su poder de decisión por un coste más asequible en las unidades de potencia).

Por último, tras años de declive deportivo propiciado principalmente por los cambios regulatorios y el inicio de la era híbrida, McLaren mira al futuro con ambición, inmersos en un profundo proceso de reconstrucción técnica y humana con el único objetivo de volver a la élite del mundial desbancando, como nos pasa en el mundo de la cerveza, a sus respectivos Goliats.



TEAM ESTRELLA GALICIA 0,0: UNIDOS POR UNA MISMA ILUSIÓN

La Real Fábrica de Tapices de Madrid acogió la puesta en escena del proyecto deportivo del Team Estrella Galicia 0,0 para 2019, un proyecto de estructura piramidal que vuelve a brindar su apoyo desde las competiciones para nuevos talentos hasta la élite del Campeonato del Mundo de MotoGP, donde cuenta con representación en Moto2 y Moto3, así como en la nueva y excitante clase eléctrica de MotoE

El apoyo de Estrella Galicia 0,0 al talento emergente también está representado, tanto en el Campeonato del Mundo Junior Moto3 como en la European Talent Cup -categorías ambas del FIM CEV Repsol-, como en el Campeonato de España de Velocidad RFME.

MOTO2

El Campeonato del Mundo de Moto2 se convierte este año en una categoría totalmente nueva para los pilotos, debido a los cambios introducidos en el reglamento técnico. Las nuevas máquinas están impulsadas por un motor tricilíndrico con una cilindrada de 765cc, una modificación que aumenta si cabe el espectáculo de una categoría marcada por la igualdad mecánica en la parrilla. Compiten en esta categoría los pilotos Álex Márquez y Xavi Vierge.

MOTO3

Por su parte, el Team Estrella Galicia 0,0 Moto3 vuelve a contar con dos jóvenes talentos en la parrilla, Alonso López y Sergio García Dols, que buscan su propio espacio en el primer escalón entre la élite mundialista.

MOTO3 JUNIOR

El Junior Team Estrella Galicia 0,0 vuelve a estar en la parrilla del Campeonato del Mundo Junior Moto3 con tres pilotos de prometedora proyección: Daniel Holgado, Julián Giral y Ryusei Yamanaka.

EUROPEAN TALENT CUP

La competitiva European Talent Cup vuelve a reunir en parrilla a una nueva hornada de pilotos en busca de progresar en su carrera deportiva y el Talent Team Estrella Galicia 0,0 está de nuevo presente como equipo de referencia con tres pilotos: José Antonio Rueda, Adrián Cruces y Diogo Moreira.

MOTO4

Asimismo, la formación Monlau Repsol Technical School Team está presente en el Campeonato de España RFME con tres pilotos en la categoría de Moto4: Brian Uriarte, Ángel Piqueras y Pol Solá.

VIVIMOS LA EMOCIÓN DE LA FÓRMULA 1 CON CARLOS SAINZ

GRADA CARLOS SAINZ

En el mes de marzo, Carlos Sainz presentó por cuarto año consecutivo el proyecto Grada CS55, con el objetivo de facilitar que los fans de Carlos y de la Fórmula 1 en general puedan vivir desde dentro la emoción del Gran Premio de España. Se puso a disposición del público un pack de 99€ consistente en una entrada de tres días para disfrutar del circuito de Barcelona desde la Tribuna M, con un aforo de 3.500 personas, en la entrega de una gorra y una bandera para animar al piloto y un pack de latas de nuestra cerveza Estrella Galicia 0,0.

ENCUENTRO CON LOS MEDIOS CARLOS SAINZ

En el mes de mayo, coincidiendo con la semana del Gran Premio de España de F1 celebramos un evento de Estrella Galicia 0,0 en la Masía de Bouquet Dálella en Barcelona, como partner de McLaren, que tuvo como protagonista al piloto Carlos Sainz. El piloto compartió con la prensa sus sensaciones en esta temporada y habló también sobre sus expectativas y, para culminar el evento, todos ellos compartieron una divertida actividad de tiro con arco.



VOLAMOS SOBRE DOS RUEDAS EN EL MUNDIAL DE MOTOCICLISMO CON LOS HERMANOS MÁRQUEZ

EL HEPTACAMPEÓN DEL MUNDO DE MOTOCICLISMO REGRESÓ A BRASIL CON ESTRELLA GALICIA 0,0

En el mes de abril, Marc Márquez aterrizó en Brasil de la mano de Estrella Galicia 0,0 para participar en un encuentro con los medios de comunicación brasileños, ante quienes compareció en una rueda de prensa en la que hizo repaso de su trayectoria junto a nuestra marca y habló sobre sus retos y desafíos de cara al futuro.

ÁLEX MÁRQUEZ SE REUNIÓ CON SUS FANS EN JEREZ

Coincidiendo con el Gran Premio de Jerez, en el mes de mayo Álex Márquez participó en un meeting point organizado por Estrella Galicia 0,0, para hacer un guiño a nuestros consumidores andaluces. Durante el evento, el piloto estuvo muy cerca de sus fans, firmando autógrafos y haciéndose fotos con ellos.

Esta acción supuso el colofón final a una acción que contó con sorteos de merchandising oficial del Team Estrella Galicia 0,0 y de entradas para asistir al Gran Premio de Jerez.

ACTIVACIÓN NACIONAL MOTOGP OFFTRADE

Un año más, trasladamos el mundial de motoGP al canal de alimentación de la mano de Estrella Galicia 0,0 en el grupo el Corte Inglés. A través de una acción 360, con mecánicas de rotación, visibilidad, imagen y presencia digital con motivo del Gran Premio Internacional de Brno que se celebra en el mes de agosto en la República Checa.



GIJÓN MOTOWEEKEND

A través de nuestra marca Estrella Galicia 0,0 hemos sido de nuevo patrocinadores del Festival Gijón Motoweekend, que tuvo lugar del 7 al 9 de junio en el recinto ferial Luis Adaro de Gijón. Participamos como cerveza oficial acompañando a nuestro piloto del Team Estrella Galicia 0,0 MVDS, Xavi Vierge junto a invitados como Ernest Riveras, Óscar Haro y Sara García.



ILLA PANCHA CHALLENGE

Estrella Galicia y Cabreiroá fueron cerveza y agua oficiales del campeonato de surf 'Illa Pancha Challenge', que a principios de este año convirtió a Galicia en el centro de todas las miradas de aficionados del surf, de Australia a Hawái

Un campeonato de olas gigantes celebrado en Illa Pancha, en Ribadeo, coincidiendo con una borrasca del Atlántico Norte que trajo a este enclave olas de alrededor de 20 metros, en el que participaron más de una veintena de surfistas llegados de diferentes puntos del mundo. Entre ellos, importantes plusmarquistas mundiales de olas gigantes como Rodrigo Koxa, que batió récord en Nazaré a la ola más alta jamás surfada; Lucas Chumbo Chianca, surfista brasileño ganador de pruebas de olas XXL como Nazaré; o Sebastien Steudner, que cuenta con varios records mundiales sobre olas gigantes.



CABREIROÁ LAS AMÉRICAS PRO TENERIFE

Entre el 4 y el 10 de febrero se celebró en la playa de Las Palmeras de Tenerife la competición 'Cabreiroá Las Américas Pro Tenerife', la única prueba de Canarias con carácter puntuable para el circuito mundial de Surf y la segunda prueba del circuito europeo QS en 2019.

Una prueba respaldada por nuestra marca Cabreiroá que reunió en torno a 150 especialistas del circuito internacional de surf en las diferentes categorías, procedentes de Francia, Portugal, Reino Unido, Alemania, Colombia, USA, Francia, África, Irlanda, Asia, además de una buena representación de surfistas españoles. Rubén Vitoria, campeón de la prueba en 2018, o Nadia Erostarbe, campeona de Europa junior, son solo algunos de los que participaron en esta edición 2019 del 'Cabreiroá Las Américas Pro Tenerife'.

CABREIROÁ PRO ZARAUZ

Entre el 8 y el 12 de marzo, Zarautz fue testigo del campeonato Cabreiroá Pro Zarautz, prueba del circuito Qualifying Series 1.500 de la World Surf League que contó con el respaldo de nuestra marca Cabreiroá como naming sponsor. Una competición en la que participaron de nuevo los surfistas más destacados del ranking europeo femenino y masculino y a la que se sumaron también otros surfistas internacionales, en total 126 hombres y 23 mujeres de más de 12 nacionalidades.

En esta cita impulsamos la sostenibilidad como eje de activación innovador, maximizando la afinidad que nos brinda el territorio surf con su público y aprovechando su potencial y alcance como plataforma de comunicación a través de contenidos, experiencias y promociones. Estrella Galicia, cerveza oficial del evento, estuvo presente dando soporte y consumo a toda la programación deportiva, musical y cultural durante los 5 días de celebración del evento.



MEJOR JUGADOR ESTRELLA GALICIA

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.

Los jugadores del mes Estrella Galicia para el Depor fueron Carlos Fernández en octubre, Dani Giménez en noviembre y marzo, Edu Expósito en diciembre y febrero, Borja Valle en enero y Quique González en abril. Para el Celta, los jugadores elegidos por los aficionados han sido Iago Aspas en octubre y abril, Brais Méndez en noviembre, Okay Yokuslu en diciembre y febrero y Rubén Blanco en enero y marzo. En el caso del Pontevedra, los galardonados han sido Alex González en octubre, Javi Pazos en noviembre, Víctor Vázquez Churre en diciembre y marzo, Berrocal en enero, David Castro en febrero y Álvaro Bustos en abril. Para el Lugo han sido Carlos Pita en octubre, Juan Carlos en noviembre, diciembre y enero, y Lazo en febrero, marzo y abril. Los aficionados del Obradoiro han elegido a Nacho Llovet en octubre, noviembre y enero, Kostas Vasileiadis en diciembre, Albert Sàbat en febrero, Ben Simons en marzo y Kyle Singler en abril.



ACOMPAÑAMOS A NUESTROS EQUIPOS A LA CIMA

TRICAMPEONATO PAULISTA PARA EL CORINTHIANS

En el mes de abril, el Corinthians logró el tricampeonato Paulista, un hito histórico que el equipo había celebrado por última vez en 1939

Con el objetivo de incrementar nuestra notoriedad de marca en Brasil y aprovechando un contexto como el juego decisivo del Campeonato Paulista, desarrollamos una serie de acciones especiales para acompañar al equipo en la celebración de un momento como este: además de los soportes habituales como patrocinador del Corinthians, lanzamos un vídeo bajo el concepto de posicionamiento 'Resistencia Cervejeira desde 1906' para homenajear al equipo y su afición, desarrollamos acciones con influencers y entregamos a cada uno de los miembros del equipo una copa de cerveza en forma de bota de fútbol personalizada con su nombre.



ACOMPAÑAMOS AL DEPORTIVO FEMENINO EN SU ASCENSO

En mayo, la Cervecería Estrella Galicia de Cuatro Caminos fue también escenario de un acto en el que el equipo femenino del Real Club Deportivo al completo, acompañado de los técnicos y la directiva, compartió con nosotros su ascenso a la Liga Iberdrola de fútbol, la máxima categoría de fútbol nacional femenino. Sin duda un hito histórico y un importante logro para el equipo que quisieron celebrar en compañía de sus patrocinadores.



EL CRAT FEMENINO BRINDÓ POR EL TÍTULO DE LIGA CON ESTRELLA GALICIA

En el mes de marzo, el CRAT femenino se proclamó Campeón de la Liga Iberdrola de rugby, la categoría reina del rugby español, y quiso celebrarlo con nosotros, brindando por ese título en la Cervecería Estrella Galicia de Cuatro Caminos.

El equipo al completo, acompañado de los técnicos y la directiva del Club, visitaron nuestra cervecería para compartir la alegría por traer un segundo campeonato a la ciudad de A Coruña, y por haberse coronado como el mejor equipo de rugby español.



La experiencia, nuestro mayor valor

viajes orzán

DESDE 1978

Socios estratégicos



Ofrecemos
respuestas profesionales

Avda. Primo de Rivera 3 - La Coruña · Tel. 981 169 191
www.viajesorzán.com · viajesorzán@viajesorzán.com

Portugal

PORTO CHRISTMAS VILLAGE

Nuestras cervezas Estrella Galicia y 1906 estuvieron presentes en el mercadillo navideño Porto Christmas Village, en Alfandega do Porto. Contamos además con un espacio propio de cerveza 1906 dentro de la zona de restauración de este mercadillo, el primer espacio indoor de animación navideña de la ciudad y uno de los mayores de Portugal.



Irlanda

#DISCOVERTHEUNEXPECTED: GALICIA E IRLANDA UNIDAS POR LA CERVEZA Y LA ALTA COCINA

Para reforzar nuestro vínculo con Carlow Brewing, desarrollamos en su restaurante Urban Brewing de Dublín la acción #DiscoverTheUnexpected, una cena maridaje ideada con el objetivo de resaltar la similitud y la hermandad cultural que existe entre Galicia e Irlanda a través de la alta cocina y la cerveza. Cada uno de los 6 platos de este menú, ideado entre el chef gallego Pepe Vieira y el chef irlandés Dan Keane, fue cuidadosamente seleccionado para realzar las notas de sabor de las cervezas de Hijos de Rivera y O'Hara's Brewery.



Alemania

NOS EXHIBIMOS EN PROWEIN

Ponte da Boga fue una de las referencias de la D.O. Ribeira Sacra presentadas en la última edición de Prowein, que se celebró entre los días 18 y 20 de marzo en la ciudad alemana de Dusseldorf. Importadores y profesionales de la enología de todo el mundo tuvieron la oportunidad de conocer nuestros vinos en la que es considerada la mayor feria de vinos de todo el mundo y una de las más influyentes dentro del sector.

Además, por segunda vez hemos participado en este evento con un stand propio de Estrella Galicia que nos ha servido para fortalecer las relaciones con nuestros distribuidores actuales, acercar posturas con nuevos mercados potenciales y para acercar la marca a todos los profesionales asistentes. Con el fin de incrementar la fidelización de nuestros distribuidores, esta acción se complementó con el desarrollo de una cena maridaje en uno de nuestros clientes más relevantes y con más personalidad de Düsseldorf, Frida, en la que acompañados por el área de Cultura de Cerveza presentamos cada una de nuestras cervezas.



Eslovenia

ESTRELLA GALICIA ATERRIZA EN ESLOVENIA...

Llegamos a un acuerdo de distribución para comercializar nuestras cervezas en Eslovenia, de la mano de un distribuidor en la ciudad de Kranj, próxima a la capital Ljubljana. Se trata de un mercado de tamaño pequeño, pero con características interesantes para que Estrella Galicia, Estrella Galicia 0,0 y Estrella Galicia Sin Gluten triunfen en los bares, restaurantes y supermercados de las zonas más potentes del país.



UK 

REFORZAMOS NUESTRO VÍNCULO CON NUESTROS PARTNERS PRINCIPALES

Con motivo de la celebración de la Convención Anual Comercial de Greene King, nuestro distribuidor en exclusiva para el mercado de Reino Unido, el pasado 30 de mayo celebramos un evento conjunto en el McLaren Technology Centre, la sede de nuestro partner en Formula 1. Esta iniciativa, que surgió con el objetivo de poner en valor y reforzar nuestra relación con nuestros principales partners en UK, nos ha permitido trasladar al equipo de ventas de Greene King valores como la innovación, la artesanía y la forma de generar sinergias en un mercado tan relevante para la compañía.

El evento contó con la presencia de nuestro CEO Ignacio Rivera y Zak Brown, CEO de McLaren. Además contó con la presencia del piloto Lando Norris, que durante una charla informal compartió, que durante una charla informal compartió con los asistentes su mensaje de superación y experiencia en la Fórmula 1. El evento se completó con una visita de los asistentes a las instalaciones del grupo McLaren, en la que pudieron conocer más de cerca el proyecto de nuestro partner en Fórmula 1.



Turquía 

Llegamos a un acuerdo con un potente importador de Turquía, que distribuirá en este mercado nuestra cerveza Estrella Galicia 0,0. Además de ser un mercado de gran tamaño, Turquía cuenta con un gran potencial para las cervezas sin alcohol.

Filipinas 

PAELLA GIGANTE MARIDADA CON ESTRELLA GALICIA Y MAELOC

En el mes de marzo, celebramos un evento en Greenbelt 3 Park (Makati) en torno a nuestras cervezas Estrella Galicia y sidras Maeloc. Para emparar este evento de personalidad española, el centro de atención fue una paella gigante que todos los invitados pudieron degustar, acompañada de nuestros productos.



Vietnam 

MAELOC ENTRA EN EL MAYOR SUPERMERCADO GOURMET DE VIETNAM

Nuestras sidras Maeloc han sido referenciadas en An Nam Gourmet, el mayor supermercado gourmet de Vietnam, ubicado en el centro comercial Takashimaya, en Ho Chi Minh City



Argentina

EXPERIENCIA EN TERMAS DE RÍO HONDO

En el mes de marzo compartimos la emoción del motociclismo con clientes de Sudamérica, que pudieron vivir desde dentro la carrera del Mundial de MotoGP disputada en Termas de Río Hondo. Han participado en esta experiencia clientes y distribuidores de Chile, Bolivia, Paraguay, Uruguay y Argentina que, además de asistir a dos días de emocionantes carreras en el circuito, pudieron disfrutar al máximo de nuestras cervezas Estrella Galicia y 1906 durante las comidas.



FOOD TRUCK ESTRELLA GALICIA - LA MARTONA

La Martona es uno de los primeros restaurantes de Buenos Aires ubicado en el barrio de Retiro, un local de referencia con el que hemos puesto en marcha un foodtruck que incluirá nuestra imagen y que comercializará nuestros productos. El objetivo de este proyecto es poder estar presentes en eventos al aire libre, permitiendo a los asistentes disfrutar a pie de calle de los platos de La Martina maridados con nuestras cervezas Estrella Galicia o 1906.



Paraguay

REVOLUTION FUEGOS: MÚSICA, GASTRONOMÍA Y ESTRELLA GALICIA

Con el objetivo de establecer un vínculo entre España y Paraguay, pusimos en marcha el evento 'Revolution Fuegos', una acción que une gastronomía y cultura de cerveza de ambos lados del Atlántico a través de sesiones de maridaje celebradas en espacios emblemáticos de Paraguay. Eventos en los que la buena música, la gastronomía y nuestra cerveza han sido la combinación perfecta para unir ambas culturas.



Uruguay

POR LA CARRETERA



Estrella Galicia ha sido una de las marcas patrocinadoras del programa con más audiencia del verano en Uruguay: 'Por La Carretera', que se emite en el canal 10 y que cada domingo se despide haciendo un brindis con nuestra cerveza. Acompañamos también a los invitados que acudieron a la presentación del programa, en el mes de enero, entre los que se encontraban personalidades de la vida social del país como chefs, deportistas, cantantes y periodistas, entre otros.

APOSTAMOS POR EL POLO

A través de nuestra marca Estrella Galicia respaldamos diferentes eventos de polo en Uruguay. En el mes de marzo patrocinamos el Torneo de Polo Estrella Galicia, en el que participaron equipos de diferentes partes del país para vivir una verdadera fiesta del deporte. Además, participamos en el Torneo de Polo Young, con el Equipo Estrella Galicia, que en la final logró la victoria y se proclamó Campeón del Torneo.



EN EL CARNAVAL DE URUGUAY

Con un total de 40 días de duración, entre los meses de enero y marzo, el Carnaval de Uruguay es, sin lugar a dudas, el de mayor duración del mundo y una festividad emblemática en este país. Este año, nuestra cerveza Estrella Galicia fue la protagonista de la celebración, patrocinando el Primer y Segundo premio del Carnaval, el Premio al Mejor Conjunto y el Premio Revelación del Carnaval. Además, patrocinamos el mayor escenario del Carnaval, el Tablado Geant, donde se dieron cita más de 50.000 asistentes presenciar las más de 150 actuaciones que tuvieron lugar durante el evento.



New York

CENA MARIDAJE EN ROBERTA'S

Para inaugurar nuestro vínculo con Roberta's, uno de los restaurantes italianos más famosos de Brooklyn, hemos celebrado una cena maridaje con nuestra cerveza Estrella Galicia a la que asistieron en torno a 250 personas. El evento estuvo amenizado por una sesión de música con DJs.



Tampa

TAMPA BAY BEER WEEK

Entre el 2 y el 10 de marzo, Estrella Galicia fue patrocinador principal del evento Tampa Bay Beer Week 2019. Un festival que se celebra en la bahía de Tampa, que incluye una serie de eventos como cenas y degustaciones, y donde la cerveza es la protagonista. En este contexto, presentamos nuestras marcas de cerveza en restaurantes que combinan la cultura gallega con la americana y nos unimos a cervecerías artesanales locales para crear experiencias únicas para nuestros clientes.



Seattle

SEATTLE BEER WEEK

En colaboración con nuestro socio distribuidor Orcas Distributing, en el mes de mayo estuvimos presentes en la Seattle Beer Week 2019. Hemos sido una de las 12 cervecerías protagonistas del evento que puso la cerveza en el punto de mira y durante el cual se desarrollaron cenas maridadas con cerveza, festivales, eventos sociales o presentaciones, entre otros.

PAELLA EN SPARKMAN WHARF

Sparkman Wharf es una de nuestras nuevas cuentas outdoor en el centro de Tampa, un espacio situado a lo largo del canal Garrison que celebra lo mejor de esta ubicación: el buen clima, las vistas frente al mar, la buena música, la cerveza artesanal y la gastronomía. En este contexto presentamos nuestras referencias Estrella Galicia y 1906 que maridaron con uno de los platos más típicos de España, la paella, en un evento al que asistieron en torno a 300 personas.



Miami

SPRUNG BEER FESTIVAL MIAMI

En el mes de abril estuvimos presentes en el SPRUNG! Beer Festival, una oda a las cervezas artesanales que se celebró en The Wynwood Marketplace, en Miami. En este evento se pudieron probar más de 100 tipos diferentes de cervezas, entre ellas las nuestras, en un entorno con música en vivo, actuaciones de DJs invitados, peleas de lucha libre y buena gastronomía.



BULLA LUNA BEER DINNER

Organizamos una cena maridaje con nuestra cerveza como protagonista en Bulla Gastrobar, uno de los restaurantes españoles de referencia en Miami. En esta cena se combinaron los gustos y la cultura de Galicia con los giros culinarios de la cocina americana moderna.



Florida

CONCIERTO DE G. LOVE EN KEY WEST

Ubicado a 90 millas al norte de Cuba, Key West es uno de los 25 destinos turísticos más potentes de América. En el mes de mayo impulsamos, en colaboración con el complejo hotelero de lujo Southernmost Beach Resort, ubicado en este cayo, un concierto único del artista estadounidense G. Love en la playa de este resort. El evento atrajo a multitud de turistas locales e internacionales dando lugar a un ambiente único y divertido, en el que los asistentes pudieron disfrutar de buena música maridada con nuestra cerveza Estrella Galicia.



LITIO
SILICE
SODIO
POTASIO
MAGNESIO

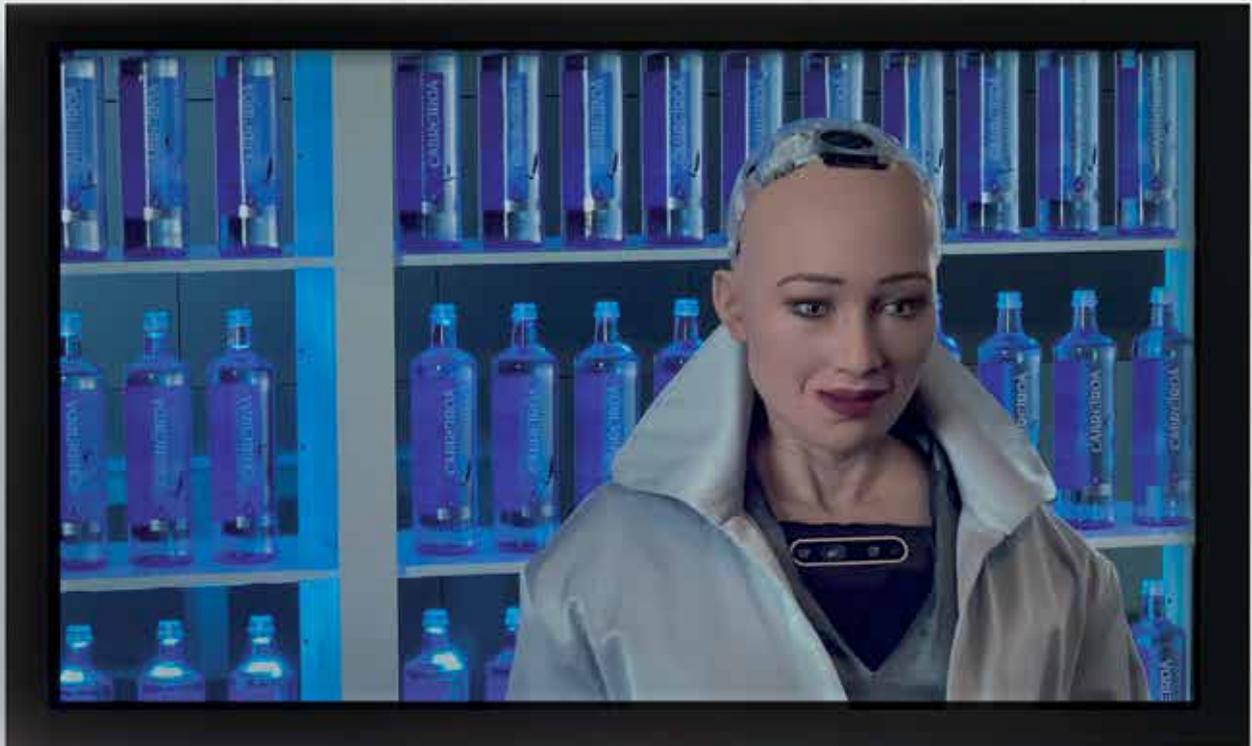
AGUA MINERAL NATURAL DE GALICIA

**RECARGA
100%
NATURAL**



galicia
calidade





Sophia

PROTAGONISTA DE LA ÚLTIMA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE CABREIROÁ

Sophia es la primera robot humanoide con ciudadanía de un país, diseñada para aprender y adaptarse al comportamiento humano. La actriz Audrey Hepburn sirvió a sus creadores como inspiración en su desarrollo, y fue activada el 19 de abril de 2015.

A diferencia de otros robots, Sophia tiene inteligencia artificial, procesamiento de datos visuales y reconocimiento facial. Es capaz de entablar una conversación con otro ser humano, mostrar más de 60 expresiones faciales y procesar prácticamente toda la información que llega a sus ojos, como las emociones de sus interlocutores a través de sus gestos.

El software de inteligencia de Sophia está diseñado por SingularityNET, un software de IA que le permite analizar conversaciones y extraer datos que le ayudan a mejorar sus respuestas con el tiempo.

A pesar de haber presumido en alguna entrevista de que *“las emociones son una parte innecesaria de la inteligencia humana”*, Sophia también tiene gustos propios. Cristiano Ronaldo es su jugador de fútbol favorito, le gusta la música electrónica y se declara fan de la saga de Star Wars. Quién sabe, ¡quizá algún día hasta le den un papel!

En sus múltiples viajes por el mundo, Sophia despierta una enorme expectación mediática. En los últimos meses, visitó España para el rodaje de la campaña de nuestra marca de agua Cabreiroá y manifestó su intención de visitar pronto Galicia. Señaló que *“no se me ocurre mejor lugar para recargarme de energía. Galicia es un entorno mágico y desbordante de vida. Seguro que al visitarlo puedo llegar a comprender vuestro sentimiento de saudade al dejarlo atrás”*.



José Luis Olmedo

Gestor de Proyectos de I+D+I
HRIncorp

Curiosidades sobre la sidra



» **¿Es lo mismo sidra natural que sidra “en rama”?**

Si, efectivamente. Los dos términos se refieren a la sidra que ha sido elaborada siguiendo prácticas tradicionales y a la que no se la ha añadido ni gas ni azúcar. Su característica principal es que es turbia.

» **¿Qué son los “posos” que pueden aparecer en el fondo de una botella de sidra natural?**

Se llama “borra” y se refiere al conjunto de materias, especialmente sustancias orgánicas y sales, que se depositan naturalmente en el fondo de los envases en el transcurso de la fermentación del mosto de manzana y durante la conservación de la sidra.

» **¿Cuánto alcohol se añade a la sidra?**

El alcohol de una sidra no es añadido, sino que es el resultado de la fermentación alcohólica que se produce en el proceso de fabricación. Este proceso lo realiza la levadura presente en las manzanas y que transforma los azúcares del mosto en alcohol y en gas carbónico natural.

» **¿Es verdad que MaeLoc Sin no tiene nada de alcohol?**

Contiene menos de un 0,9% de alcohol, es decir, prácticamente nada. El secreto que permite a MaeLoc Sin conservar el auténtico sabor de una sidra de



gran calidad y una cantidad tan baja de alcohol reside en su elaboración, ya que tiene el equilibrio adecuado entre sabor a zumo de manzana y a sidra, sin predominar uno sobre otro.

» **¿Existen añadas en la sidra como en el vino?**

La sidra no tiene añadas. En Custom Drinks se elaboran las sidras con un control riguroso de todos los procesos a los que se someten las manzanas, para elaborar unas sidras de alta calidad, tal y como lo corroboran los premios obtenidos en varias ediciones del International Cider Challenge, así como de las medallas obtenidas por parte del International Quality Institute (ITQI).

» **¿Por qué en la gama de sidras Maeloc hay sidras ecológicas y otras no lo son?**

Porque en Galicia, que es la primera productora de manzana de sidra de España, se cultivan de manera convencional y de manera ecológica y en Custom Drinks damos cabida a ambas para elaborar nuestra gama de sidras.

» **¿Qué tipos de levaduras y microorganismos añadimos al mosto para su fermentación?**

En Custom Drinks no se añaden ningún tipo de levaduras ni microorganismos para fermentar el mosto de manzana. Se realiza una fermentación natural.

» **¿Cuánto tarda en hacerse la sidra?**

Al ser un proceso natural, va a depender de la temperatura ambiental que haya en cada campaña en Chantada. Estará

entre 5 y 6 meses. Si las temperaturas son frías, la fermentación se desarrolla más despacio y si las temperaturas son altas el proceso se acelerará.

» **¿Por qué en Custom Drinks se trocean las manzanas en vez de triturarlas como hacen otras sidrerías?**

» Para conseguir trozos de manzana de 3-4 cm de tamaño, en vez de obtener una pasta como sería triturándolas. Así evitamos también romper las semillas de las manzanas que darías sabores no deseables en nuestras sidras Maeloc.

» **¿Por qué introducimos los trozos de manzana en tanque macerador antes de prensarlos?**

Para que se deshaga la pectina de la manzana que nos estorbaría para sacar el zumo y obtendríamos menor rendimiento, es decir obtendríamos menos litros de mosto por kilo de manzana. Además de ese tanque se extrae el mosto lágrima que es el que se usa para elaborar la Maeloc Achampanada.

» **¿Qué otros usos tienen nuestras sidras Maeloc?**

Nuestras sidras tienen un gran potencial por ejemplo en coctelería, como en el caso de nuestras sidras con sabores. Hemos elaborado un recetario con varias posibilidades para cada una de ellas. También se pueden utilizar como ingrediente en la elaboración de platos como, por ejemplo, cocer el pulpo en sidra natural que se obtiene un resultado sorprendente o el ya consabido pollo a la sidra.

NUESTRAS SIDRAS TIENEN UN GRAN POTENCIAL EN COCTELERÍA, COMO EN EL CASO DE NUESTRAS SIDRAS CON SABORES. HEMOS ELABORADO UN RECETARIO CON VARIAS POSIBILIDADES PARA CADA UNA DE ELLAS

Merluza al vapor

Diego Bello (Atlica 21)



Campeón
del Primer
Certamen de
Cocina Atlántica
Estrella Galicia

INGREDIENTES MERLUZA:

- + 1 MERLUZA 4 A 5 KILLOS
- + LECHUGA DE MAR
- + AGUA DE MAR

INGREDIENTES SALSA DE LIMA, JENGIBRE Y CERVEZA:

- + 20 ML. ZUMO DE LIMA
- + 50 GR. AZÚCAR
- + 50GR. ML VINAGRE ARROZ
- + 50 ML. SALSA DE SOJA
- + 25 G. DE JENGIBRE
- + 15 GR. CERVEZA ESTRELLA GALICIA CLÁSICA
- + 1 GR. DE XANTANA

INGREDIENTES PILPIL LIMA LIMÓN:

- + 2 DIENTES DE AJO
- + 1 CABEZA DE MERLUZA Y RECORTES
- + PELADURAS DE 1 LIMA
- + 1 CEBOLLETA
- + 500GR. DE ACEITE GIRASOL
- + ZUMO DE MEDIO LIMÓN
- + ZUMO DE MEDIA LIMA
- + SAL

OTROS INGREDIENTES:

- + BERBERECHOS XXL (ABRIMOS EN AGUA HIRVIENDO AL PASE)
- + PIELES LIMA EN JULIANA (CONFITARLA EN ALMÍBAR AL 50% HASTA QUE ESTÉ BIEN TIERNA)
- + HOJAS DE ESPINACAS BABY
- + CHALOTAS DE COSTA

1

LIMPIAR LA MERLUZA, DESLOMARLA. ENVOLVEMOS LOS LOMOS EN LECHUGA DE MAR Y LA CUBRIMOS CON AGUA DE MAR, DURANTE 1 HORA, UNA VEZ TRANSCURRIDA ESA HORA SACAMOS LOS LOMOS DE MERLUZA, LE QUITAMOS LA LECHUGA DE MAR Y LOS SECAMOS, RACIONAMOS Y RESERVAMOS.

2

CON LAS ESPINAS, CABEZA MERLUZA Y LOS INGREDIENTES DE EL PILPIL DE LIMÓN, LO PONEMOS EN UN CAZO A COCINAR DURANTE UNA HORA A 70°C, UNA VEZ COCINADO COLAMOS Y MONTAMOS UN PILPIL, CON EL ACEITE Y EL JUGO QUE SOLTARON LAS ESPINAS MONTAMOS UN PILPIL Y LO ADEREZAMOS CON EL ZUMO DE LIMÓN Y LIMA.

Montaje

HACER U CIRCULO EN EL FONDO DEL PLATO CON EL PILPIL DE LIMA LIMÓN, SOBRE ESTE HACIA LA DERECHA COLOCAR LAS HOJAS DE ESPINACAS. ENCIMA DE LA ESPINACAS PONER LA MERLUZA AL VAPOR, SALSEAMOS CON LA SALSA DE LIMA, DECORAMOS CON LAS PIELS DE LIMA SOBRE LA MERLUZA Y LAS HOJAS FRESAS.

AL LADO IZQUIERDO DEL PILPIL COLOCAMOS LOS BERBERECHOS Y SOBRE ESTE LAS CHALOTAS DE COSTA.

POR ÚLTIMO TERMINAR CON UN BUEN CHORRO DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN.

3

POR OTRO LADO ELABORAMOS LA SALSA DE LIMA, JENGIBRE Y CERVEZA, MEZCLANDO TODOS LOS INGREDIENTES EXCEPTO LA CERVEZA Y LA XANTANA E INFUSIONANDOSLOS DURANTE 1 HORA A 60°C.

4

UNA VEZ PASADA LA HORA AÑADIMOS LA XANTANA, TRITURAMOS, COLAMOS Y AÑADIMOS LA CERVEZA ESTRELLA GALICIA UNA VEZ ESTÉ FRÍA LA MEZCLA. POR ÚLTIMO, RACIONAR MERLUZA Y COCINARLA AL VAPOR A 64°C, DURANTE 10 MIN.



Da Nang

ES UNA DE LAS CIUDADES MÁS GRANDES DE VIETNAM Y UNO DE SUS CENTROS TURÍSTICOS POR EXCELENCIA, DONDE ES POSIBLE DISFRUTAR DE LAS MEJORES PLAYAS DEL PAÍS, DE UN RICO PATRIMONIO CULTURAL Y DE UN ENTORNO NATURAL PRIVILEGIADO. LA QUE FUE PRINCIPAL BASE AÉREA DE ESTADOS UNIDOS DURANTE LA GUERRA DE VIETNAM HA LOGRADO RECUPERAR LOS TESOROS CAMBIAR LAS HUELLAS DE LA GUERRA POR UNA OPCIÓN IDEAL PARA CONOCER UN PAÍS QUE EN LOS ÚLTIMOS AÑOS SE HA REVELADO COMO UNO DE LOS DESTINOS MÁS COMPLETOS DEL SUDESTE ASIÁTICO.



VIETNAM



Desconocida en occidente hasta hace relativamente poco tiempo, esta antigua villa de pescadores situada en el centro de Vietnam se ha convertido en uno de los destinos más atractivos para los viajeros que llegan al país. Ya sea por sus famosas playas de arena blanca, por su pasado histórico como puerto colonial francés, por su fascinante entorno natural o por la actividad comercial y cultural de su metrópoli, Dan Nang se ha revelado en los últimos años como un destino al alza capaz de responder a la expectativas del viajero más exigente.

En la ciudad

Tres son los puntos de interés en la propia ciudad de Da Nang. Sin duda, uno de ellos es su **Catedral**, construida por los franceses en 1923 y que cuenta con un característico color rosado que la ha convertido en una de las iglesias más singulares del país. Detrás hay una gruta dedicada a la Virgen que es una réplica de la de Lourdes, en Francia.

Otra visita imprescindible es el **Museo Cham**, uno de los mejores del país. Construido también por los franceses en estilo gótico, permite conocer la historia del Reino de Champa y ver hermosas esculturas de terracota, bustos y objetos con 1000 años de antigüedad perfectamente integrados en el paisaje local.

Y no se puede pasar por Da Nang sin ver la **Pagoda Pham Lam**, situada en el mismo centro y famosa por ser el principal templo budista de la región y por buda sentado de más de 2 metros de altura.

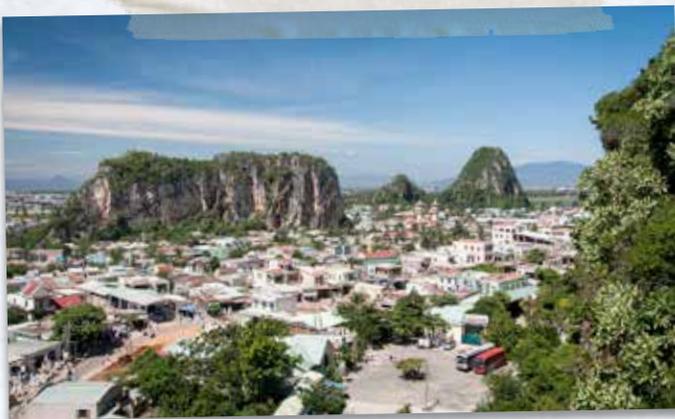


Puente del dragón

Sin duda, es el más reconocible de una ciudad conocida por sus muchos y destacados puentes. Con la forma de un dragón dorado volando hacia el cielo, esta espectacular obra inaugurada en el año 2013 expresa la aspiración de desarrollo de la ciudad. Además, sus 15.000 lámparas LED que cambian de color hacen de este puente, el más largo de Vietnam, un auténtico espectáculo al que, en determinadas ocasiones, se suma el agua y el fuego. Muchos locales frente al río ofrecen asientos en la terraza para asistir al hermoso espectáculo, que también se puede ver desde el paseo marítimo. Pero hay muchos otros puentes emblemáticos, como el Tran Thi Ly, iluminado por miles de lámparas que desde la distancia le dan aspecto de vela, o el del río Han que gira 90 grados para dejar pasar a los barcos más grandes.



Montañas de mármol



Situadas a pocos kilómetros de la ciudad, es un lugar de peregrinación para locales y destino turístico para visitantes. Se trata de un grupo de cinco colinas de piedra caliza y mármol con cuevas, túneles y templos, donde es posible aún ver los agujeros de bala de la guerra de Vietnam. Y desde la cima las vistas son espectaculares. Cada montaña lleva el nombre de un elemento: metal, madera, fuego, tierra y agua. Esta última es la más grande y quienes la visitan la describen como una tierra de cuento de hadas, con sus espectaculares cuevas, sus templos sagrados y las olas del mar batiendo en el intenso verde de su vegetación. Imprescindible visitar las pagodas sagradas Tam Thai, Tam Ton, Linh Ung y las cuevas de Huyen Khong, Linh Nham, Van Thong, Lang Hu, Van Nguyet. Tampoco se deberían pasar por alto los palacios de Phan Quy y Minh Wang, o el pueblo Non Nuoc, al pie de Marble Mountain.

Comer

La gastronomía tiene mucho que ver en la atracción de Da Nang como centro turístico del país. Entre los platos típicos de la zona están el cerdo en rodajas servidas en papel de arroz o los fideos Quang, hechos de harina de arroz y servidos con diversos caldos: pollo, camarón, cangrejo, pescado, cerdo, etc. Y, por supuesto, como ciudad costera, no pueden faltar los pescados y mariscos que caracterizan la cocina vietnamita. Una larga lista entre la que se encuentran los deliciosos mejillones a la parrilla, almejas al vapor, chipirones fritos en salsa de pescado, gambas en salsa dulce y picante, cangrejo en salsa picante... y, por supuesto, la versión vietnamita de sushi, pescados laminados en crudo. Aunque también sus carnes y verduras destacan por su calidad y sabor.



Las mejores playas de Vietnam

Precisamente la playa Non Nuoc es una de las más recomendables de la zona, con su arena finísima y suave oleaje, perfectos para descansar de la subidas y bajadas de la Marble Mountain. Pero son muchas y muy diferentes las playas de esta zona. La de Pham Van Dong es perfecta para practicar natación o snorkel mientras que My Khe Beach ofrece en su inmenso arenal de varios kilómetros todo tipo de complejos turísticos de alta gama y multitud de servicios de ocio, estética y relax. Famosa por haber acogido durante la Guerra de Vietnam a las tropas americanas es actualmente el lugar elegido por muchos amantes del surf. Además está cerca de otros puntos de interés como el puerto de Hoi An, con sus singulares casas de comerciantes y callejuelas bien conservadas.

Dormir

Al ser una ciudad económica importante, hay mucho alojamiento para viajeros de negocios, lo que no impide encontrar opciones económicas y todo tipo de servicios adaptados a las necesidades del viajero, desde casas de huéspedes y hostales a hoteles de todo tipo y resorts de ensueño. Además, la calidad del servicio es muy bueno y salvo en fechas vacacionales, como los Festivales de Vietnam, no suele haber problemas para encontrar el alojamiento deseado.



¿Dónde tomarse una Estrella?



MERKAT

263, NGUYEN CHI THANH,
DANANG, VIETNAM



El año de los 100 millones de litros

EN 2009, LA COMPAÑÍA CUMPLÍA 103 AÑOS CELEBRANDO UN RECORD HISTÓRICO DE PRODUCCIÓN. ESTRELLA GALICIA ALCANZÓ LA CIFRA HISTÓRICA DE 100 MILLONES DE LITROS DE CERVEZA ENVASADOS A LO LARGO DEL AÑO 2009, GRACIAS A UN NOTABLE INCREMENTO DE LA PRODUCCIÓN RESPECTO AL EJERCICIO PRECEDENTE

Todo un logro para la compañía que se vio influido en gran medida por la fuerte expansión a nuevos mercados que se estaba llevando a cabo durante los últimos años, contando ya con presencia de nuestros productos en el conjunto del territorio nacional y en otros 26 países de todo el mundo.

También en 2009...



Barack Obama se convierte en el primer presidente afroamericano de Estados Unidos.



Se crea la moneda virtual Bitcoin.



La Torre de Hércules es declarada Patrimonio de la Humanidad.



Penélope Cruz se convierte en la primera actriz española en ganar un premio Óscar.



El 7 de febrero, tras registrarse en Melbourne la mayor temperatura de la historia (46,4 °C) comienza el peor incendio forestal de Australia: mueren 173 personas y 7.500 pierden su hogar.



General Motors, el segundo fabricante de automóviles del mundo, se declara en bancarota.



La OMS declara en junio la pandemia por el virus de la gripe A (H1N1) ocasionando una gran alarma que afortunadamente acaba un año después sin apenas consecuencias.



ETA reaparece causando la muerte de un policía el 19 de junio en Vizcaya y dos guardias civiles en Mallorca el 30 de julio. Unas horas antes un atentado en la casa cuartel de Burgos había dejado 66 heridos leves.



El 25 de junio la muerte del "rey del pop" Michael Jackson conmociona al mundo.



Un vuelo de Air France cae al mar con 228 personas a bordo cuando volaba de Río de Janeiro a París. Las causas de esta catástrofe, la peor en la historia de la compañía, siguen sin conocerse.

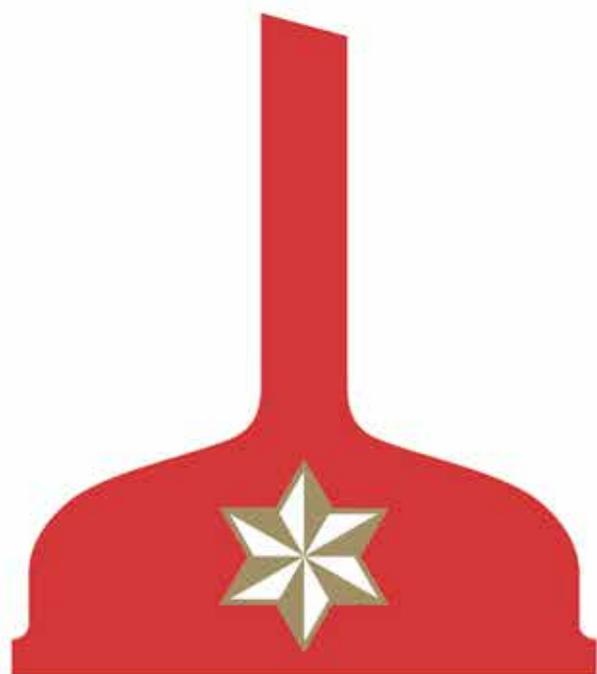
Internacionalización sí, pero **CON MARCA**

20[~]
AÑOS **R**

www.marcasrenombradas.com



Foro de
Marcas Renombradas
Españolas



MEGA
MUNDO ESTRELLA GALICIA

Descubre
Nuestro
Origen
Nuestro
Mundo

mundoestrellagalicia.es