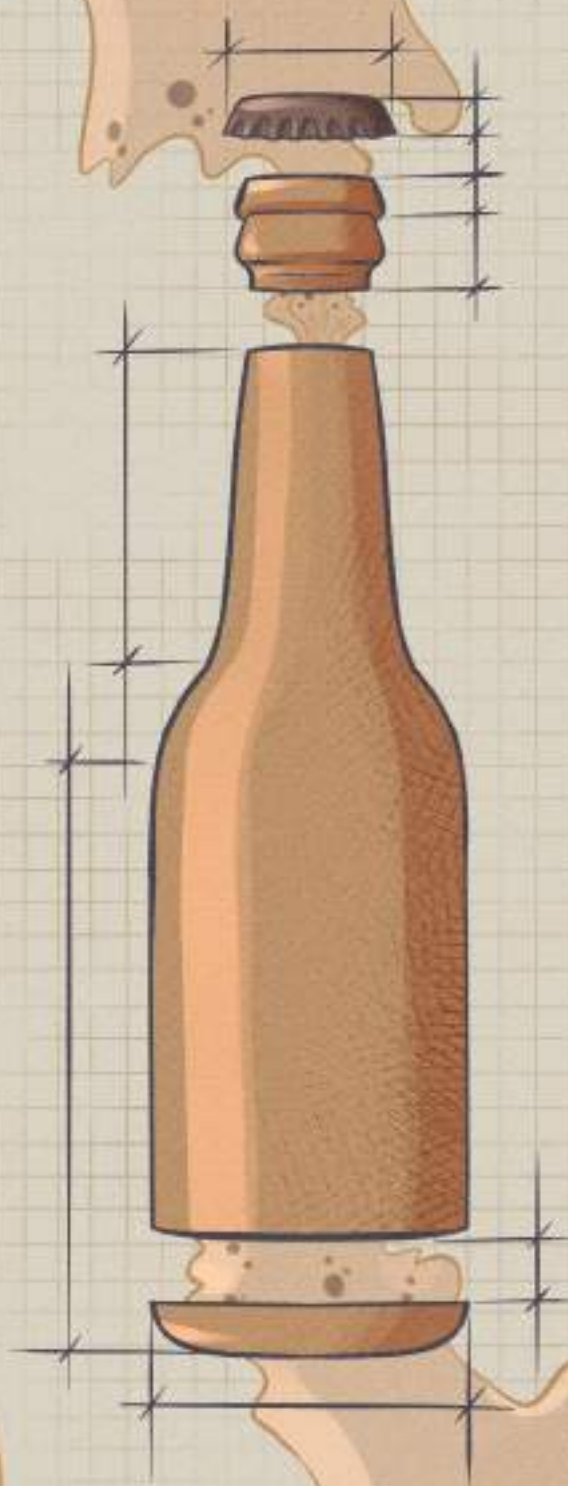


# MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD E INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021



**CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA, S.L.**  
Y SOCIEDADES DEPENDIENTES



<b>CARTA DEL PRESIDENTE</b>	<b>PAG. 4</b>
-----------------------------	---------------

<b>HITOS 2021</b>	<b>PAG. 6</b>
-------------------	---------------

<b>1. LOS PILARES DEL GRUPO, EL ORIGEN DE NUESTRA FUERZA</b>	<b>PAG. 8</b>
1.1. Un propósito sostenible	PAG. 12
1.2. Una estrategia sólida	PAG. 18
1.3. Escuchamos, actuamos	PAG. 24
1.4. Resultados	PAG. 32

<b>2. NUESTROS VALORES, NUESTRA INSPIRACIÓN</b>	<b>PAG. 34</b>
2.1. Buena gobernanza	PAG. 38
2.2. Transparentes	PAG. 42
2.3. Con los derechos humanos	PAG. 44
2.4. Con total garantía	PAG. 46
2.5. Sumamos fuerzas	PAG. 50

<b>3. NUESTRA ACTITUD, INCONFORMISMO POR NATURALEZA</b>	<b>PAG. 52</b>
---	----------------

3.1. Ambición Imperfecta	PAG. 56
3.1.1. Una red conectada	PAG. 58
3.1.2. Cercanos y próximos	PAG. 59
3.1.3. Sin fronteras	PAG. 61
3.2. El valor de la innovación	PAG. 64
3.3. Expansión del negocio	PAG. 68
3.4. Marcamos tendencia	PAG. 70
3.5. Un buen papel	PAG. 82
3.6. Marcas comprometidas	PAG. 86
3.7. Abiertos al mundo	PAG. 92

<b>4. EL MEJOR RESULTADO, UN IMPACTO POSITIVO</b>	<b>PAG. 96</b>
---	----------------

4.1. La fuerza de la unidad	PAG. 100
4.2. El valor de contar con los mejores	PAG. 140
4.3. La importancia de acompañar	PAG. 148
4.4. Comprometidos con nuestro entorno	PAG. 154

<b>5. PERFIL DE LA MEMORIA ANUAL</b>	<b>PAG. 188</b>
--------------------------------------	-----------------

<b>6. ÍNDICE DE INDICADORES GRI</b>	<b>PAG. 190</b>
-------------------------------------	-----------------

<b>7. ÍNDICE DE CONTENIDOS DE LA LEY 11/2018</b>	<b>PAG. 202</b>
--	-----------------

<b>8. VERIFICACIÓN EXTERNA</b>	<b>PAG. 210</b>
--------------------------------	-----------------

# CARTA DEL PRESI- DENTE

Hola a todas y a todos,

Llevamos varios años viviendo en un entorno impredecible al que nos hemos enfrentado con la resiliencia y el compromiso que este escenario de alta incertidumbre y volatilidad requiere, lo que ahora denominan “VUCA”.

Hemos abordado este cambio constante y amenazador con entrega, adaptación y profesionalidad. Siendo conscientes de poner lo importante primero y de resistir a los envites que nos han ido planteando las circunstancias, sobre todo las vinculadas a la pandemia y sus consecuencias.

Hemos sido valientes y comprometidos, lo que nos ha permitido adaptarnos a las nuevas realidades con agilidad y entrega, conscientes de que no es solo importante lo que hacemos sino cómo lo hacemos.

Por ello es tan relevante este ejercicio de transparencia que recoge nuestra Memoria anual de Sostenibilidad e Información No Financiera que ahora os presento, en la que hemos recopilado todo lo hecho en el pasado 2021, resumido y reportado quiénes somos, nuestros logros y compromisos. También cómo lo hemos hecho, porque somos una empresa con propósito y las metas que nos proponemos no son solo financieras, ya que entendemos los resultados como una consecuencia de cómo hacemos las cosas.

Este informe recoge todos los hitos y compromisos que a lo largo del año han marcado nuestro negocio, tanto financieros como no financieros, en relación con las personas y con la sociedad que nos rodea, conscientes de que no existe un planeta B y de que debemos preservar nuestro medioambiente, por nuestro propio bien y el de todos. Adscritos al Pacto Mundial y a sus Objetivos de Desarrollo Sostenible, hacemos y mostramos un análisis 360 honesto, fruto de ese compromiso y comportamiento ético que forma ya parte de nuestra idiosincrasia y forma de ser.

Tenemos la convicción de integrar el impacto positivo en nuestro ADN y nuestra estrategia, con la humildad de mostrar aquellos aspectos en los que tenemos que mejorar, ya que nadie es perfecto. Y con la voluntad de interiorizarlo para poder aportar lo máximo a todos nuestros grupos de interés de manera sincera.

Este es nuestro compromiso, nuestra garantía de éxito en un proyecto empresarial prometedor que solo será posible y, por tanto, sostenible, si nos adaptamos a los nuevos tiempos y aportamos valor a los demás.

Gracias

—

**IGNACIO RIVERA QUINTANA,**

Presidente ejecutivo de  
Corporación Hijos de Rivera



# HITOS 2021

1

Alcanzamos una producción de **440 millones de litros de cerveza** en nuestra planta de A Coruña, sin duda, una cifra histórica para el Grupo.

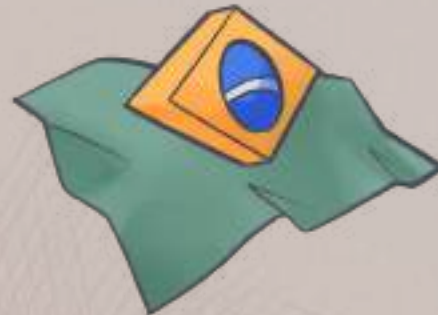


**Ignacio Rivera Quintana** es nombrado Presidente Ejecutivo del Grupo Corporación Hijos de Rivera. Se incorporan dos asesores independientes al Consejo de Corporación Hijos de Rivera.

2

3

Anunciamos la construcción en **Brasil** de nuestra **segunda fábrica de cerveza en el mundo**, un sueño hecho realidad.



4

Abrimos las puertas de **Cervezas Estrella Galicia México** y posicionamos a Estrella Galicia como la cerveza oficial y exclusiva del servicio de restauración del **Pabellón de España. en Expo Dubái 2021.**

5

Llegamos a un **acuerdo de distribución con Coca-Cola FEMSA** en Brasil para incorporar nuestras cervezas a su porfolio y llegar así a un mayor número de consumidores.

6

Entramos por primera vez en el ranking **Best Work Places a nivel europeo**. Un año más, figuramos en el ranking **Best Work Places España 2021**, situándonos en la posición 11, subiendo así dos posiciones.

7

**Conseguimos la neutralidad en carbono** en nuestras principales instalaciones, por lo que la actividad que desarrollan genera cero emisiones.



8

Ponemos en marcha el **Proyecto ORIGEN** de Cabreiroá, un nuevo modelo de negocio más sostenible y responsable.

9

**Estrenamos nuevo branding de Estrella Galicia:** renovamos su imagen y su packaging con el objetivo de reducir su huella de carbono.



Revalidamos nuestra apuesta por el piloto de F1 **Carlos Sainz** de la mano de Estrella Galicia 0,0 y le acompañamos en su nueva aventura en Ferrari.

10



1

# LOS PILARES DEL GRUPO, EL ORIGEN DE NUESTRA FUERZA

**1.1** PAG. 12  
**UN PROPÓSITO  
SOSTENIBLE**

**1.2** PAG. 18  
**UNA ESTRATEGIA  
SOLIDA**

**1.3** PAG. 24  
**ESCUCHAMOS,  
ACTUAMOS**

**1.4** PAG. 32  
**RESULTADOS**



A LO LARGO DE 2021  
NOS HEMOS MANTENIDO  
FIRMES, FIELES A NUESTROS  
VALORES, ADAPTÁNDONOS  
A LOS NUEVOS ESCENARIOS  
DE FORMA VALIENTE Y  
SIN COMPLEJOS

Dicen que, a mal tiempo, buena cara. Sin embargo, en Corporación Hijos de Rivera decimos, a mal tiempo, RESISTENCIA. Así, a lo largo de 2021, un año que, de nuevo, ha puesto a prueba el equilibrio de gobiernos y empresas debido a las consecuencias derivadas de la COVID-19, nos hemos mantenido firmes, fieles a nuestros valores, adaptándonos a los nuevos escenarios de forma valiente y sin complejos.

Esta capacidad de resiliencia no es nueva, es parte de nuestro legado. Un legado que es nuestra guía, una idea perfectamente diseñada de lo que quere-

mos ser y que cuidamos desde que en 1906 José María Rivera Corral fundase La Estrella de Galicia, el origen de todo lo que somos hoy en día. A lo largo de las cuatro generaciones que han estado al frente del Grupo, nos hemos enfrentado a múltiples retos, saliendo de todos ellos fortalecidos. Ahora no es diferente porque, al igual que en estos más de 100 años de historia, seguimos trabajando con la misma pasión y responsabilidad, dando respuesta a las necesidades emergentes de empleados, proveedores, consumidores y de aquellas comunidades en las que desarrollamos nuestra labor y a las que nos sentimos muy unidos.



# 1.1

# UN PROPÓSITO SOSTENIBLE

## APOYAMOS EL PACTO GLOBAL



Siendo coherentes con esta forma de actuar, en 2021 ratificamos nuestro vínculo con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la mayor iniciativa de sostenibilidad corporativa del mundo. Este paso significa que trabajamos para crear el mundo en el que creemos y que queremos, alineando, además, nuestras operaciones con sus diez principios, así como con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

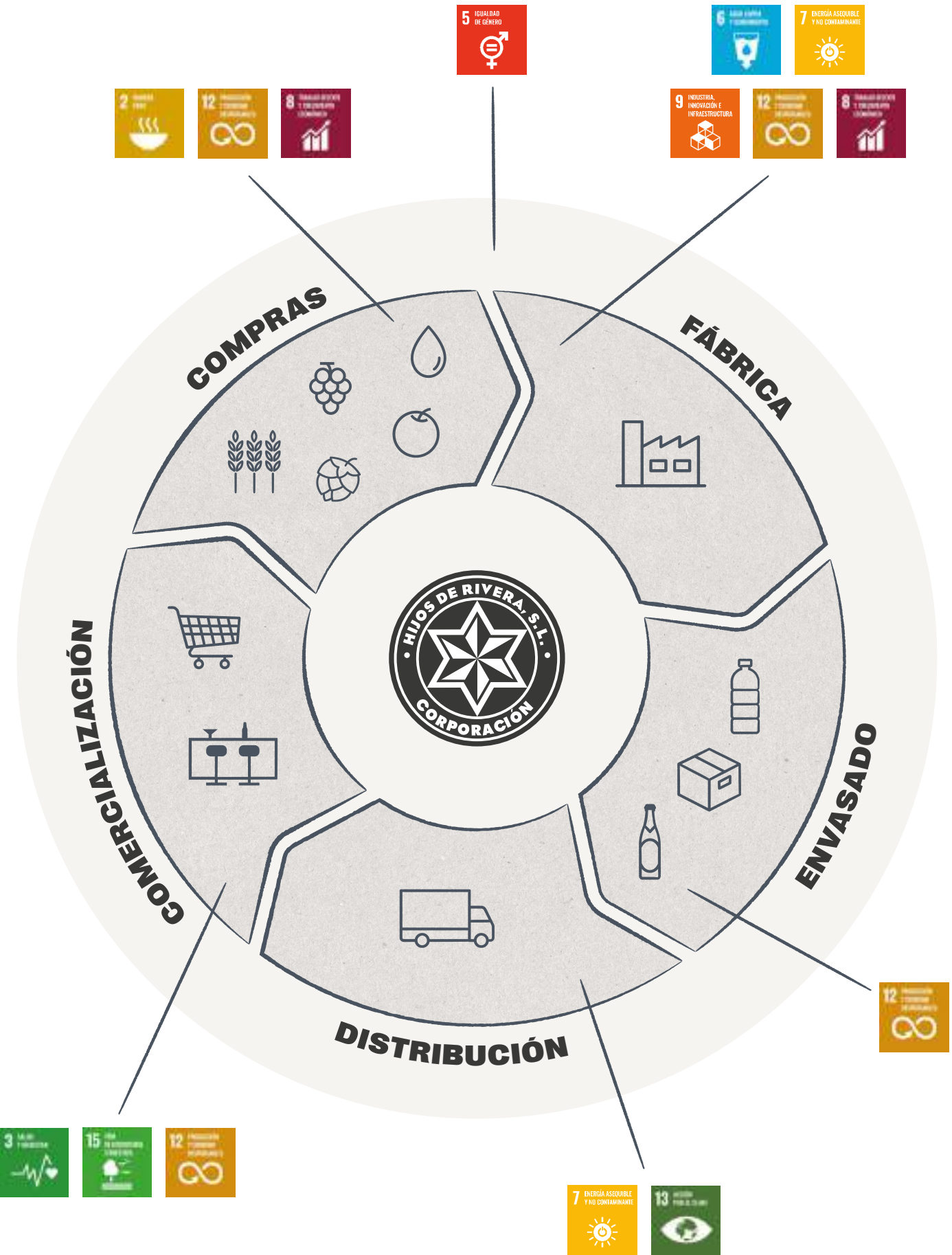
A través del 'Proyecto Impacto Positivo' vinculamos las fases de nuestra cadena de valor con los ODS.

De este ejercicio de sostenibilidad han salido cuatro ejes de actuación:

- **Orgullo de origen y comunidad:** favorecer la generación de valor en la economía local; promover y estimular el desarrollo de la agricultura local de una manera sostenible; apoyar, defender y promover la cultura y el patrimonio gallego; luchar contra la despoblación en el rural fomentando la economía en los pueblos.
- **Planeta resistente:** impulsar la economía circular; luchar contra la emergencia climática y apostar por la energía limpia; invertir en formas de transporte y movilidad más sostenibles; mejorar la eficiencia en el consumo de agua; impulsar acciones de compensación vinculadas a la biodiversidad.
- **Personas trascendentes:** actuar en el ámbito de los accidentes con el objetivo de reducirlos y en la salud laboral promoviendo hábitos de vida saludables; utilizar mecanismos que aseguren la igualdad de género y las oportunidades de liderazgo; apoyar el talento joven, la innovación y el emprendimiento; fomentar la formación y capacitación de los trabajadores –agentes del cambio–; impulsar el teletrabajo y evitar los desplazamientos innecesarios; divulgar hábitos de consumo y reciclaje responsables en los consumidores; y, por último, velar por un consumo responsable de nuestros productos.
- **Aliados responsables:** establecer criterios de responsabilidad en las relaciones con nuestros proveedores; ser agentes de cambio con nuestros clientes; promover un crecimiento e internacionalización responsable y sostenible; explorar modelos alternativos de producción y distribución a nivel global; impulsar esta estrategia en todo nuestro ecosistema de inversiones y establecer alianzas clave con actores clave tanto con nuestro sector como con las administraciones públicas para la consecución de estos objetivos.



Aliados y personas



# Proyectos de Corporación Hijos de Rivera alineados con los ODS



**ODS 2 - Hambre cero**

Colaboramos con el Banco de Alimentos Rías Altas, al que, gracias a la colaboración de nuestros trabajadores, facilitamos productos no perecederos como leche, conservas de pescado y productos de desayuno. En esta misma línea,

y a través del Memorial Moncho Rivera, donamos a la Cocina Económica 37.000 euros, y nos sumamos a ‘La Gran Recogida de Alimentos’ organizada a nivel nacional por la Federación Española de Bancos de Alimentos, FESBAL.



**ODS 3- Salud y bienestar**

Hemos llevado a cabo la implantación de un sistema de gestión de seguridad y salud laboral en todas nuestras delegaciones comerciales. Además, impulsamos dos proyectos de I+D que buscan mejorar la salud mediante el desarrollo de productos funcionales y bioactivos: uno, la ‘Hibridación de biotecnología y herramientas 4.0 en la industria agroalimentaria para el desarrollo acelerado de nuevas formulaciones’, y otro sobre ‘Formulaciones funcionales en nuevas

cervezas sin alcohol (0,0F)’. También hemos diseñado nuestro primer producto funcional: Fontarel Zero Sodio, que elimina el sodio del agua mineral natural del manantial Aguas El Pilar, en Loja (Granada), ofreciendo así una alternativa para aquellos colectivos especialmente sensibles a ingesta de sodio. Esta apuesta es pionera en el mercado nacional y está avalada por la Fundación Española del Corazón.



**ODS 6 – Agua limpia y saneamiento**

En la Fábrica de Cerveza se encuentra implantado un ambicioso plan de minimización del consumo de agua gracias

al cual hemos conseguido reducir en un 37% el consumo de agua en ratio en los últimos años.



### ODS 7 – Energía asequible y no contaminante

Apostamos por el empleo de energías renovables mediante la instalación de paneles solares en nuestras fábricas y almacenes, lo que nos permite poder generar energía eléctrica en nuestras propias instalaciones. El resto de electricidad que necesitamos la adquirimos con garantías de origen renovable. Destaca la puesta en marcha de la planta fotovoltaica de la fábrica de A Grela, galardónada durante los VIII edición de los

Premios Galicia de Energía. Asimismo, en 2021, Customdrinks, en alianza con la eléctrica especializada POWEN, ha puesto en marcha 900 paneles de su primera instalación fotovoltaica de autoconsumo. Además, ampliamos nuestra capacidad de autogeneración de electricidad mediante la puesta en marcha de nuevas plantas fotovoltaicas en el Manantial de Cabreiroá y en seis delegaciones.



### ODS 8 – Trabajo decente y crecimiento económico

Nos esforzamos por crear un clima laboral que satisfaga a nuestros colaboradores. Así, por tercera vez, entramos a formar parte del Ranking GPTW (Great Place to Work) obteniendo la posición número 11 en la clasificación de las Mejores Empresas para Trabajar en España 2021. Asimismo, y por primera vez, este Ranking nos ha situado entre los Mejores Lugares para Trabajar de toda Europa.

Por otro lado, contribuimos al crecimiento promoviendo la economía de proximidad. El 93,22% de las adquisiciones de bienes y servicios asociados a la producción de cerveza y venta de nuestros productos procede de proveedores domiciliados en la península ibérica, llegando hasta el 99,94% en el ámbito de Europa. Asimismo, el 91,37% de las compras realizadas en el ámbito de nuestras aguas procede de proveedores establecidos en la península, alcanzando el 100% en el ámbito europeo.



### ODS 9 – Industria, innovación e infraestructura

Anunciamos la construcción de una nueva fábrica de cerveza en São Paulo, Brasil. Con una inversión de cerca de 300 millones de euros, este centro se convertirá en nuestra segunda ‘cocina cervecera’ tras 115 años de historia y ayudará a crear 400 puestos de trabajo en las nuevas instalaciones.

Con el objetivo de promover la innovación nació The Hop, nuestro Ecosistema de Emprendimiento Colaborativo, que en su tercera edición se ha centrado en apoyar a los hosteleros, poniendo foco en la identificación de necesidades digitales del sector y la búsqueda de soluciones que puedan ser útiles para su desarrollo.



### ODS 12 – Producción y consumo responsable

La iniciativa Mercado de la Cosecha puso en marcha, coincidiendo con las fiestas navideñas, la ‘Navidad en los Mercados’, una campaña que pretende presentar los beneficios de un consumo responsable en estas fechas.

Por otro lado, llevamos un control estricto de nuestro consumo de agua, energía eléctrica, gas natural/GLP y otros recursos. Con el fin de reducirlos, se valora la viabilidad de implantación de las me-

jores técnicas disponibles identificadas tanto en el proceso productivo como en los procesos auxiliares. Con las diferentes mejoras implantadas en los últimos años hemos conseguido reducir los consumos en ratio de la fábrica de cerveza en:

- Electricidad: 26%
- Agua: 37%
- Gas Natural: 56%



### ODS 13 – Acción por el clima

En 2021 continuamos neutralizando la huella de carbono de nuestras principales instalaciones, lo que equivale técnicamente a que la actividad realizada en ellas genera cero emisiones. Este hito lo hemos alcanzado a través de un ambicioso plan de reducción de emisiones sustentado principalmente en el empleo de energías provenientes de fuentes renovables y en la mejora continua de la eficiencia de nuestros procesos. Las emisiones que no

hemos podido evitar las hemos compensado colaborando en el proyecto “Pacajai REDD+ Project”, destinado a la conservación forestal de la Amazonia brasileña, considerada el pulmón del planeta. En 2021, la inversión en protección ambiental en la fábrica de cerveza y los tres manantiales ha ascendido a 3.084.926,77 euros, mientras que la aportación a sistemas integrados de gestión de residuos de envases ha supuesto 6.777.143,30 euros.



### ODS 15 – Vida de ecosistemas terrestres

Colaboramos con WWF en un proyecto de restauración forestal de tres hectáreas en el Parque Natural del Xurés, Ourense (Galicia); junto a We The Sustainability Project apoyamos iniciativas locales como la limpieza de playas y mares en A Coruña (Galicia); y participamos junto

a Libera – Stop Basurala (SEO BirdLife – Ecoembes) en jornadas de voluntariado para la limpieza de espacios naturales y talleres de sensibilización en dos partes del Camino de Santiago (Inglés y Vía de la Plata).

En el Consejo de Administración de Corporación Hijos de Rivera, S.L. de 27 de enero de 2022, se adoptó el acuerdo de proponer a la Junta General de Socios a celebrar en el mes de junio de 2022, modificar los Estatutos Sociales de la Sociedad en

cuanto al Objeto Social, especificando que, en el desempeño de dicho Objeto Social, la Sociedad velará por la generación de un impacto social positivo para la sociedad, las personas vinculadas a ésta y para el medioambiente.



# 1.2

## UNA ESTRATEGIA SÓLIDA



En Corporación Hijos de Rivera –Grupo cervecero familiar especializado en la producción, comercialización y distribución de bebidas– basamos nuestro modelo de negocio en la generación de un impacto positivo en todos los ámbitos y mercados (nacionales e internacionales) en los que desarrollamos nuestra labor.

Asimismo, la innovación y la digitalización son nuestras palancas a la hora de proporcionar un valor añadido tanto en la elaboración y diseño de nuestros productos, como en la relación que establecemos con nuestros grupos de interés,

con el entorno y con la sociedad en general. Esta forma de entender el negocio se complementa, además, con el compromiso que tenemos con nuestras propias tradiciones, esas que nos hacen diferenciarnos dentro del mercado y evitan que caigamos en la estandarización. Porque somos únicos, porque somos fieles a nuestros orígenes y tenemos un propósito claro “Ser la Big Craft más amada luchando contra la estandarización”.

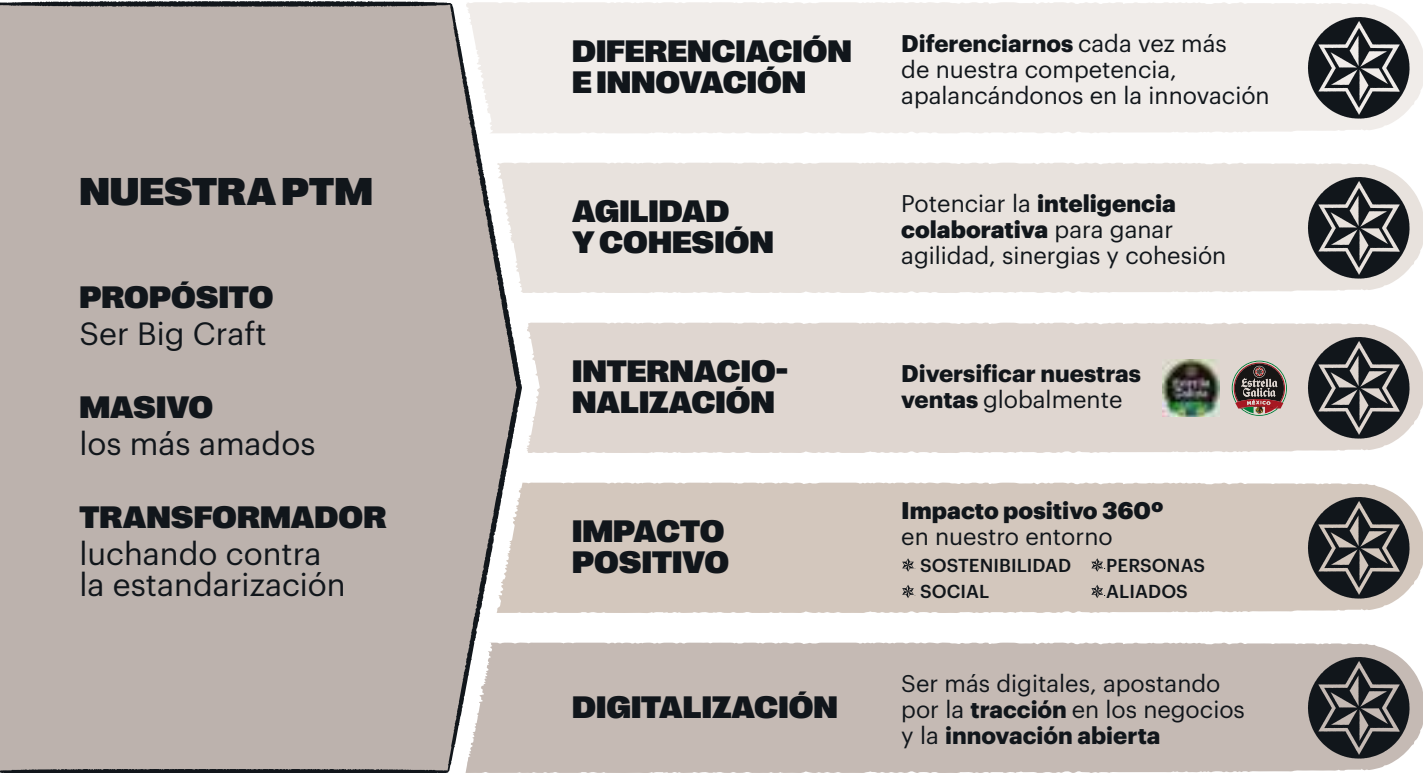
Siguiendo este propósito, en 2021 se ha elaborado el Plan Estratégico 2022-2024 para el Grupo Corporación Hijos de Rivera cuyos pilares son:



QUEREMOS SER LA  
BIG CRAFT MÁS AMADA  
LUCHANDO CONTRA LA  
ESTANDARIZACIÓN

# 1.2.1 UN FRENTE COMÚN

LOS PILARES DE NUESTRA ESTRATEGIA

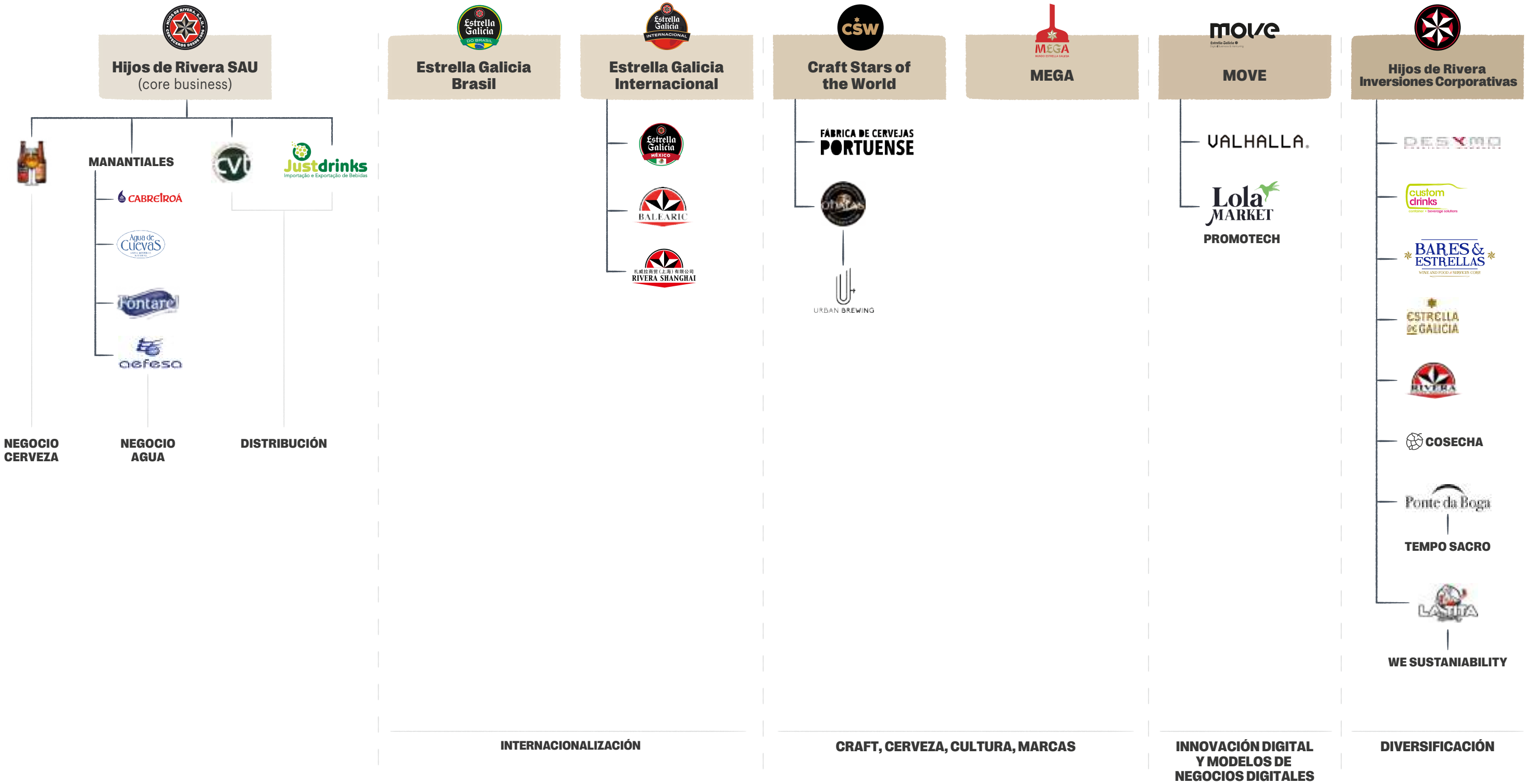


Nuestro modelo de negocio es común para todas las empresas pertenecientes a Corporación Hijos de Rivera. Así, las 31 entidades que forman parte del Grupo se complementan y trabajan unidas para lograr prestar el mejor servicio a nuestros

clientes, apostando por la mejora continua y la generación de un impacto positivo en toda nuestra cadena de valor. Constituyendo un frente común que hace posible salir reforzados de cualquier situación adversa.



# Entidades pertenecientes a Corporación Hijos de Rivera



# 1.3

# ESCUCHA- MOS, ACTUAMOS

LA ESCUCHA ACTIVA NOS  
PERMITE SEGUIR CRECIENDO  
Y MEJORANDO LA RELACIÓN  
CON NUESTROS GRUPOS  
DE INTERÉS

La relación con nuestros grupos de interés se basa en una comunicación global, bidireccional y de confianza. Para ello, ponemos a su disposición diversos espacios destinados a establecer un diálogo

fluido. Esta escucha activa es la que nos permite seguir creciendo y mejorando, y la que nos demuestra que su fidelidad y compromiso son nuestro mejor motivo para seguir resistiendo.



# Estudio de Materialidad: centrados en lo importante

Transformar nuestro entorno y generar un impacto positivo en las personas y el planeta implica escuchar qué es aquello que realmente importa a nuestros diferentes grupos de interés para responder con una actitud proactiva, creativa e innovadora a sus necesidades.

Una herramienta clave para lograrlo es nuestro Estudio de Materialidad. Se trata de un análisis completo y exhaustivo donde por primera vez se han identificado y priorizado los temas que son más importantes desde una visión de doble materialidad o impacto. Esto quiere decir que integramos tanto la perspectiva de los asuntos que son relevantes para el Grupo Corporación Hijos de Rivera, desde una perspectiva de desarrollo y desempeño

de nuestro negocio; como la visión de las expectativas de nuestros principales grupos de interés.

De esta forma, el Estudio de Materialidad nos ofrece una visión completa del entorno que nos permite alinear y orientar nuestro enfoque estratégico con lo que necesitan y esperan del Grupo Corporación Hijos de Rivera nuestros clientes y consumidores, colaboradores, empleados y la sociedad en general.

El Grupo realizará la actualización del Estudio de Materialidad con la misma periodicidad de la elaboración de los Planes Estratégicos (trianualmente), apoyando la orientación de la estrategia con los intereses expresados por los Grupos de Interés.

## ¿CÓMO REALIZAMOS EL ESTUDIO DE MATERIALIDAD?

El Estudio de Materialidad se ha llevado a cabo en un proceso en tres fases:

ANALIZAMOS	ESCUCHAMOS	ACTUAMOS
Identificación	Priorización	Matriz
Análisis exhaustivo de información corporativo y del contexto. Identificación del primer listado de temas relevantes y validación interna.	Consultas a través de encuestas y entrevistas a los principales grupos de interés con el objetivo de conocer los temas más relaventes para cada uno.	Consolidación de los resultados en una matriz. Reporte del desempeño de los temas más relevantes para los grupos de interés.

## 1. IDENTIFICACIÓN DE TEMAS RELEVANTES

En la primera fase del Estudio identificamos y definimos los temas relevantes para el Grupo y para nuestros principales grupos de interés a través del análisis de 29 fuentes internas de información corporativa y 38 fuentes de información externas (tendencias en sostenibilidad y reputación, tendencias del sector, información de analistas y ratings, entre otras).

Como resultado, se obtuvo un listado de 35 temas relevantes, revisados y validados por un grupo de trabajo integrado por miembros del Comité Ejecutivo y del Comité de Dirección Corporativo, incluyendo el Consejero Delegado.

## 2. PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS

Los temas identificados se consultaron a través de encuestas, entrevistas y focus group a los principales grupos de interés del Grupo, con el objetivo de determinar la relevancia de cada asunto desde una visión interna y externa.

Además, en esta fase se realizaron los siguientes análisis complementarios:

- Análisis mediático de 5.474 noticias sobre el Grupo relacionadas con los temas materiales.
- Tendencias en sostenibilidad a partir de informes nacionales e internacionales de referencia.
- Benchmarking sobre sostenibilidad y materialidad en distintas empresas del sector y de otros sectores.

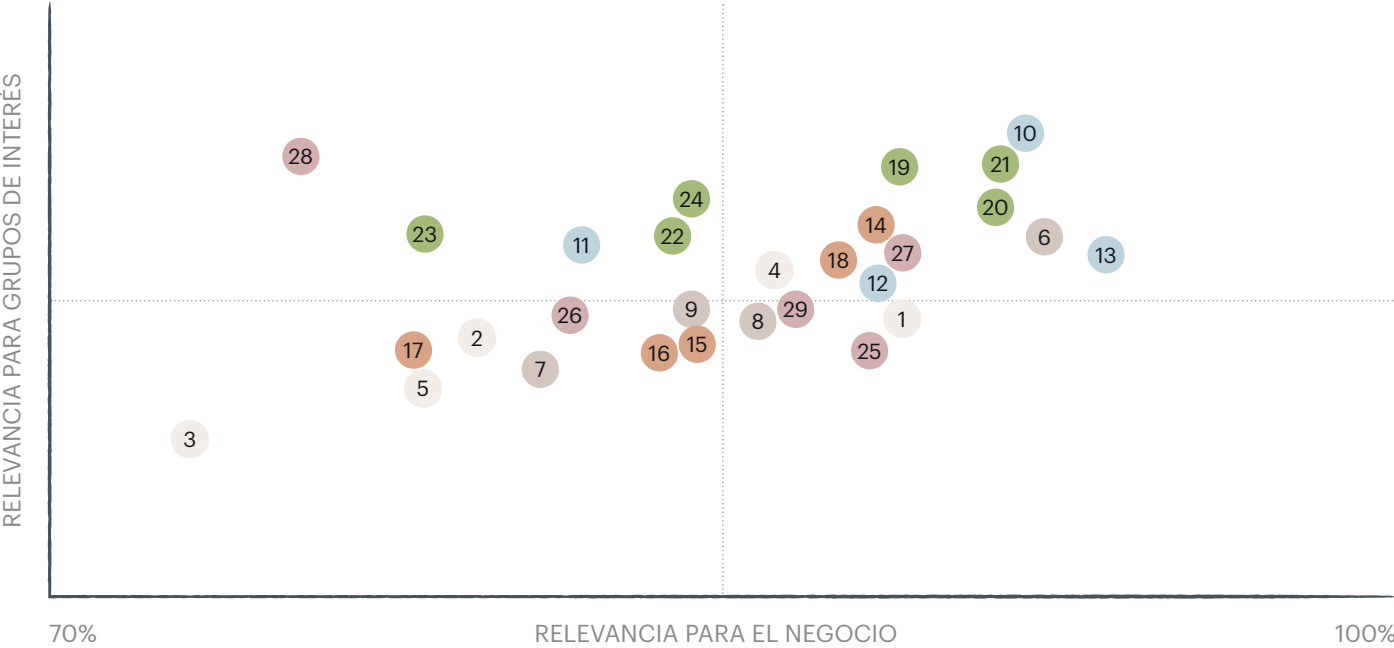


3. MATRIZ DE MATERIALIDAD

Los resultados de las consultas internas y externas se consolidan en una matriz de materialidad en la que se incluyen los 29 temas prioritarios para el desarrollo de la estrategia del Grupo y para nuestros grupos de interés. En la presente memoria

reportamos información detallada sobre la gestión y desempeño de esos asuntos clave.

Matriz de materialidad de Corporación Hijos de Rivera en 2021:



- Cultura empresarial y Origen**
  - 1. Crecimiento económico responsable y creación de valor
  - 2. Cultura artesana
  - 3. Digitalización y modelo operativo IT
  - 4. Innovación y diferenciación
  - 5. Origen y patrimonio gallegos
- Gobernanza**
  - 6. Ética y valores
  - 7. Gestión de riesgos
  - 8. Buen gobierno y transparencia
  - 9. Cumplimiento normativo
- Clientes y consumidores**
  - 10. Calidad y seguridad alimentaria
  - 11. Consumo responsable y vida saludable
  - 12. Proximidad con los clientes y distribuidores, contribución a su éxito
  - 13. Experiencia y conexión con los consumidores

- Nuestras personas**
  - 14. Satisfacción de los empleados y clima laboral
  - 15. Diversidad, equidad e igualdad
  - 16. Gestión del talento y formación
  - 17. Cultura de liderazgo
  - 18. Seguridad, salud y bienestar de los empleados
- Planeta**
  - 19. Acción contra el cambio climático y energía limpia
  - 20. Packaging sostenible y circular
  - 21. Gestión sostenible del agua
  - 22. Agricultura sostenible
  - 23. Protección de la biodiversidad
  - 24. Residuo cero
- Comunidad y aliados**
  - 25. Contribución al desarrollo socioeconómico glocal
  - 26. Proveedores y compras responsables
  - 27. Creación de empleo y fomento de la empleabilidad
  - 28. Apoyo a la cultura y el deporte
  - 29. Alianza con partners hosteleros para el desarrollo del sector

Todos los temas considerados como materiales por nuestros grupos de interés obtienen una relevancia superior al 70%.

TEMAS MÁS RELEVANTES PARA NUESTROS PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS

	#1	#2	#3	#4	#5
Consumidores	Calidad y seguridad alimentaria	Gestión sostenible del agua	Seguridad, salud y bienestar de los empleados	Residuo cero	Acción contra el cambio climático y energía limpia
Empleados	Calidad y seguridad alimentaria	Ética y valores	Cumplimiento normativo	Experiencia y conexión con los consumidores	Buen gobierno y transparencia
Puntos de venta detallista	Ética y valores	Alianzas con partners hosteleros para el desarrollo del sector	Contribución al desarrollo socioeconómico glocal	Origen y patrimonio gallegos	Gestión sostenible del agua
Distribuidores	Calidad y seguridad alimentaria	Consumo responsable y vida saludable	Packaging sostenible y circular	Proximidad con los clientes y distribuidores y contribución a su éxito	Experiencia y conexión con los consumidores
Proveedores	Calidad y seguridad alimentaria	Ética y valores	Cumplimiento normativo	Seguridad, salud y bienestar de los empleados	Buen gobierno y transparencia
Aliados	Ética y valores	Seguridad, salud y bienestar de los empleados	Cultura de liderazgo	Gestión sostenible del agua	Calidad y seguridad alimentaria

MATERIALIDAD Y ESTRATEGIA

Los temas materiales más relevantes para nuestros grupos de interés se integran de forma directa en las líneas de nuestra estrategia de negocio con el objetivo de dar respuesta a las necesidades y expectativas de nuestro entorno.

EJES ESTRATÉGICOS	TEMAS RELACIONADOS POR ORDEN DE PRIORIZACIÓN		TEMAS TRANSVERSALES
Diferenciación e innovación	Calidad y seguridad alimentaria		
	Experiencia y conexión con los consumidores		
	Proximidad con los clientes y distribuidores, contribución a su éxito		
	Innovación y diferenciación		
	Alianzas con partners hosteleros para el desarrollo del sector		
	Cultura artesana		
	Origen y patrimonio gallegos		
Agilidad y cohesión	Satisfacción de los empleados y clima laboral		Ética y valores
	Seguridad, salud y bienestar de los empleados		
	Diversidad, equidad e igualdad		Buen gobierno y transparencia
	Gestión del talento y formación		
	Cultura de liderazgo		Cumplimiento normativo
Internacio-nalización	Crecimiento económico responsable y creación de valor		Gestión de riesgos
	Contribución al desarrollo socioeconómico glocal		
Impacto positivo	Gestión sostenible del agua	Protección de la biodiversidad	
	Packaging sostenible y circular	Agricultura sostenible	
	Acción contra el cambio climático y energía limpia	Residuo cero	
	Creación de empleo y fomento de la empleabilidad	Apoyo a la cultura y el deporte	
	Proveedores y compras res-ponsables	Consumo responsable y vida saludable	
Digitalización	Digitalización y modelo operativo IT		

Diálogo con nuestros grupos de interés

Impulsamos el diálogo activo y constante con nuestros grupos de interés con el objetivo de escuchar y responder a sus sugerencias, opiniones, propuestas e ideas. La creación de relaciones transparentes y de confianza con nuestros distintos públicos nos permite crear valor compartido mientras potenciamos la fidelidad y el compromiso de nuestro entorno.

PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS		
CONSUMIDORES	<ul style="list-style-type: none"><li>* Servicios Atención al Cliente</li><li>* Campañas publicitarias</li><li>* Redes sociales</li><li>* Aplicaciones móviles</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* Páginas web de las marcas</li><li>* Locales de hostelería propios</li><li>* Notas de prensa</li><li>* Memoria de sostenibilidad</li></ul>
EMPLEADOS	<ul style="list-style-type: none"><li>* Encuesta de clima laboral</li><li>* Portal de empleado</li><li>* Blog de noticias corporativas</li><li>* Newsletter</li><li>* Tablones de anuncios</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* Reuniones internas y correo electrónico</li><li>* Canal ético</li><li>* Comités de empresa y representación legal</li><li>* Memoria de sostenibilidad</li></ul>
SOCIOS	<ul style="list-style-type: none"><li>* Consejo de Administración</li><li>* Junta General de Socios</li><li>* Canal de Socio</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* Consejo de Familia</li><li>* Cuentas anuales</li><li>* Memoria de sostenibilidad</li></ul>
DISTRIBUIDORES Y PUNTOS DE VENTA	<ul style="list-style-type: none"><li>* Servicios Atención al Cliente</li><li>* Servicio de asistencia técnica</li><li>* Aplicaciones móviles</li><li>* Eventos con distribuidores</li><li>* Eventos de patrocinio</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* Catálogos comerciales</li><li>* Participación en ferias sectoriales</li><li>* Locales de hostelería propios</li><li>* Memoria de sostenibilidad</li></ul>
PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"><li>* Procedimiento homologación</li><li>* Evaluación de proveedores</li><li>* Contratos de suministro</li><li>* Calidalia</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* Workshops</li><li>* Participación en ferias sectoriales</li><li>* Memoria de sostenibilidad</li></ul>
ALIADOS Y SOCIEDAD	<ul style="list-style-type: none"><li>* Pertenencia a asociaciones locales</li><li>* Voluntariado corporativo</li><li>* Patrocinios deportivos y culturales</li><li>* Colaboración con ONG y fundaciones</li><li>* Presencia en eventos y en ferias sectoriales nacionales e internacionales</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* Colaboraciones con universidades y centros de investigación</li><li>* Relaciones con las autoridades fiscales, medioambientales, sanitarias y laborales</li><li>* Memoria de sostenibilidad</li></ul>



# 1.4

# RESULTADOS

<b>Magnitudes generales</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
Cifra de negocio (M€)	610,4	479,1
Inversiones en inmovilizado (M€)	65,0	68,1
Activos medioambientales (M€)	3,09	5,15
Gastos medioambientales (M€)	7,06	5,59
Volumen de ventas (Hls)	635	511
Saldo subvenciones de capital (M€)	5	5
Subvenciones de explotación (M€)	0,358	0,429
Número de empleados (FTE)	1.448	1.250

<b>Información Fiscal</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
Beneficios/Perdidas agregados antes de Impuesto sobre Sociedades (M€)	210,00	130,00
España	209,75	131,50
Resto de países (*)	0,25	(1,50)
Impuesto sobre Sociedades Pagado (M€)	28,10	15,57
España	28,10	15,60
Resto de países (*)	0	(0,03)
Impuesto sobre Sociedades corriente año en curso (M€)	29,80	16,80
España	29,60	16,80
Resto de países (*)	0,20	0,00

\*Brasil, China, Estados Unidos, Filipinas, México, Portugal.



**2**

# **NUESTROS VALORES, NUESTRA INSPIRACIÓN**

**2.1** PAG. 38  
**BUENA  
GOBERNANZA**

**2.2** PAG. 42  
**TRANSPARENTES**

**2.3** PAG. 44  
**CON LOS DERECHOS  
HUMANOS**

**2.4** PAG. 46  
**CON TOTAL  
GARANTÍA**

**2.5** PAG. 50  
**SUMAMOS  
FUERZAS**



UNAS RAÍCES FIRMES NOS  
PERMITEN PERMANECER EN  
PIE, SIN CEDER UN PASO NI  
RETROCEDER. EN EL CASO DE  
CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA  
ESTOS CIMIENTOS SON NUESTROS  
VALORES, AQUELLOS QUE HAN  
GUIADO NUESTRO CAMINO  
A LO LARGO DE ESTOS AÑOS  
Y QUE DAN SENTIDO A  
LO QUE HACEMOS

Unas raíces firmes nos permiten permanecer en pie, sin ceder un paso ni retroceder. En el caso de Corporación Hijos de Rivera estos cimientos son nuestros valores, aquellos que han guiado nuestro camino a lo largo de estos años y que dan sentido a lo que hacemos.

Así, la integridad, el respeto, la responsabilidad, la sostenibilidad y un comportamiento ético exigente se han convertido más que en valores, en 'superpoderes' que nos hacen ir más allá de lo posible.



# 2.1

# UNA BUENA GO- BERNANZA

NUESTROS VALORES NOS AYUDAN NO  
SOLO A SER EFICIENTES, SINO TAMBIÉN  
A DEFINIR LOS OBJETIVOS QUE TENEMOS  
COMO GRUPO

Nuestros valores están presentes en la forma en la que desarrollamos nuestra gobernanza. Estos nos ayudan no solo a ser eficientes, sino también a definir los objetivos que tenemos como Grupo y las responsabilidades de cada uno de los órganos del gobierno corporativo.

Los órganos con los que cuenta el Grupo para su gobernanza son:

**Consejo de Administración de Corporación Hijos de Rivera S.L.**

**Presidente**

Ignacio Rivera Quintana

**Consejero delegado**

Ignacio Rivera Quintana

Santiago Ojea Rivera  
José María Rivera Trallero  
Fernando José Hernández Rivera  
Ramón Blanco–Rajoy Rivera  
María Josefa Ojea Rivera  
Fernando Wirz Rodríguez  
Juan Rodríguez Rivera  
Lorenzo Otero Martínez  
Carlos Blanco–Rajoy Rivera

**Administrador Único de Hijos de Rivera Inversiones Corporativas, S.L.**

Corporación Hijos de Rivera, S.L., representada por José María Rivera Trallero

**Administrador Único de Estrella Galicia Internacional, S.L.U.**

Hijos de Rivera, S.A.U., representada por Ignacio Rivera Quintana

**Administrador Único de Move Estrella Galicia Digital, S.L.U.**

Hijos de Rivera, S.A.U., representada por Ignacio Rivera Quintana

En 2021 se designó a Ignacio Rivera Quintana como Presidente Ejecutivo Corporativo del Grupo.

Se incorporaron dos asesores independientes al Consejo de Administración de Corporación Hijos de Rivera, S.L.

El Consejo de Administración de Corporación Hijos de Rivera, S.L. celebrado el 27 de enero de 2022 adoptó el acuerdo de proponer a la Junta General de Socios a celebrar en junio de 2022, la modificación de los Estatutos Sociales en relación con el

**Consejo de Administración de Hijos De Rivera S.A.U.**

**Presidente**

Ignacio Rivera Quintana

**Consejero delegado**

Ignacio Rivera Quintana

Manuel Anca Mesejo  
Fernando José Hernández Rivera  
Ramón Blanco–Rajoy Rivera  
María Josefa Ojea Rivera  
Fernando Wirz Rodríguez  
María Romero Rivera  
Lorenzo Otero Martínez  
Carlos Blanco–Rajoy Rivera  
Pedro Ojea Duarte

**Administrador Único de Mundo Estrella Galicia, S.L.U.**

Hijos de Rivera, S.A.U., representada por Ignacio Rivera Quintana

**Administrador Único de Craft Stars of the World, S.L.U.**

Hijos de Rivera, S.A.U., representada por Ignacio Rivera Quintana

desempeño del cargo de Administrador del Grupo, que deberá tener en cuenta en sus decisiones y actuaciones los efectos de dichas decisiones o actuaciones con respecto a los intereses de (i) los socios, (ii) los empleados de la Sociedad y de sus filiales; (iii) los clientes, proveedores y otras partes directa o indirectamente vinculadas a la Sociedad, como por ejemplo, la comunidad en donde, directa o indirectamente, opera la Sociedad. Asimismo, deberán velar por la protección del medio ambiente local y global y por los intereses de la Sociedad en el corto y largo plazo.

# Comisiones

Dentro del Consejo de Administración de Corporación Hijos de Rivera contamos con comisiones de trabajo diferenciadas en consultivas, informativas y de control que tienen como objetivo el desarrollo de las funciones esenciales de gobierno:

- Comisión de Auditoría y Control de Gestión
- Comisión de Nombramientos y Retribuciones (en proceso de implementación)

## COMISIÓN DE AUDITORÍA Y CONTROL DE GESTIÓN

**Presidente**

Andrés Lucendo Monedero

Fernando José Hernández Rivera  
Ramón Blanco–Rajoy Rivera  
Ramón Rodríguez Rubiños

En 2021 se reunió en 5 ocasiones, asistiendo tanto los auditores de cuentas externos del Grupo como miembros de los equipos financieros, de control y de sistemas de información de las empresas.

Durante el año supervisó el proceso de las auditorías de las empresas del Grupo a fin de que los informes de auditoría de las cuentas anuales no tuvieran salvedades, así como asegurarse de la independencia de los auditores.

Asimismo, revisó las cuentas anuales individuales y consolidadas y el Estado de Información No Financiera del Grupo, previamente a su formulación por los administradores, para asegurar su fiabilidad y que su elaboración se hiciera de acuerdo con los criterios contables y contuvieran los desgloses requeridos por los marcos normativos de información financiera y no financiera aplicables en España.

Esta Comisión de carácter voluntario, consultivo, informativo y de control, se constituyó en 2013. Está integrada por cuatro miembros y desde 2018 su presidente es un profesional independiente. Sus funciones están recogidas en el Reglamento del Consejo de Administración de la Corporación, así como en su propio Reglamento y abarca la auditoría de cuentas y la relación con los auditores de cuentas, la supervisión del proceso de elaboración de la información financiera y no financiera, y la supervisión del control y gestión de riesgos.

# Políticas

En 2021 aprobamos la Política de Dividendos de la Corporación que se basa en los principios básicos de Rentabilidad Sostenible y Proporcionalidad. También actualizamos la Política de Compras de

Hijos de Rivera, S.A.U. y de las tres empresas a través de las cuales se gestionan los manantiales de agua.

# 2.2

# TRANSPAREN- TES

Somos conscientes de que cuanto más nítida es una organización, mayor es la confianza que genera en sus grupos de interés. Así, procedemos siempre desde la veracidad y ofreciendo informaciones comprensibles, verificables y accesibles.

En este sentido, contamos con un modelo de gestión ético propio que garantiza la integridad de todas nuestras actuaciones. Este modelo cuenta con tres piezas clave: un Código de Valores, un Comité de Ética Corporativa y un Canal Ético.

## CÓDIGO DE VALORES

Esta norma contiene las conductas, principios y valores por los que hemos de regirnos, siendo de obligado cumplimiento para todas las sociedades y personas que formamos parte del Grupo.

Nuestro Código de valores garantiza, además, el cumplimiento de los derechos humanos y laborales, así como el compromiso con la integración de todas las personas, con su complejidad y diversidad, en la cultura corporativa. Asimismo, establece los principios éticos en los que se han de basar las relaciones con los clientes, proveedores, competidores, los empleados, la sociedad civil y las administraciones públicas.

Para facilitar su consulta y garantizar su accesibilidad, el documento está disponible tanto en la página web corporativa como en nuestra intranet. Para darlo a conocer, ofrecemos talleres formativos anuales en los que participan empleados y directivos del Grupo.

En 2021, 50 personas del Grupo de las categorías de “Directivos, mandos técnicos y titulados” y “Comerciales y administrativos” han recibido formación específica en esta materia.

## COMITÉ DE ÉTICA CORPORATIVA

Este órgano vela por el cumplimiento, implementación, difusión, promoción, actualización e interpretación del Código, así como por el adecuado funcionamiento de los procedimientos y protocolos

y el establecimiento de medidas que prevengan su vulneración. Cuenta con un reglamento que regula sus funciones.

## CANAL ÉTICO

Escuchar y dar respuesta a las inquietudes de empleados y ciudadanos es una prioridad. Solo así podemos mejorar. Así, nuestros empleados pueden canalizar cualquier duda, sugerencia, o denuncia relacionada con el Código de Valores a través del correo electrónico [etica@estrellagalicia.es](mailto:etica@estrellagalicia.es), o mediante correo postal dirigido a CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA, S.L., A/a. Secretario del Comité de Ética Corporativa (c/ José María Rivera Corral 6, 15008 A Coruña).

Por su parte, para atender a nuestros usuarios contamos con el Servicio de Atención al Cliente, una herramienta que nos permite gestionar sus reclamaciones y darles una respuesta rápida para evitar cualquier impacto negativo que pueda tener la actuación de las empresas del Grupo.

En el año 2021 no se ha registrado ninguna denuncia en materia de corrupción, soborno o blanqueo de capitales.



# 2.3

# CON LOS DERECHOS HUMANOS

## ACTUAMOS SIGUIENDO Y RESPETANDO LOS CRITERIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

Actuamos siguiendo y respetando los criterios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, garantizando, a través de nuestro Código de Valores, el cumplimiento de los derechos humanos, de las normas laborales y las de anticorrupción, así como la integración de todo el colectivo de personas, con su complejidad y diversidad.

Los riesgos relativos a este ámbito pasan por no respetar los criterios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas contemplados en el Código de Valores, lo cual afectaría gravemente a nuestra reputación y a las relaciones con nuestros grupos de interés.

### POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS

Los principales aspectos de diligencia debida contemplados en el Código de Valores se basan en la promoción y el cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil.

Como comentábamos anteriormente, el Comité de Ética Corporativa es el máximo órgano encargado de velar por el cumplimiento de los derechos

humanos en el Grupo y asume las funciones consultivas, resolutivas, de prevención y vigilancia, y de información. A través del Canal Ético se pueden comunicar cualquier tipo de vulneración de nuestro Código de Valores, incluida la vulneración de los derechos humanos.

A lo largo de 2021 no se ha registrado, a través de los canales disponibles a tal efecto, ninguna denuncia por vulneración de derechos humanos.

# 2.4

# CON TOTAL GARANTÍA

CONTAMOS CON UN SISTEMA DE  
GESTIÓN QUE NOS PERMITE CONTROLAR,  
PLANIFICAR Y DIRIGIR LOS PASOS  
QUE DAMOS PARA CONSEGUIR CADA AÑO  
OPTIMIZAR NUESTROS RESULTADOS

Contamos con un Sistema de Gestión que nos permite controlar, planificar y dirigir los pasos que damos para conseguir cada año optimizar nuestros resultados.

El Sistema de Gestión es una herramienta estratégica al servicio del gobierno y del negocio que contribuye a recoger el conjunto de políticas, normas, procesos, que describen lo que nos define como compañía hacia las partes interesadas.

A través del Sistema de Gestión, la Corporación garantiza que el conocimiento de los procesos queda estructurado dentro de la compañía, asegurando el alineamiento de los procesos con las políticas y normas en las que se sustenta el Sistema, mediante la realización de auditorías internas y de certificación con carácter anual.

El Sistema de Gestión se ha ido adaptando a las necesidades de la compañía y a nuestra posición en el mercado, adhiriéndose a criterios y estándares

certificables que han evolucionado desde la satisfacción del cliente hasta los requerimientos para garantizar la seguridad alimentaria, la seguridad de las personas y la seguridad medio ambiental, desde una perspectiva de enfoque a riesgos.

A lo largo del año 2021, hemos adecuado el Sistema de Gestión a la nueva estructura organizativa, logrando la renovación de todos nuestros certificados por la entidad certificadora Bureau Veritas. Además, hemos abordado la adecuación a la versión 5.1 del estándar FSSC22000 de seguridad alimentaria y llevado a cabo la implantación de un sistema de gestión de seguridad y salud laboral en nuestras Delegaciones Comerciales.

La Compañía ratifica su compromiso con el mantenimiento y mejora de nuestro Sistema Gestión a través los principios definidos en el Manual del Sistema de Gestión, disponible para nuestros grupos de interés.



Otras certificaciones de las que disponemos son:

					
UNE-EN ISO 9001:2015 Sistemas de Gestión de Calidad	✳	✳	✳		✳
UNE-EN ISO 22000:2018 Sistemas de Gestión de Seguridad Alimentaria	✳	✳	✳		✳
FSSC 2200 V5.1	✳		✳		
IFS Food V6.1 Calidad y Seguridad Alimentaria de productos alimenticios				✳	
ISO 45000:2018 Sisteama de Seguridad y Salud en el Trabajo	✳	✳			
ISO 140001:2015 Sistema de Gestión Ambiental	✳	✳			
EMAS III Validación de la Declaración Ambiental	✳				
Galicia Calidade	✳	✳			✳
Certificado de producción ecológica emitido por el Consejo Reguladore de Agricultura					✳
Sistema Licencia Europeo (ELS). Espiga Barrada: Cerveza Estrella Galicia Especial Sin Gluten	✳				
Certificación Kosher emitido por Court of the Chief Rabbi Beth Din London	✳				
V-Label. Certificación apta para veganos: Sidras Maeloc					✳
Pertenencia a Indicación Geográfica Protegida "Orujos de Galicia": licores Quenza					✳

UNA OBSESIÓN: LA SEGURIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS

Tenemos un compromiso inquebrantable con nuestros consumidores, que confían en nosotros para ofrecerles productos de la máxima seguridad y calidad. A través de nuestro modelo global/corporativo de seguridad alimentaria y calidad el grupo aseguramos/garantizamos la calidad en toda la cadena de valor, desde el diseño de los productos, pasando por las materias primas empleadas en su elaboración, su producción, distribución y hasta la experiencia final del consumidor, velando siempre por el cumplimiento riguroso de la legislación vigente y la normativa, así como de los procedimientos aplicables en aspectos de calidad y seguridad alimentaria.

Así, estamos comprometidos con la garantía de seguridad alimentaria de los productos que fabricamos y distribuimos y, de acuerdo con el Reglamento (CE) N.º 852/2004 relativo a la higiene de los productos alimenticios, implementamos en nuestras instalaciones un Sistema de Análisis de Peligros y Control de los Puntos Críticos (APPCC) que es revisado anualmente por los Equipos de Seguridad Alimentaria.

Nuestro Modelo de Seguridad Alimentaria rige las actividades en esta materia en toda la cadena de valor manteniendo el foco en los siguientes aspectos:

- La gestión de los riesgos alimentarios que permite la identificación y valoración de los riesgos potenciales y el establecimiento de planes de acción para su mitigación.
- El plan de defensa alimentaria para reducir al mínimo la posibilidad de que se produzcan acciones intencionadas sobre productos, marcas e instalaciones.
- La gestión de la trazabilidad que permite controlar el histórico, la situación física y la trayectoria de nuestros productos a lo largo de la cadena de valor.
- La gestión de las reclamaciones con enfoque hacia el cliente y basado en análisis causa-raíz que eviten o minimicen la reincidencia.
- El mantenimiento de mecanismos de actuación ante situaciones de alertas alimentarias reales o potenciales, así como la gestión de acciones en el mercado que supongan la retirada de productos. Además, se asegura la viabilidad de estos procedimientos mediante la realización de simulacros periódicos bajo diferentes supuestos.



2.5

SUMAMOS FUERZAS

Colaboramos con organizaciones cuyos objetivos, intereses y retos son similares a los nuestros. Esta filosofía colaborativa es la que nos lleva a relacionarnos con otros profesionales del sector, mantenernos informados y liderar la conversación con instituciones y administraciones públicas. Asimismo, cooperamos con diversas asociaciones locales porque estamos firmemente comprometidos con nuestro entorno. Y todo ello lo hacemos porque sabemos una cosa: que juntos somos más fuertes.

De esta forma, colaboramos con las siguientes asociaciones:

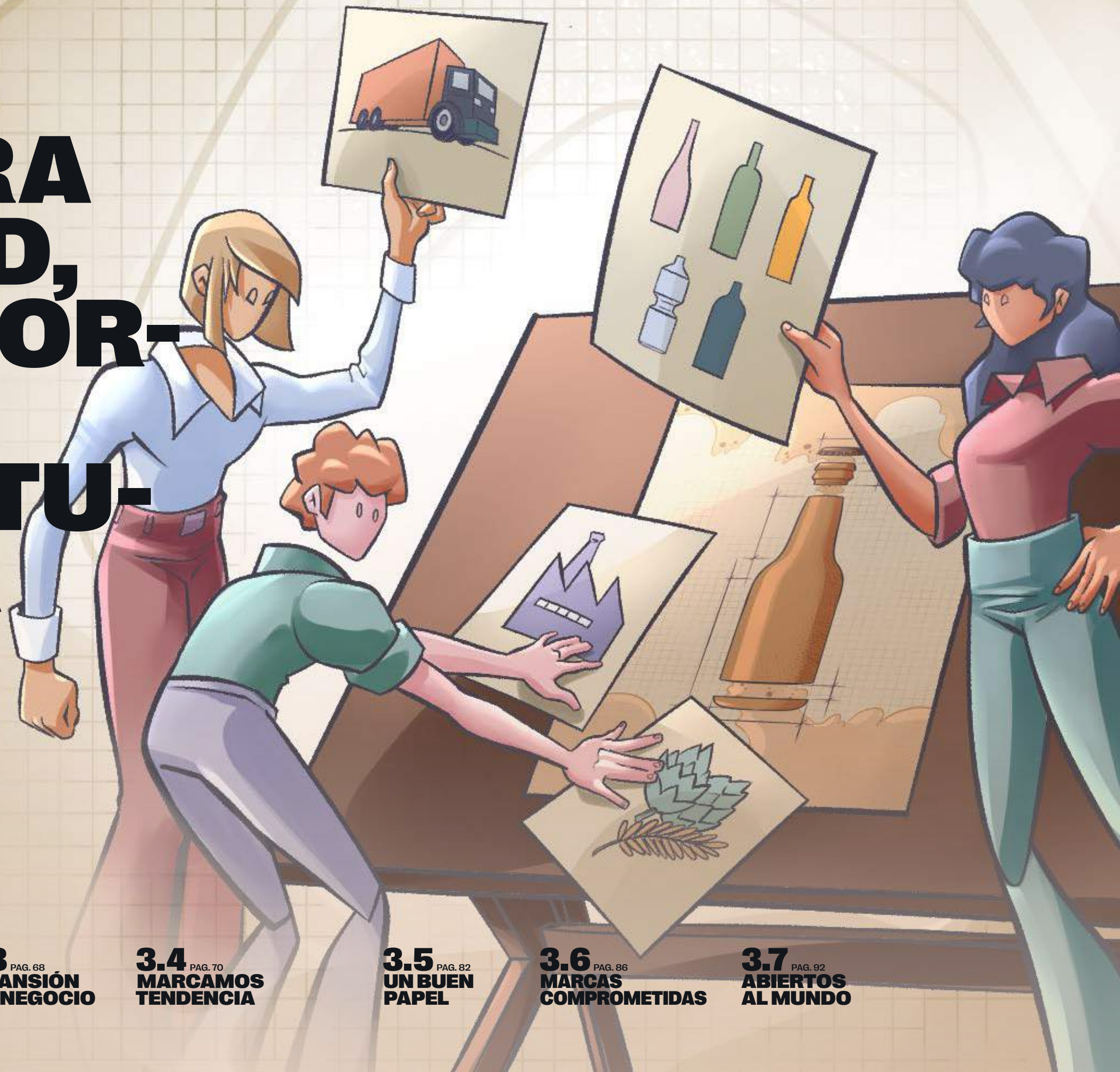
<ul style="list-style-type: none"><li>• Cerveceros de España</li><li>• Asociación Gallega de la Empresa Familiar</li><li>• Instituto Empresa Familiar</li><li>• APD: Asociación para el Progreso de la Dirección</li><li>• Círculo de Empresarios de Galicia</li><li>• Asociación de Amigos do CGAC</li><li>• Asociación Foro Económico de Galicia</li><li>• Ecovidrio</li><li>• Club de los 20</li><li>• Calidalia</li><li>• Asociación Española de Anunciantes</li><li>• Ecoembes</li><li>• Asociación de Cargadores de España</li><li>• Asociación de Empresarios Gallegos de Madrid</li><li>• Consello Regulador de Aguardientes y Licores Tradicionales de Galicia</li><li>• Fundación Benéfico Docente de la Escuela Superior de Cerveza y Malta</li><li>• Asociación Empresarios Agrela</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Consello Regulador de Agricultura Ecológica de Galicia (CRAEGA)</li><li>• Asociación de Marcas Renombradas Españolas</li><li>• AECOC: Asociación de Fabricantes y Distribuidores</li><li>• ANEABE: Asociación Nacional de Empresas de Agua Envasada</li><li>• VLB (Instituto Cerveceros de Investigación y Enseñanza de Berlín).</li><li>• Analytica-EBC</li><li>• LGC Standards</li><li>• AESI: Asociación Española de Sidras</li><li>• Asociación de Empresarios de Chantada</li><li>• CLUSAGA: Clúster Alimentario de Galicia</li><li>• AUSAPE. Asociación de usuarios de SAP de España</li><li>• Clúster de la Función Logística de Galicia</li><li>• Plataforma Tecnológica de Vino</li><li>• Consello Regulador de la Ribeira Sacra</li><li>• Confederación de Empresarios de A Coruña - CEC</li></ul>
--	--

Nuestra aportación a estas entidades corresponde a las cuotas de socio.



3

# NUESTRA ACTITUD, INCONFOR- MISMO POR NATU- RALEZA



**3.1** PAG. 56  
**AMBICIÓN  
IMPERFECTA**

**3.2** PAG. 64  
**EL VALOR DE LA  
INNOVACIÓN**

**3.3** PAG. 68  
**EXPANSIÓN  
DEL NEGOCIO**

**3.4** PAG. 70  
**MARCAMOS  
TENDENCIA**

**3.5** PAG. 82  
**UN BUEN  
PAPEL**

**3.6** PAG. 86  
**MARCAS  
COMPROMETIDAS**

**3.7** PAG. 92  
**ABIERTOS  
AL MUNDO**

EN CORPORACIÓN HIJOS DE  
RIVERA TRABAJAMOS CADA DÍA  
PARA OFRECER PRODUCTOS Y  
SERVICIOS DE LA MÁXIMA CALIDAD.  
Y LO HACEMOS CADA DÍA PORQUE  
ALCANZAR LA EXCELENCIA NO  
ES FRUTO DE LA CASUALIDAD,  
SINO DE LA CONSTANCIA

En Corporación Hijos de Rivera trabajamos cada día para ofrecer productos y servicios de la máxima calidad. Y lo hacemos cada día porque alcanzar la excelencia no es fruto de la casualidad, sino de la constancia. Así, de la mano de la innovación y de

la creatividad, pero también de la tradición artesana, buscamos ser excelentes y únicos a lo largo de toda nuestra cadena de valor, resistiéndonos a caer en fórmulas estandarizadas o cortoplacistas.



# 3.1

## AMBICIÓN IMPERFECTA

BRINDAMOS LO MEJOR DE NOSOTROS  
MISMOS (ON EL OBJETIVO DE  
TRANSFORMAR EL NEGOCIO Y EL SECTOR  
POR MEDIO DE IMPACTOS POSITIVOS

Nuestro empeño por ser excelentes en todo lo que nos proponemos nos ha enseñado una cosa: que siempre hay una forma de hacerlo mejor y, por ende, que la perfección no existe. Siendo conscientes de ello, definimos nuestra forma de actuar como 'ambición imperfecta' y, sin comple-

jos, brindamos lo mejor de nosotros mismos con el objetivo de transformar el negocio y el sector por medio de impactos positivos, así como de un talante proactivo y audaz capaz de adelantarse a las nuevas necesidades.

# 3.1.1 UNA RED CONECTADA

Un claro ejemplo de esta ‘ambición imperfecta’ es la labor que desarrollamos a lo largo de todo nuestro tejido productivo, logístico y comercial, una red que nos permite estar al lado de nuestros clientes, escuchándolos y satisfaciendo sus demandas de forma ágil y continua.

En la actualidad contamos con seis centros de producción en España que disponen de innovado-

res sistemas tecnológicos que nos ayudan en la elaboración de nuestras cervezas, sidras, vinos y licores, así como en el envasado de aguas.

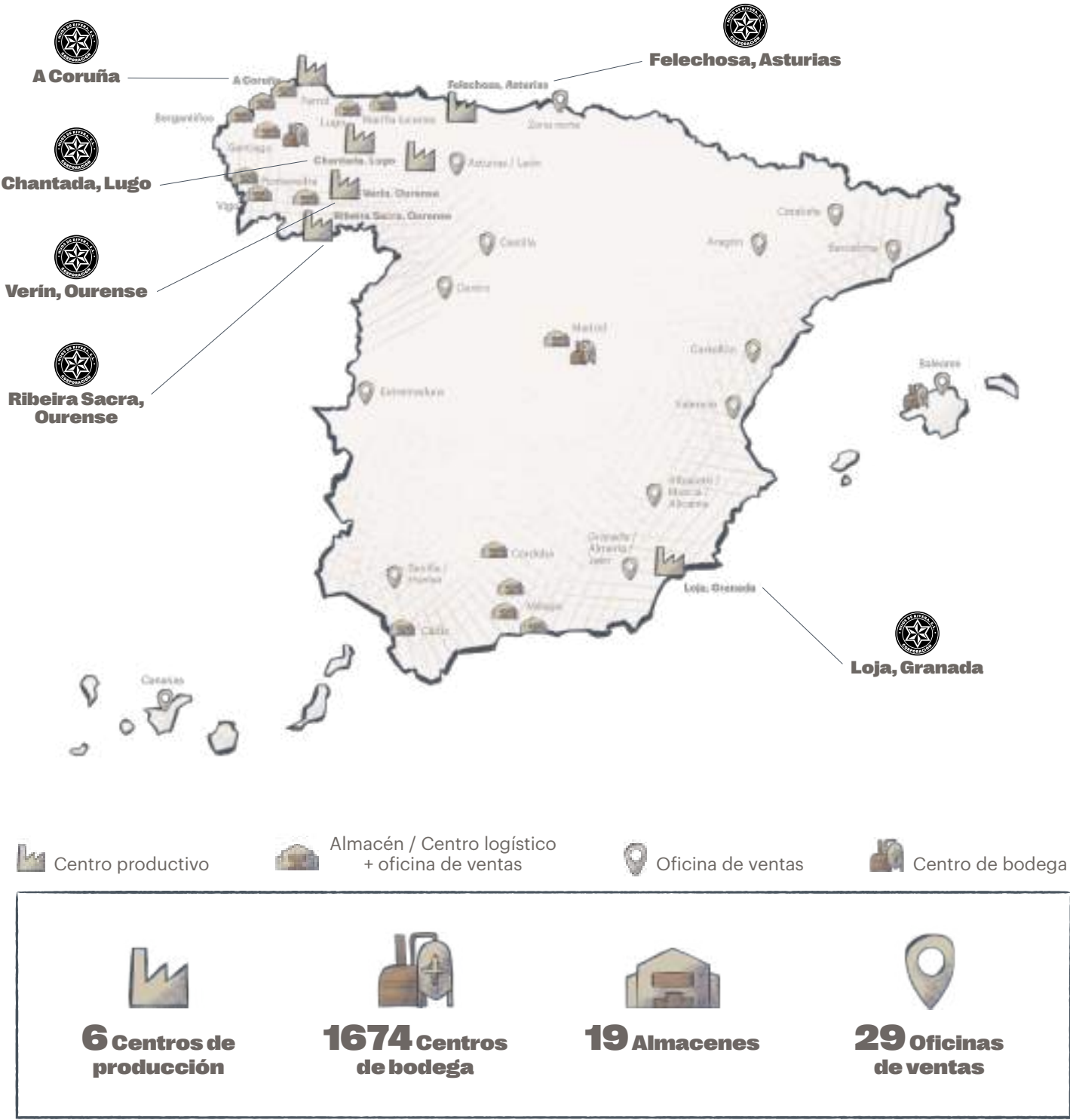
Cabe destacar que en 2021 alcanzamos una producción de 440 millones de litros de cerveza en nuestra planta de A Coruña, sin duda, una cifra histórica para el Grupo.

## NUEVA FÁBRICA EN BRASIL

En 2021 anunciamos la construcción de una nueva fábrica de cerveza en Araraquara, en el estado de São Paulo, Brasil, donde queda garantizado un suministro de agua de excelente calidad. Con una inversión de cerca de 300 millones de euros, este centro se convertirá en nuestra segunda ‘cocina cervecera’ tras 115 años de historia y ayudará a crear 400 puestos de trabajo en las nuevas instalaciones, que serán tecnológicamente punteras en términos de sostenibilidad y respeto al medio ambiente.

Asimismo, llegamos a un acuerdo por el cual nuestras cervezas se incorporan al porfolio de las nueve embotelladoras que operan todo el sistema de distribución de Coca-Cola en el mercado brasileño. Se trata de un acuerdo con visión a largo plazo con el que pretendemos intensificar nuestra presencia en el segmento premium del país carioca gracias a la sólida red de distribución de Coca-Cola, que cuenta con más de un millón de clientes, un equipo de más de 68.000 empleados y una flota de más de 6.000 camiones.

# 3.1.2 CERCANOS Y PRÓXIMOS



# 3.1.3 SIN FRONTERAS

**Fábrica de Cerveza**

Ubicación: Polígono Industrial A Grela (A Coruña)  
Superficie: 76.000 m²  
Producción 2021: 440 millones de litros  
Capacidad productiva: 450 millones de litros

**Cabreiroá**

Ubicación: Verín (Ourense)  
Superficie: 210.418 m²  
Producción 2021: 90 millones de litros  
Caudal Cabreiroá: 3,5 litros/segundo  
Caudal Magma de Cabreiroá: 13,8 litros/segundo

**Fontarel**

Ubicación: Loja (Granada)  
Superficie: 5 hectáreas  
Producción 2021: 55 millones de litros  
Caudal: 10 litros/segundo

**Ponte da Boga**

Ubicación: Lg. De O Couto, San Paio Castro Caldelas (Ourense) y Lg. de San Adrián, Sacardebois, Parada de Sil (Ourense)  
Superficie: 320.000 m²  
Producción 2021: 400.000 litros  
Capacidad Productiva 2021: 750.000 litros

**Agua de Cuevas**

Ubicación: Felechosa (Asturias)  
Superficie: 6.500 m²  
Producción 2021: 44 millones de litros  
Caudal: 3,5 litros/segundo

**Customdrinks**

Ubicación: Chantada (Lugo)  
Superficie: 350.000 m²  
Producción 2021: 4 millones de litros  
Capacidad Productiva 2021: 30 millones de litros del total de bebidas

Somos inconformistas y, por ello, llevamos nuestra ‘ambición imperfecta’ a los cinco continentes. Así, contamos con filiales en Brasil, China, Estados

Unidos, Filipinas, Irlanda, México y Portugal\*, y exportamos nuestros productos a 69 países de todo el mundo.

**¡UNA PROYECCIÓN INTERNACIONAL IMPARABLE!**

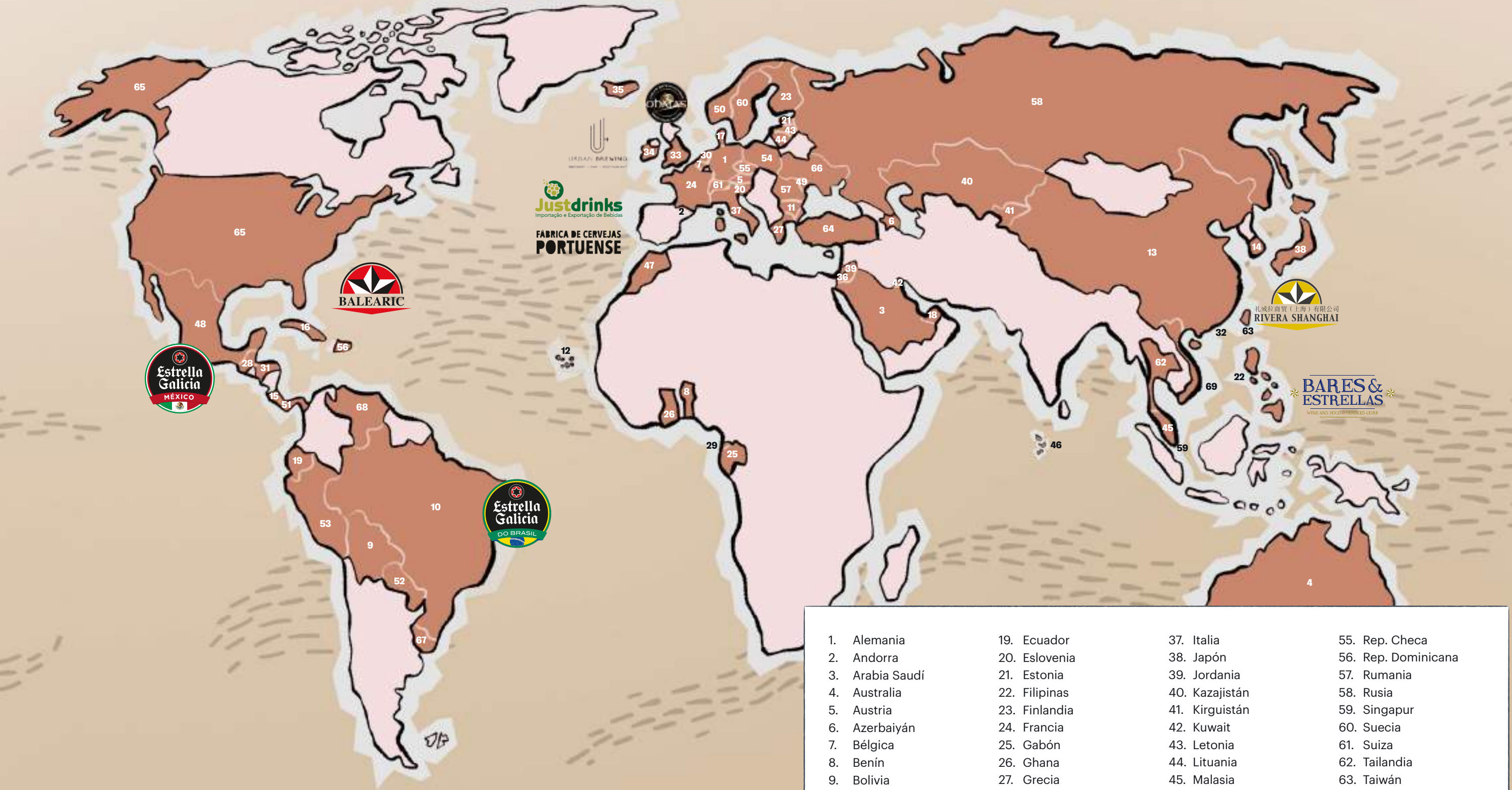
Creemos en la calidad de nuestros productos, por ello queremos que todo el mundo disfrute de ellos. Tanto es así que reforzamos nuestra presencia internacional en países estratégicos como México, China y Emiratos Árabes Unidos.

De esta forma, celebramos por todo lo alto nuestra decidida apuesta por Cervezas Estrella Galicia México. Gracias a su capacidad importadora y distribuidora, esta filial es la palanca perfecta para impulsar el desarrollo de nuestro negocio en el país americano, una región con un enorme potencial de crecimiento para nuestras marcas. Al acto de presentación en el Four Seasons de Ciudad de México acudieron las caras más conocidas del mundo empresarial, social y artístico mexicano.

Asimismo, lanzamos nuestro propio market place dentro de una de las plataformas de e-commerce más importantes a nivel global, TMALL, destinada al consumidor chino. Se trata de una tienda online auspiciada por el gigante tecnológico Alibaba Group que se sitúa como la tercera página web más visitada del mundo, tras Google y Yahoo, y que alcanza a más de 500 millones de usuarios al mes.

No nos podemos olvidar que, además, nuestra marca Estrella Galicia es la cerveza oficial de la tienda del Pabellón de España en Expo Dubái 2020, un evento de enorme alcance por el que se espera que pasen millones de personas de todo el mundo a lo largo de seis meses.





**\*Filiales**

- Estrella de Galicia Importação e Comercialização de Bebidas e Alimentos, Ltda. (São Paulo, Brasil)
- Balearic Beverage Distributors Inc. (Washington, USA)
- Carlow Craft Brewery Limited (Carlow, Irlanda)
- Urban Brewing Ltd. (Dublín, Irlanda)
- Justdrinks Limitada (Loulé, Portugal)
- Fabrica de Cervejas Portuense, PRHM TPRT, S.A. (Oporto, Portugal)
- Rivera Business Trade Shanghai Co. Ltd. (Shangai, China)
- Bares & Estrellas - Wine & Food Services Corporation (Mandaluyong City, Filipinas)
- Cervezas Estrella Galicia México, S. de R.L., de C.V. (México DF, México)

1. Alemania	19. Ecuador	37. Italia	55. Rep. Checa
2. Andorra	20. Eslovenia	38. Japón	56. Rep. Dominicana
3. Arabia Saudí	21. Estonia	39. Jordania	57. Rumania
4. Australia	22. Filipinas	40. Kazajistán	58. Rusia
5. Austria	23. Finlandia	41. Kirguistán	59. Singapur
6. Azerbaiyán	24. Francia	42. Kuwait	60. Suecia
7. Bélgica	25. Gabón	43. Letonia	61. Suiza
8. Benín	26. Ghana	44. Lituania	62. Tailandia
9. Bolivia	27. Grecia	45. Malasia	63. Taiwán
10. Brasil	28. Guatemala	46. Maldivas	64. Turquía
11. Bulgaria	29. Guinea Ecuatorial	47. Marruecos	65. U.S.A.
12. Cabo Verde	30. Holanda	48. México	66. Ucrania
13. China	31. Honduras	49. Moldavia	67. Uruguay
14. Corea	32. Hongkong	50. Noruega	68. Venezuela
15. Costa Rica	33. Inglaterra	51. Panamá	69. Vietnam
16. Cuba	34. Irlanda	52. Paraguay	
17. Dinamarca	35. Islandia	53. Perú	
18. EAU	36. Israel	54. Polonia	



## 3.2

# EL VALOR DE LA INNOVACIÓN

UNO DE NUESTROS RETOS PRIORITARIOS  
ES LA GENERACIÓN DE UN IMPACTO  
POSITIVO EN CUATRO EJES: PERSONAS,  
PLANETA, ORIGEN Y ALIADOS

Innovamos porque está en nuestro ADN, es nuestra forma de dar respuesta a un entorno cambiante y a un consumidor cada vez más exigente. Uno de

nuestros retos prioritarios es la generación de un impacto positivo en cuatro ejes: Personas, Planeta, Origen y Aliados.

## PERSONAS

Contamos con dos proyectos de I+D con convocatorias del CDTi (Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial) y la Axencia Galega de Innovación a través de los cuales buscamos alternativas que ayuden a mejorar la salud mediante el desarrollo de productos funcionales y bioactivos:

- **Hibridación de biotecnología y herramientas 4.0** en la industria agroalimentaria para el desarrollo acelerado de nuevas formulaciones: continuamos investigando el comportamiento inflamatorio que tiene lugar en el organismo y avanzando en el estudio de la capacidad anti-inflamatoria de procesos y materias primas, lo que nos han permitido formular mostos cerveceros con propiedades prometedoras para futuros desarrollos.
- **Formulaciones funcionales en nuevas cervezas sin alcohol (0,0F):** Buscamos la incorporación natural de ingredientes activos que permitan aportar propiedades beneficiosas para la salud a nuestros futuros desarrollos de cervezas 0,0. Durante 2021 hemos iniciado la primera producción a escala laboratorio de un producto con propiedades funcionales.

Los resultados obtenidos, contando con la colaboración de los grupos de investigación universitarios, centros tecnológicos y start-ups, nos han permitido iniciar la redacción de una patente europea, así como la publicación de tres artículos científicos.

En otro ámbito de actuación, pero en este mismo eje, en 2021 hemos diseñado nuestro primer producto funcional: Fontarel Zero Sodio. Gracias a una tecnología avanzada hemos conseguido eliminar el sodio del agua mineral natural del manantial Aguas El Pilar, en Loja (Granada), ofreciendo así una alternativa para aquellos colectivos especialmente sensibles a ingesta de sodio. Esta apuesta es pionera en el mercado nacional y está avalada por la Fundación Española del Corazón.

## PLANETA

Desde todos los departamentos de la compañía trabajamos en proyectos vinculados a los envases y su reutilización, reducción y reciclaje de los materiales empleados. Algunos de ellos son:

- **rPet:** Continuamos extendiendo el uso de pet reciclado en Cabreiroá, Agua de Cuevas y Fontarel para llegar a todos los formatos con la meta de alcanzar el 100% rPet.
- **Envase bag-in-box:** Nuevo formato de Cabreiroá de 8L y con un envase 100% reciclable que reduce el uso de plástico un 60%.
- **Agua Cabreiroá sin Gas en aluminio.**

- **Aligeramiento de las botellas de vidrio no retornables:** Reducimos en un 12% del vidrio empleado en las botellas no retornables, acompañado de la sustitución del papel de las etiquetas por papel con sello FSC.
- **Investigación en nuevos materiales biobasados:** Investigamos y testamos el empleo de nuevos materiales que puedan tener aplicación en el packaging de nuestros productos.

Además, hemos abierto una vía de investigación para encontrar nuevas fórmulas de valorizar nuestros subproductos en el proceso de elaboración de cerveza, favoreciendo la reutilización de recursos.



## ORIGEN

Nuestro origen es un pilar fundamental en el desarrollo de nuestra actividad. Fomentamos el empleo de materias primas de origen para promover su cuidado y la generación de riqueza. De esta forma, ayudamos a reducir la huella ambiental, así como apoyar la economía local y el mantenimiento del rural.

Un claro ejemplo es el lanzamiento de Fábrica de Cervezas Abadía Sobrado dos Monxes, para cuyo desarrollo hemos colaborado con el propio monasterio y con el Laboratorio de Microbiología de la Facultad de Ciencias de Ourense de la Universidad de Vigo. En esta misma línea, creamos la Estrella del Camino, una cerveza de trigo con ingredientes naturales vinculados a varios enclaves del Camino de Santiago.

## ALIADOS

Tan importante como trabajar en iniciativas de impacto, es hacerlo con socios que también tengan esta inquietud, por eso, entre los partners con los que colaboramos se encuentran: Anfaco-Cecopescas, la Universidad de Coruña o GleceX para el

desarrollo de investigaciones de I+D; la Universidad de Vigo, con la que colaboramos en conjunto con el Monasterio de Sobrado dos Monxes en el lanzamiento de Fábrica de Cervezas Abadía; y más socios como Clusaga o Bioga entre otros.



# 3.3

# EXPANSIÓN DEL NEGOCIO

Nuestra forma de entender el negocio nos lleva a ir siempre un paso más allá, porque nos resistimos a caer en el conformismo y huimos del estancamiento. Así, evolucionamos para brindar a nuestros clientes un completo abanico de servicios que les ayuden a la hora de poner en marcha sus proyectos, permaneciendo a su lado cuando más nos necesitan. Esta diversificación pasa por:

## **Diseño**

Nuestra experiencia en el sector se traslada al diseño de interiores de la mano de Desymo. Esta empresa del Grupo se encarga de acompañar y asesorar a nuestros clientes a la hora de crear espacios únicos y con personalidad. Su ámbito de trabajo son locales comerciales propios y asociados, mantenimiento y evolución de edificios propios, gestión patrimonial de suelo e inmuebles, ferias y residencial.

## **Distribución**

Realizamos la distribución tanto de nuestros propios productos como de otras marcas como O'Haras, Erdinger, Grolsch, Peroni, Brewdog, Abadía Retuerta, Finca Allende, Cillar de Silos, Belondrade, Sanclodio, Dominio de Pingus, Finca Nueva, Marqués de Murrieta, Vallobera, Moët&Chandon, Budvar y las prestigiosas marcas de Brujas del grupo cervecero Halve Maan, Brugse Zot y Straffe Hendrik. Además, también distribuimos los espirituosos Ron Caney y Ginebra F de Formentera.

## **Experiencias**

MEGA, Mundo Estrella Galicia, se ha convertido en un museo emblemático para los megacervecedores gracias a su carácter experiencial y divulgativo. En este espacio se puede ver, oler, tocar, probar y sentir la cerveza, su historia y estilos desde diferentes puntos de vista y disciplinas.

## **Hostelería**

Contamos con establecimientos propios que nos permiten estar presentes en los momentos de ocio de nuestros consumidores. En la actualidad disponemos de tres locales de La Tita Rivera (Madrid, Vigo y A Coruña) y la Cervecería de Cuatro Caminos.

## **Merchandising**

La tienda oficial de MEGA está ligada a nuestras marcas más icónicas. En ella se puede encontrar desde la vestimenta oficial de nuestros patrocinios deportivos en motociclismo, Fórmula 1 o fútbol, hasta accesorios, complementos y utensilios ligados a la cultura cervecera.

## **Personalización**

La empresa del Grupo Customdrinks elabora y envasa productos innovadores adaptados a las necesidades y gustos de nuestros clientes a través del concepto made-to-order.

# 3.4

## MARCAMOS TENDENCIA

NOS SENTIMOS ORGULLOSOS DE  
PRODUCIR Y COMERCIALIZAR MARCAS  
QUE SON UN CLARO REFERENTE  
PARA LOS CONSUMIDORES

Nos sentimos orgullosos de producir y comercializar marcas que son un claro referente para los consumidores. ¿El secreto de nuestro exitoso portafolio?

Prestar atención al mercado para adelantarnos a sus futuras necesidades, creando constantemente tendencias dentro del sector.



# 3.4.1 UNA CARTERA EXCLUSIVA

## CERVEZAS

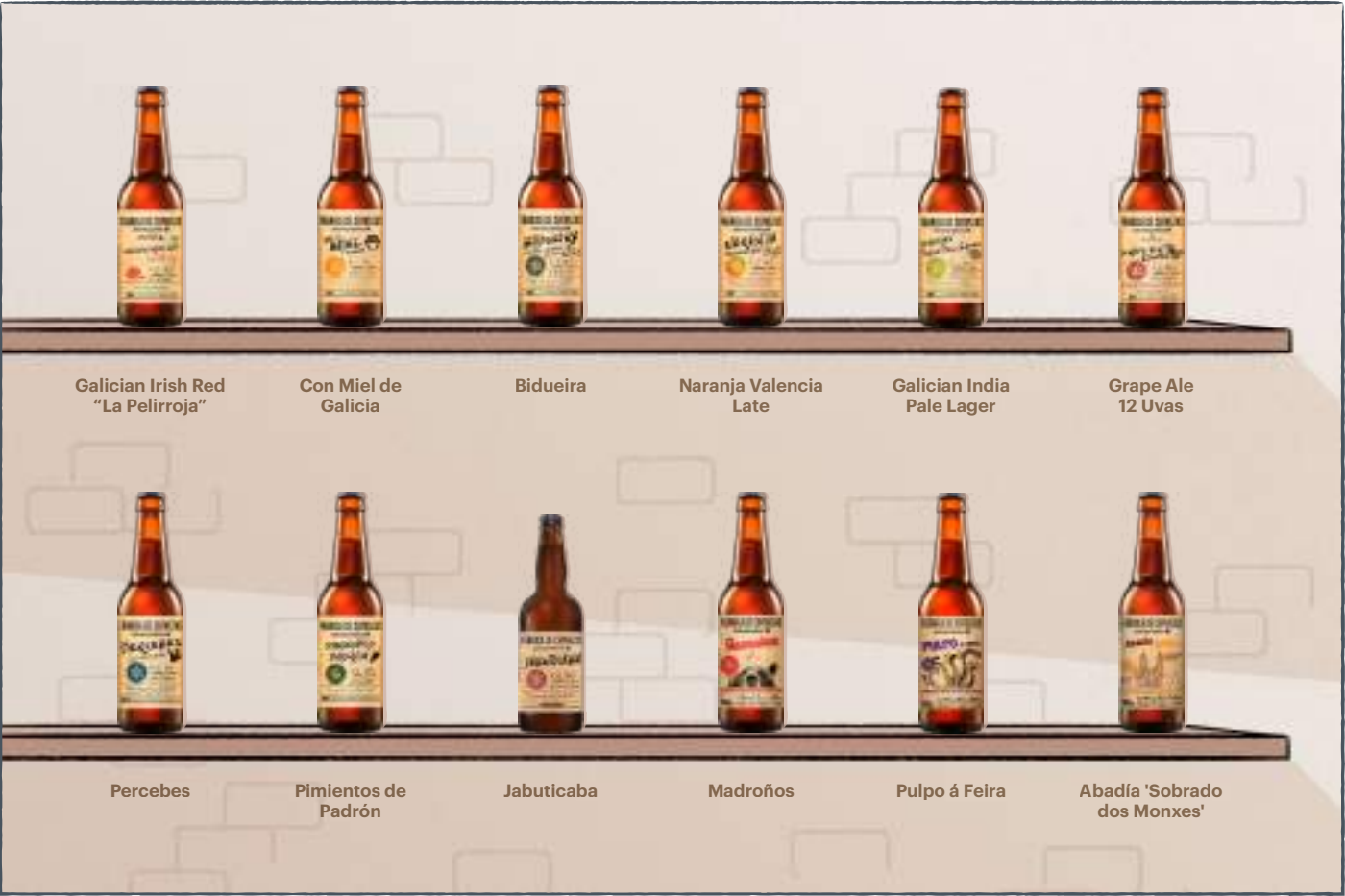
### Estrella Galicia



### Cervezas 1906



### Fábrica de Cervezas Estrella Galicia





AGUAS

Cabreiroá



Fontarel



Agua de Cuevas



VINOS

Ponte da Boga



COMBINADOS REFRESCANTES

La Tita Rivera



Vermut Rivera



Mostos



Tónica



LICORES

Licores Hijos de Rivera

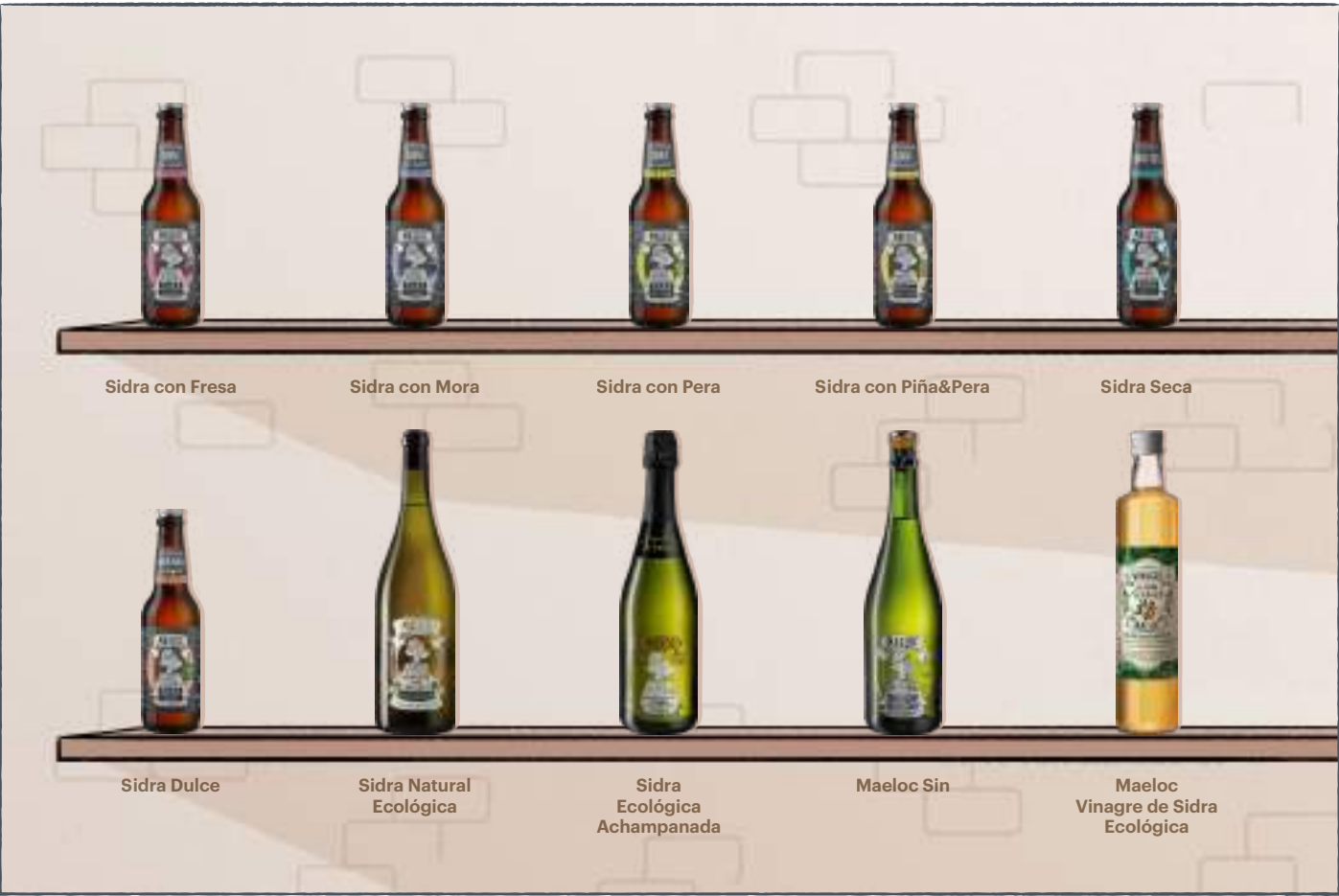


Quenza



SIDRAS

Maeloc



3.4.2  
NUEVAS  
APUESTAS

LANZAMIENTOS

**Fábrica de Cervezas:** Lanzamos Fábrica de Cervezas Estrella Galicia Abadía ‘Sobrado dos Monxes’, una cerveza Ale de tipo Abadía y sello gallego fruto de dos años de trabajo e investigación sobre las cepas de levadura presentes en los jardines del Monasterio de Sobrado dos Monxes.





**Estrella del Camino:** Una witbier gallega de edición limitada creada para homenajear el Xacobeo 2021-22, elaborada con ingredientes naturales procedentes de las diferentes rutas que forman parte del Camino de Santiago.

**Fontarel ZERO SODIO:** Nuestra marca de agua andaluza ha incorporado a su familia un producto libre del sodio, atendiendo así las necesidades de colectivos especialmente sensibles a la ingesta de sal, como personas con problemas cardiovasculares, mujeres embarazadas o niños.





**Ponte da Boga Capricho de Godello:** Propuesta monovarietal que brinda todo el potencial de esta variedad emblemática de la Ribeira Sacra. Una producción limitada de 1.350 botellas que se suma a la singular línea de 'caprichos' de Ponte da Boga.



**Estrella de Navidad 2021:** Un año más, presentamos nuestra lager de invierno elaborada a partir de cinco tipos de malta, entre ellas una malta tostada proveniente de cebada cultivada en Galicia.

## EDICIONES ESPECIALES

**Agua de Cuevas:** Con el objetivo de ofrecer propuestas atractivas para los más pequeños de la casa, lanzamos una edición especial de etiquetas con Spirit Indomable como protagonista. Asimismo, vestimos los envases con la imagen del Descenso del Río Sella para dar visibilidad y materializar nuestro respaldo a esta popular prueba deportiva asturiana.



**Cabreiroá:** Los envases de 33 cl. incorporaron nuevamente a los Minions en su packaging a través de siete modelos coleccionables pensados para los más jóvenes. Por su parte, las botellas de 1,5 l. se vistieron con la imagen de jugadores de la selección española de fútbol como Morata, Fabián o Jesús Navas para abanderar el concepto de Mineral Lovers.

**Estrella Galicia:** Con motivo del estreno de la nueva temporada de 'La Casa de Papel', sacamos al mercado una edición especial de 85 millones de botellas con destino a 60 países cuyo etiquetado rindió un homenaje a esta exitosa serie ya internacional.

Y para celebrar el final de la serie, lanzamos un pack edición especial y muy exclusiva en homenaje a la banda, con el que quisimos compartir el botín con los espectadores. Compuesto por dos botellas, una con una etiqueta dorada alusiva a la serie y otra edición en la que el oro se encontraba

dentro de la botella, este pack no estuvo a la venta, sino que los consumidores tuvieron que negociar con Logroño para conseguirlo.

También lanzamos una edición especial de 66 cl. de la 0,0 Tostada para celebrar la Expo Dubái 2021, reflejando en ella los elementos más representativos del Pabellón de España. Por otro lado, para animar al Real Valladolid CF en el final de la temporada futbolística, las botellas de la marca vistieron los colores del equipo.



**Fontarel:** Vestimos las botellas de 50 cl. con los personajes de las películas infantiles Shrek, Madagascar, Abominable y Cómo entrenar a tu dragón para acercarnos a los más pequeños de la casa.





## NUEVOS FORMATOS

**Cabreiroá:** En nuestra apuesta por la sostenibilidad, la marca ha lanzado en 2021 sus #ecoenvases, formatos más respetuosos con el medio ambiente a partir de materiales como plásticos reciclados procedentes de otras botellas, vidrio, aluminio y cartón 100% reciclable. En esta misma línea, en 2021 también ha comenzado a envasar Cabreiroá Mineral Natural y Magma de Cabreiroá con Gas en formato de vidrio no retornable.



**Growler Cerveza de Bodega:** Presentamos una edición limitada de Growler –formato que permite el take away y el delivery, convirtiéndose así en un envase altamente sostenible – diseñada por Sargadelos, firma con más de 200 años de historia que aúna vanguardia y tradición en sus piezas únicas de porcelana hecha a mano en Galicia.



**Agua de Cuevas y Fontarel:** Hemos comenzado a fabricar todas las botellas de estas marcas con plástico 100% reciclado (rPET). El uso de estos materiales permitirá dar una nueva vida a estos envases, lo que reducirá la huella de carbono procedente del proceso de fabricación de estos envases.

## RENOVACIÓN DE IMAGEN

**Agua de Cuevas:** Con la intención de reflejar mejor el espíritu de la marca, actualizamos su imagen incorporando el color verde y la imagen de las montañas en el etiquetado, que remite al enclave donde se ubica el manantial. Por otro lado, trabajamos para que finales de 2021 el 100% de los envases de la marca proceda de otras botellas.



**Estrella Galicia:** Tras más de una década, nuestra marca más icónica ha renovado su imagen en todos los formatos de la familia con el objetivo de reforzar nuestros valores y de generar impacto positivo. Así, hemos recuperado el diseño original de la estrella

presente en la primera etiqueta, mostrando nuestra resistencia a la estandarización de la cerveza, e introduciendo novedades en el packaging que nos permiten reducir la huella de carbono y aumentar la circularidad.



# 3.5

## UN BUEN PAPEL

TRABAJAMOS POR CONVICCIÓN, CON UNA  
MANERA INNATA DE HACER LAS COSAS,  
SIN INTENCIÓN DE HACER ALARDES  
NI ASPAVIENTOS Y CON LA ÚNICA MISIÓN  
DE MOSTRAR LO QUE SOMOS

Trabajamos por convicción, con una manera innata de hacer las cosas, sin intención de hacer alardes ni aspavientos y con la única misión de mostrar lo que somos. Podemos decir que la humildad guía

nuestro camino, eso sí, sin renunciar a ser mejores cada día y a sentirnos orgullosos y motivados cuando se reconoce nuestro buen hacer.



PRODUCTOS DE CALIDAD

Nuestra familia de cervezas 1906 ha continuado sumando reconocimientos a su amplia lista de galardones internacionales.

Entre ellos, los World Beer Awards han elegido a 1906 Reserva Especial, 1906 Black Coupage y 1906 Galician Irish Red Ale como las mejores de España en sus respectivas categorías. Esta última, conocida como ‘La Pelirroja’, también ha sido galardonada con la medalla de plata por los Meinigers Craft Beer Awards, una de las publicaciones especializadas

del sector de bebidas más antiguas y con más reputación de Alemania.

Asimismo, 1906 Red Vintage se ha subido un año más al podio de los European Beer Star, alzándose en esta ocasión con el bronce en la categoría German Style Heller Doppelbock y convirtiéndose en la única cerveza española galardonada; y ha sido reconocida con una plata por los Brussels Beer Challenge 2021.

POR LA CULTURA Y EL ARTE

MEGA se ha situado entre los finalistas del Premio al Museo Europeo 2021. Se trata de un galardón otorgado por el European Museum Forum, la institución europea de referencia en este ámbito.

Por su parte, ‘Las Estrellas del Camino’, la exposición artística más extensa del mundo con la que homenajeamos a las personas que mantienen vivo el espíritu del Camino de Santiago, ha recibido un Bronce en los Premios Eficacia 2021 a la Mejor Campaña Regional.

Asimismo, SON Estrella Galicia Posidonia 2021 ha sido reconocida con un Oro en los premios Best!N Food que convocan las revistas IPMARK y DA/Retail, en colaboración con Alimentaria. El festival ha recibido el mayor galardón en la categoría Brand Experience en Eventos por ser el primer festival inmersivo e interactivo.

POSICIONAMIENTO

Tras monitorizar y analizar la presencia de un total de 120 CEOs de empresas españolas en redes sociales, Ignacio Rivera se ha situado en la primera

posición de CEOs más eficientes de LinkedIn según el Panel Epsilon Icarus Analytics.



DESARROLLO DE MARCAS

La VI edición de los Premios Paraguas nos ha otorgado seis galardones que reconocen el trabajo que realizamos en el desarrollo de nuestras marcas. Así, recibimos el premio a la Mejor Idea, por Restilyng Tattoo de Estrella Galicia; a la Mejor Producción (Craft), por ‘Una cerveza como Dios manda’; a la Mejor Estrategia de Branding, por ‘Las estrellas del Camino’; a la Mejor Acción de

Promoción, por 0,0 Emisiones; a la Mejor Estrategia de Comunicación Externa, por la campaña KmC; y al Mejor Evento, por SON Estrella Galicia Posidonia.

Estrella Galicia también ha recibido el reconocimiento a la Mejor Trayectoria Publicitaria de Marca por parte del Club de Jurados de los Premios Eficacia.

EMPLEADORES DE REFERENCIA

Según el ranking Great Place to Work, Hijos de Rivera se encuentra entre los Mejores Lugares para Trabajar de toda Europa. El puesto 46 nos anima a seguir trabajando por y para nuestra plantilla, ya que las personas son el centro de nuestra estrategia empresarial. Asimismo, hemos conseguido la 11ª posición en la categoría ‘Más de 500 empleados’ como una de Las Mejores Empresas para

Trabajar en España en el Ranking Best Workplaces España 2021.

La consultora también ha situado a Agua de Cuevas como la cuarta Mejor Empresa para trabajar en Asturias, y a Cervinter como la novena Mejor Empresa para trabajar en Málaga.



# 3.6

# MARCAS COMPROME- TIDAS

LA COMUNICACIÓN CON LOS  
CONSUMIDORES, Y LA SOCIEDAD EN  
GENERAL, ES VITAL A LA HORA DE  
TRASLADAR NUESTRA NATURALEZA  
INCONFORMISTA, PORQUE LAS  
COSAS SIEMPRE SE PUEDEN  
HA(ER MEJOR

Solos no vamos a cambiar el mundo, pero hacemos todo lo que está en nuestras manos para conseguirlo, y esto pasa también por la necesidad de transmitir nuestro mensaje a la comunidad. De esta forma, la comunicación con los consumidores, y la sociedad en general, es vital a la hora de

trasladar nuestra naturaleza inconformista, porque las cosas siempre se pueden hacer mejor. A través de nuestras marcas, desarrollamos campañas comprometidas con el origen y con las personas, compartiendo experiencias e intereses.

## 1906

A través de **‘Una inmensa minoría’**, ponemos en valor la personalidad rebelde y actitud única de la marca. La campaña, divulgada a nivel nacional, está dirigida a los cerveceros más exigentes. Enmarcada dentro de la misma, hemos desarrollado **‘Imperfectxs: Gastronomía para una inmensa minoría’**, una nueva plataforma

de divulgación sobre gastronomía e impacto positivo, disponible en la web imperfectxs.es. El proyecto, está concebido como una comunidad colaborativa en la que tiene cabida esa inmensa minoría que es consciente de ser imperfecta y que entiende la necesidad de un cambio.



## FÁBRICA DE CERVEZAS

Coincidiendo con la distribución en todos los canales de venta de nuestra primera cerveza Abadía filmamos un vídeo en el que los monjes del Monasterio de Sobrado fueron los protagonistas.



## AGUA DE CUEVAS

Comunicamos la renovación de su imagen a través de la televisión regional asturiana y de los soportes exteriores como mupis o autobu-

ses dando visibilidad a los nuevos colores de la marca.

## ESTRELLA GALICIA

Con motivo de la renovación de imagen de la marca, desarrollamos la campaña **‘Estrella Galicia cada día más sostenible’**. Como parte de esta acción, pusimos en marcha la búsqueda de un colectivo especialmente afectado por este restyling: aquellos que llevaban nuestra antigua imagen tatuada en su piel, para tatuarles la nueva. Las redes sociales, junto con una lona gigante en la Gran Vía de Madrid, fueron nuestros grandes aliados a la hora de localizarlos.

Por otro lado, lanzamos en Galicia **‘A Resistencia nunca camión soa’**, una campaña que re-

afirma el orgullo de pertenecer al movimiento de la Resistencia y en la que se pone en valor nuestro origen gallego.

Asimismo, con el reto de ganar notoriedad en Inglaterra y coincidiendo con el acuerdo al que llegamos con la cadena Sainsbury's, pusimos en marcha una campaña de comunicación en este mercado, enfocada principalmente a las ciudades de Londres, Birmingham, Leeds y Manchester, que contó con más de 2.600 mupis, tres ubicaciones de alto impacto y un mural en el barrio londinense de Shoreditch.





# Acciones Especiales

1906

Hemos puesto en marcha un certamen destinado a despertar la inspiración de los ‘home-brewers’ para que versionen el estilo de dos de nuestras cervezas más premiadas: 1906

Black Coupage y Galician Irish Red Ale. De este modo, han podido presentar sus diferentes propuestas y sorprender así a nuestros maestros cerveceros de Hijos de Rivera.

## ESTRELLA GALICIA

Cinco años después del inicio de la serie ‘La Casa de Papel’ y, coincidiendo con la emisión de su quinta y última temporada, presentamos **‘La Historia termina, la Resistencia continúa’**. En esta ocasión, quisimos trasladar el protagonismo a la gente real cuyas experien-

cias están disponibles en [estrellagalicia.es/historias-de-resistencia](https://estrellagalicia.es/historias-de-resistencia). Asimismo, creamos un pack especial para fans de la marca y de la serie que no se vende, se consigue negociando con el actor Ramón Agirre, que da vida a Logroño en la ficción.



## KM C DE ESTRELLA GALICIA

Esta plataforma reúne multitud de experiencias de ocio en torno a la música, el deporte o la gastronomía, con el objetivo de revitalizar

la actividad cultural de A Coruña. Todas las actividades se pueden consultar en la web: [estrellagalicia.es/kmc](https://estrellagalicia.es/kmc).

## ESTRELLA GALICIA

Coincidiendo con la celebración del Año Xacobeo, nos propusimos rendir homenaje a todos aquellos que desde hace cientos de años han acogido y han mantenido vivo el espíritu del Camino de Santiago. Para ello, de la mano del artista Mon Devane, inauguramos **“Las**

**Estrellas del Camino”**, una serie de murales con los retratos de algunas de estas personas, que conformaron la exposición artística más extensa del mundo, con un recorrido de 140 kilómetros que discurren a lo largo de las siete últimas etapas del Camino francés.



## ESTRELLA GALICIA 0,0

En nuestro compromiso con la sostenibilidad y dando un paso al frente por la movilidad sostenible, la marca puso en las calles un total de 150 motos eléctricas a través de una ambiciosa promoción de la mano de la innovadora startup de origen gallego Velca. A través de

esta acción, los consumidores de cualquiera de las cervezas de la gama Estrella Galicia 0,0 pudieron participar en sorteos para hacerse con alguna de estas motos de cero emisiones y cero ruidos.

# 3.7

## ABIERTOS AL MUNDO

CREEMOS EN COSAS TAN  
'REVOLUCIONARIAS' COMO LA CERCANÍA,  
LA ESCUCHA ACTIVA Y EL ENTENDIMIENTO.  
POR ELLO, PARA CONECTARNOS A QUIENES  
NOS RODEAN Y SER PARTÍCIPIES DE SUS  
INQUIETUDES Y ANHELOS CONTAMOS CON  
NUMEROSAS HERRAMIENTAS DIGITALES  
QUE NOS PERMITEN INTERACTUAR  
CON EL MUNDO

Creemos en cosas tan 'revolucionarias' como la cercanía, la escucha activa y el entendimiento. Por ello, para conectarnos a quienes nos rodean y ser partícipes de sus inquietudes y anhelos contamos con numerosas herramientas digitales que nos permiten interactuar con el mundo.

Así, la web [www.corporacionhijosderivera.com](http://www.corporacionhijosderivera.com) recoge la información general del Grupo, mientras que nuestras marcas, las empresas del Grupo y filiales en el extranjero cuentan con webs propias y canales de comunicación abiertos en las redes sociales.



Corporación Hijos de Rivera	<a href="http://www.corporacionhijosderivera.com">www.corporacionhijosderivera.com</a>
Mundo HR	<a href="http://www.mundohr.com">www.mundohr.com</a>
Mercado de la Cosecha	<a href="http://www.mercadodelacosecha.com">www.mercadodelacosecha.com</a>
MEGA Mundo Estrella Galicia	<a href="http://www.mundoestrellagalicia.es">www.mundoestrellagalicia.es</a>
Estrella Galicia	<a href="http://www.estrellagalicia.es">www.estrellagalicia.es</a>
Estrella Galicia 0,0	<a href="http://www.estrellagalicia00.es">www.estrellagalicia00.es</a>
Cervezas 1906	<a href="http://www.cervezas1906.es">www.cervezas1906.es</a>
SON Estrella Galicia	<a href="http://www.estrellagalicia.es/son">www.estrellagalicia.es/son</a>
Cabreiroá	<a href="http://www.cabreiroa.es">www.cabreiroa.es</a>
Customdrinks	<a href="http://www.customdrinks.es">www.customdrinks.es</a>
Maeloc	<a href="http://www.maelocway.com">www.maelocway.com</a>
Ponte de Boga	<a href="http://www.pontedaboga.com">www.pontedaboga.com</a>
La Tita Rivera	<a href="http://www.latitarivera.com">www.latitarivera.com</a>
Agua de Cuevas	<a href="http://www.aguadecuevas.es">www.aguadecuevas.es</a>
Fontarel	<a href="http://www.fontarel.es">www.fontarel.es</a>
RRHH	<a href="http://subes.hdrivera.com">subes.hdrivera.com</a>

Y de nuestras filiales:

Estrella Galicia USA	<a href="http://www.estrellagaliciausa.com">www.estrellagaliciausa.com</a>
Estrella Galicia Brasil	<a href="http://www.estrellagalicia.com.br">www.estrellagalicia.com.br</a>
Estrella Galicia UK	<a href="http://www.estrellagaliciabeer.co.uk">www.estrellagaliciabeer.co.uk</a>
Estrella Galicia Italia	<a href="http://birraestrellagalicia.it">birraestrellagalicia.it</a>
Estrella Galicia Portugal	<a href="http://estrellagalicia.pt">estrellagalicia.pt</a>
Estrella Galicia Alemania	<a href="http://estrellagalicia.de">estrellagalicia.de</a>
Bares & Estrellas (Filipinas)	<a href="http://www.bares.com.ph">www.bares.com.ph</a>
Rivera Business Trade Shanghai (China)	<a href="http://www.riverashanghai.com">www.riverashanghai.com</a>

4

# EL MEJOR RESULTADO, UN IMPACTO POSITIVO



**4.1** PAG. 100  
**LA FUERZA  
DE LA  
UNIDAD**

**4.2** PAG. 140  
**EL VALOR DE  
CONTAR CON  
LOS MEJORES**

**4.3** PAG. 148  
**LA  
IMPORTANCIA  
DE ACOMPAÑAR**

**4.4** PAG. 154  
**COMPROMETIDOS  
CON NUESTRO  
ENTORNO**



... PONEMOS A LAS PERSONAS  
EN EL CENTRO DE NUESTRA  
ESTRATEGIA

... REGENERAMOS EL SISTEMA  
Y REVISAMOS INTEGRALMENTE  
LA CADENA DE VALOR

... CREAMOS VALOR COMPARTIDO  
PARA PONERLO AL SERVICIO  
DE TODOS

... LUCHAMOS POR UN FUTURO  
SOSTENIBLE, RECONOCIENDO LAS  
LIMITACIONES DEL PLANETA

## 4.1



# LA FUERZA DE LA UNIDAD

## NUESTRO COMPROMISO CON NUESTROS COLABORADORES ES AÚN MÁS FIRME

Después de un año 2020 atípico, nos enfrentamos a 2021 con optimismo e ilusión aun sabiendo que el nivel de incertidumbre podría ser muy alto. El espíritu de Resistencia que en 2020 nos ha ayudado a seguir luchando con la máxima prioridad puesta en la protección de todos nuestros colaboradores durante este segundo año de pandemia.

Todas nuestras actividades se vieron afectadas por las restricciones que se aplicaron en todos nuestros mercados, pero una vez más nuestros equipos han demostrado su capacidad de adaptación y su flexibilidad frente a los obstáculos que han ido apareciendo.

2021 también ha sido el segundo año de la reorganización de nuestros negocios y de la adaptación de los equipos a este nuevo modelo que nos tiene que preparar para los retos del futuro: mayor diferenciación e innovación, mayor flexibilidad y

agilidad, ser más internacionales, ser más digitales sin olvidarse del impacto positivo que deben tener nuestros negocios. Cambios imposibles de alcanzar sin el extraordinario nivel de compromiso que demostraron todas las personas con este nuevo ecosistema.

La pandemia nos ha demostrado la relevancia que tienen nuestros valores a la hora de enfocar nuestras acciones y decisiones. Nuestro compromiso con nuestros colaboradores es aún más firme y queremos seguir garantizando la calidad y la estabilidad del empleo, el desarrollo del talento, así como implementar iniciativas que permitan mejorar la conciliación y las condiciones de trabajo.

Seguimos liderando una propuesta de valor para nuestros colaboradores en consonancia con nuestra convicción de que las personas son claves para el éxito de nuestro propósito.



# 4.1.1 LAS PERSONAS: CLAVES DEL ÉXITO DE NUESTRA ORGANIZACIÓN

La decisión de no aplicar un ERTE en 2020 fue solo un ejemplo del nivel de compromiso de Hijos de Rivera con sus equipos. Muy a nuestro pesar, los efectos de la COVID-19 se han ido alargando a lo largo de 2021 provocando una situación de máxima incertidumbre.



Este entorno macroeconómico nos ha obligado a modificar todos los procesos de selección, contratación y 'on boarding' para asegurar el nivel de flexibilidad necesario a las variaciones de la demanda del mercado. A pesar de estas circunstancias, no cambiamos nuestro esfuerzo constante con el fomento de un empleo de calidad.

Sin duda, nuestras actividades de producción y de restauración han sido las que más han sufrido el impacto de estas restricciones complicando la labor de planificación de la producción y de atención a nuestros clientes.

## En cifras

Durante 2021, el número de empleados ha crecido en 198 personas finalizando el año con **1.448 profesionales en el Grupo** (informamos del 97,31% de los empleados del Grupo).



# 1448

Profesionales

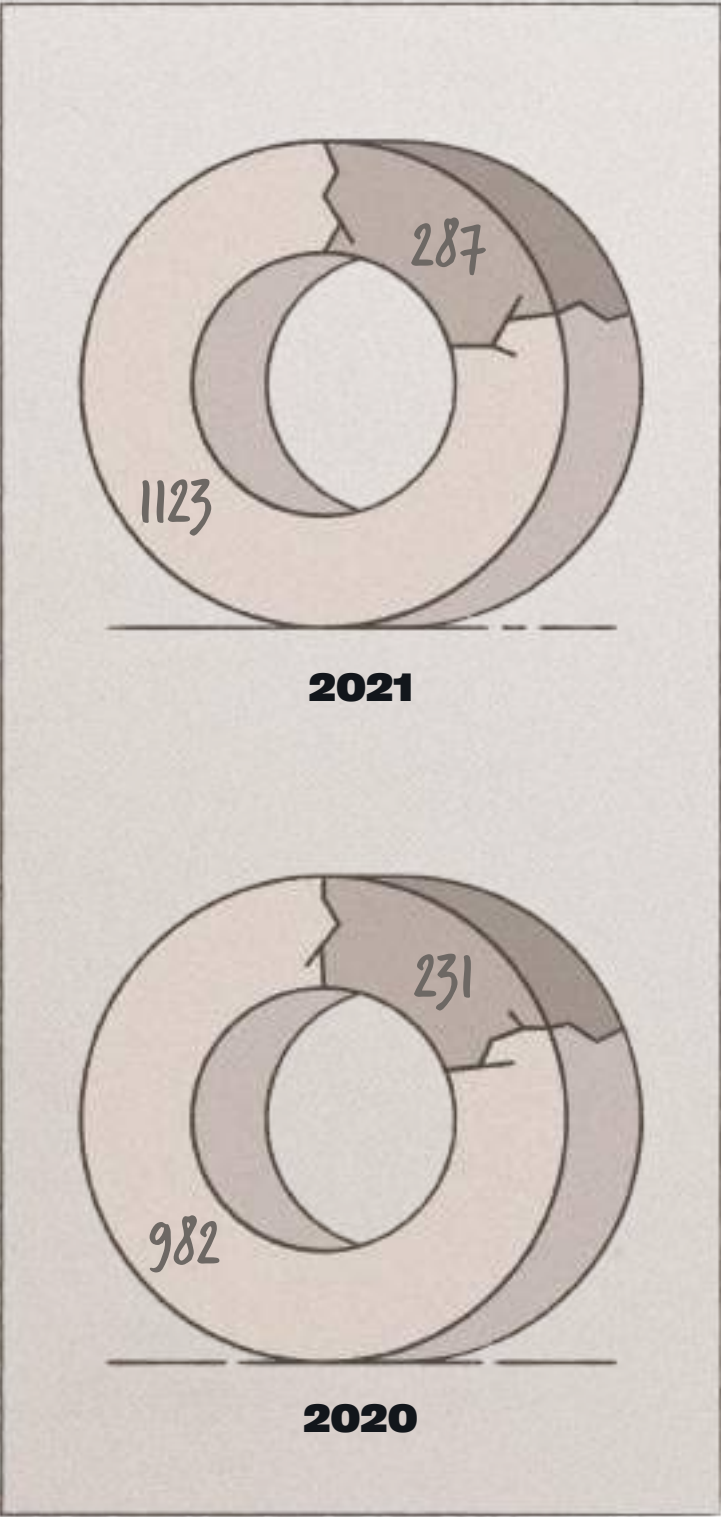
# Plantilla

## DESGLOSE POR GÉNERO

Dentro de nuestras actividades predomina el componente industrial lo que se refleja en que el 80% de los empleados son hombres y el 20% mujeres, aumentando un punto el porcentaje de mujeres en el año 2021.

- Hombres
- Mujeres

Año	Género		TOTAL
	Mujeres	Hombres	
2021	287	1.123	1.410
2020	231	982	1.213



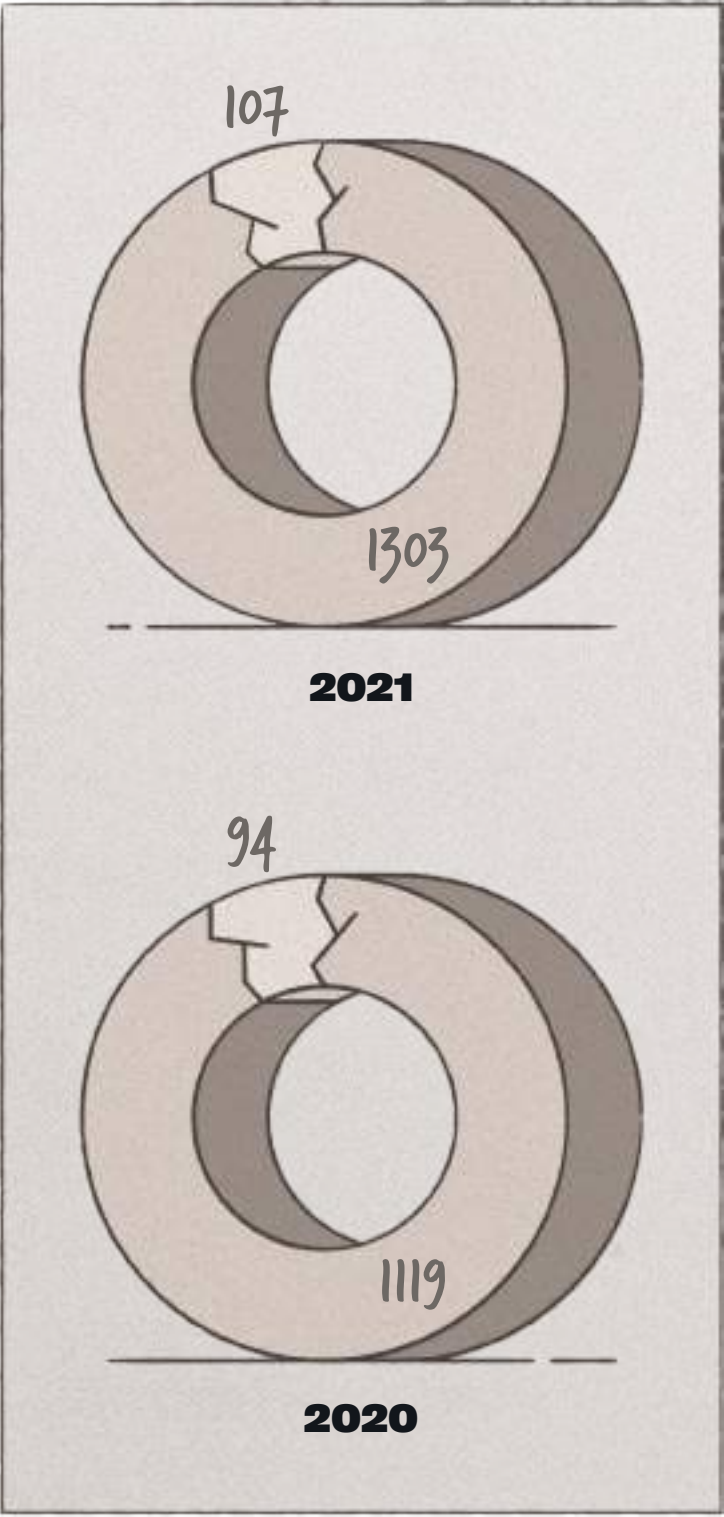
## DESGLOSE POR PAÍS

La mayoría de los empleados pertenecen a las empresas ubicadas en España.

- España
- Resto de países (\*)

(\*) Brasil, China, EEUU y Portugal

Año	País		TOTAL
	España	Resto países (*)	
2021	1.303	107	1.410
2020	1.119	94	1.213



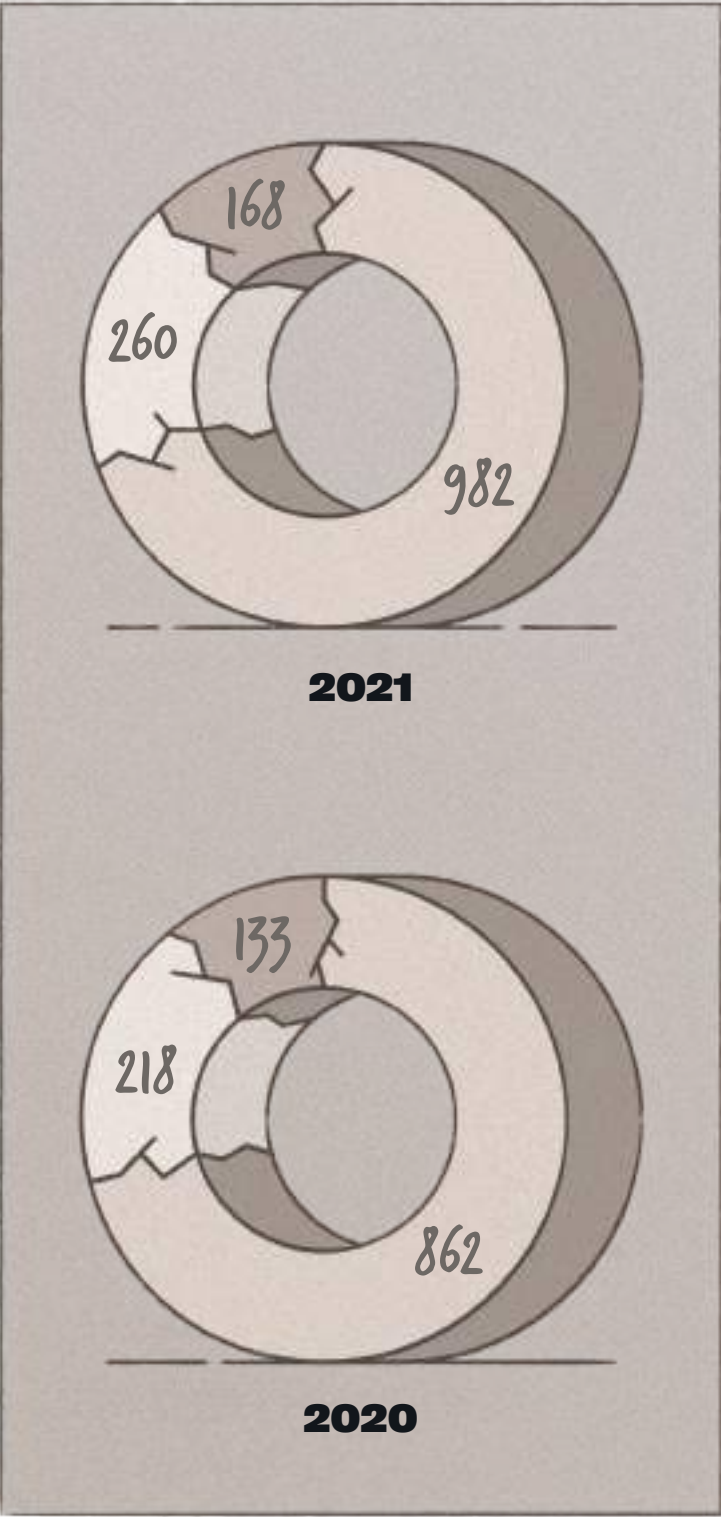


DESGLOSE POR TRAMO DE EDAD

El 70% de la plantilla está entre 30 y 50 años, tanto en mujeres como en hombres.

- <30
- 30-50
- >50

Año	Edad		
	<30	30-50	>50
2021	168	982	260
2020	133	862	218

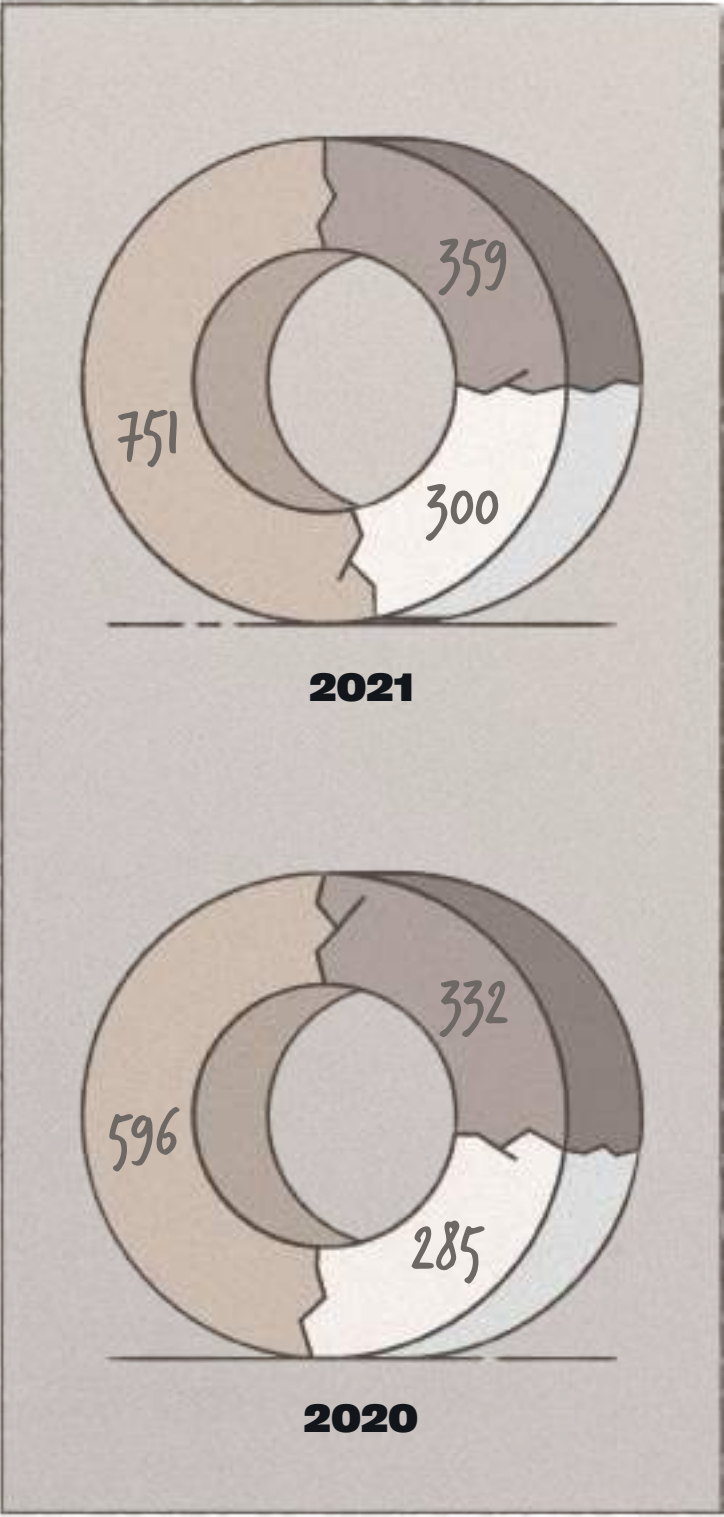


DESGLOSE POR CATEGORÍAS PROFESIONALES

Los grupos profesionales utilizados se corresponden a los establecidos en el convenio de empresa de Hijos de Rivera S.A.U. Por categorías, un 53% pertenece al personal de planta y servicios auxiliares, dado que tenemos una amplia actividad industrial.

- Directivos, mandos y técnicos titulados
- Administrativos y comerciales
- Personal de planta y servicios auxiliares

Año	Categorías		
	Directivos, mandos y técnicos titulados	Administrativos y comerciales	Personal de planta y servicios auxiliares
2021	359	300	751
2020	332	285	596



Tipo de contrato

NÚMERO TOTAL Y MODALIDAD DE CONTRATOS POR GÉNERO

Nos caracterizamos por ofrecer estabilidad en el empleo, siendo el 79% de los contratos indefinidos y el 21% temporales. Las mujeres tienen un porcentaje de contratos temporales 5 puntos superior al de los hombres.

El 99% de los empleados cuentan con una jornada de trabajo a tiempo completo y solamente el 1% es a tiempo parcial. Entre las mujeres el porcentaje a tiempo parcial es del 10%.



	2021			2020		
	Mujer	Hombre	Total	Mujer	Hombre	Total
<b>Indefinido</b>	<b>219</b>	<b>912</b>	<b>1.131</b>	<b>200</b>	<b>876</b>	<b>1.076</b>
J. Completa	212	905	1.117	193	869	1.062
J. Parcial	7	7	14	7	7	14
<b>Temporal</b>	<b>68</b>	<b>211</b>	<b>279</b>	<b>31</b>	<b>106</b>	<b>137</b>
J. Completa	45	172	217	19	82	101
J. Parcial	23	39	62	12	24	36
<b>TOTAL</b>	<b>287</b>	<b>1.123</b>	<b>1.410</b>	<b>231</b>	<b>982</b>	<b>1.213</b>

NÚMERO TOTAL Y MODALIDAD DE CONTRATOS POR EDAD

En los tramos de edad superiores a 30 años, más del 80% de los contratos son indefinidos. En los empleados de menos de 30 años el porcentaje de contratos indefinidos se sitúa en el 46% y el de contratos temporales en el 54%. En los tramos de edad de menores de 30 años y mayores de 50 años es donde hay un porcentaje mayor de contratos a jornada parcial, siendo del 11% y 50%, respectivamente.



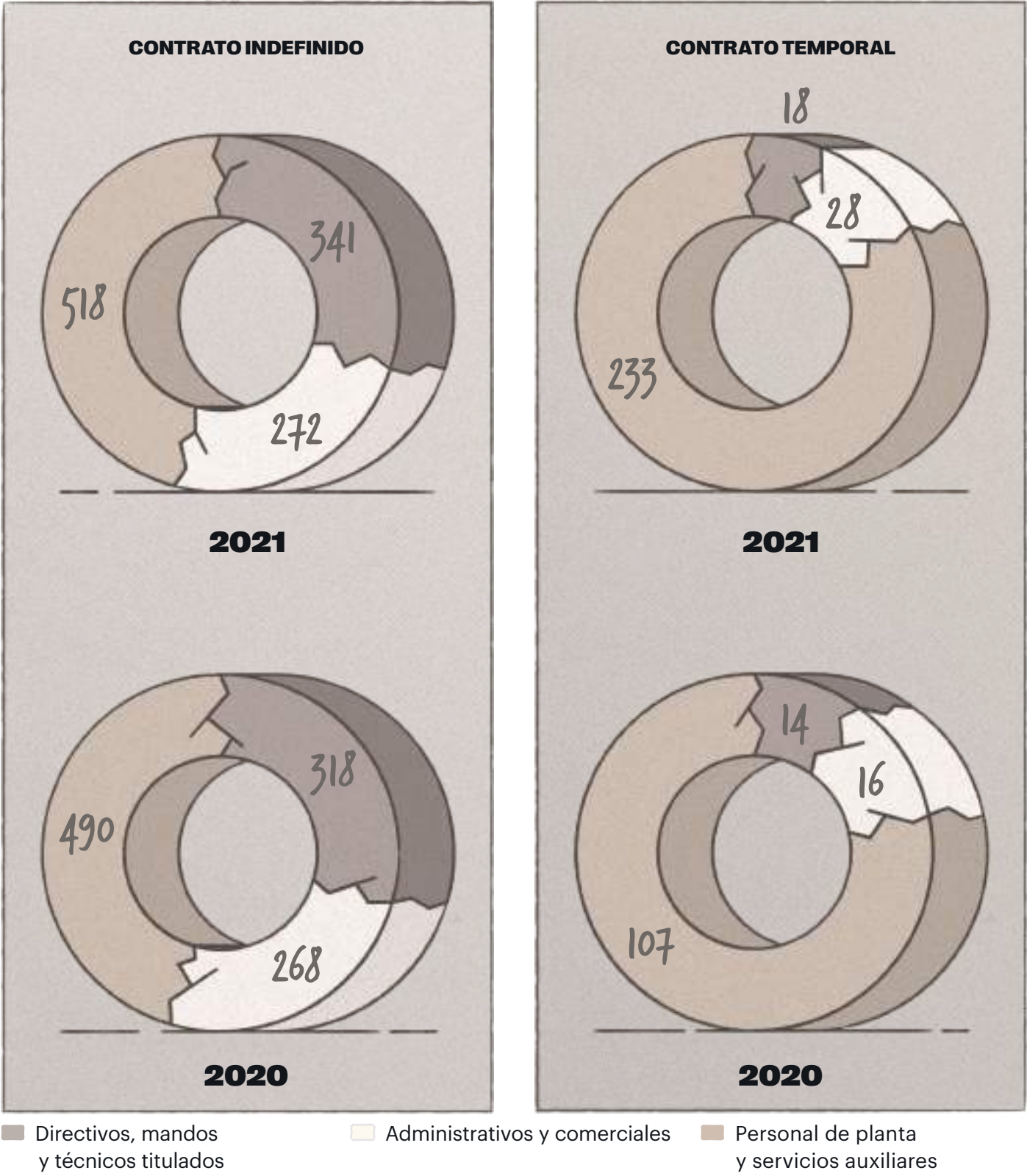
	2021				2020			
	<30	30-50	>50	Total	<30	30-50	>50	Total
<b>Indefinido</b>	<b>81</b>	<b>836</b>	<b>214</b>	<b>1.131</b>	<b>88</b>	<b>791</b>	<b>197</b>	<b>1.076</b>
J. Completa	76	827	214	1.117	82	783	197	1.062
J. Parcial	5	9	-	14	6	8	-	14
<b>Temporal</b>	<b>87</b>	<b>146</b>	<b>46</b>	<b>279</b>	<b>45</b>	<b>71</b>	<b>21</b>	<b>137</b>
J. Completa	64	130	23	217	34	61	6	101
J. Parcial	23	16	23	62	11	10	15	36
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>982</b>	<b>260</b>	<b>1.410</b>	<b>133</b>	<b>862</b>	<b>218</b>	<b>1.213</b>



NÚMERO TOTAL Y MODALIDAD DE CONTRATOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL

2021	Directivos mandos y técnicos titulados	Administrativos y comerciales	Personal de planta y servicios auxiliares	Total
<b>Indefinido</b>	<b>341</b>	<b>272</b>	<b>518</b>	<b>1.131</b>
J. Completa	338	270	509	1.117
J. Parcial	3	2	9	14
<b>Temporal</b>	<b>18</b>	<b>28</b>	<b>233</b>	<b>279</b>
J. Completa	16	24	177	217
J. Parcial	2	4	56	62
<b>Total</b>	<b>359</b>	<b>300</b>	<b>751</b>	<b>1.410</b>

2020	Directivos mandos y técnicos titulados	Administrativos y comerciales	Personal de planta y servicios auxiliares	Total
<b>Indefinido</b>	<b>318</b>	<b>268</b>	<b>490</b>	<b>1.076</b>
J. Completa	315	266	481	1.062
J. Parcial	3	2	9	14
<b>Temporal</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>107</b>	<b>137</b>
J. Completa	13	14	76	103
J. Parcial	1	2	31	34
<b>Total</b>	<b>332</b>	<b>284</b>	<b>597</b>	<b>1.213</b>



PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR GÉNERO

	2021			2020		
	Mujer	Hombre	Total	Mujer	Hombre	Total
<b>Indefinido</b>	<b>204,98</b>	<b>889,58</b>	<b>1.094,56</b>	<b>186,21</b>	<b>859,34</b>	<b>1.045,55</b>
J. Completa	199,95	885,13	1.085,08	183,57	857,70	1.036,10
J. Parcial	5,03	4,45	9,48	2,64	1,64	4,28
<b>Temporal</b>	<b>52,88</b>	<b>155,72</b>	<b>208,60</b>	<b>24,57</b>	<b>104,56</b>	<b>129,13</b>
J. Completa	43,66	144,29	187,95	25,72	103,83	127,56
J. Parcial	9,22	11,43	20,65	0,40	3,33	3,73
<b>TOTAL</b>	<b>257,86</b>	<b>1.045,30</b>	<b>1.303,16</b>	<b>210,78</b>	<b>963,90</b>	<b>1.174,68</b>

La mayoría de los contratos (84%) son indefinidos y el 98,3% son a jornada completa.

84%  
Contratos indefinidos

98,3%  
Contratos a jornada completa

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR EDAD

2021	<30	30-50	>50	Total
<b>Indefinido</b>	<b>83,50</b>	<b>803,18</b>	<b>207,88</b>	<b>1.094,56</b>
J. Completa	80,03	797,17	207,88	1.085,08
J. Parcial	3,47	6,01	0,00	9,48
<b>Temporal</b>	<b>71,20</b>	<b>116,24</b>	<b>21,16</b>	<b>208,60</b>
J. Completa	61,45	108,77	17,73	187,95
J. Parcial	9,75	7,47	3,43	20,65
<b>Total</b>	<b>154,70</b>	<b>919,42</b>	<b>229,04</b>	<b>1.303,16</b>

2020	<30	30-50	>50	Total
<b>Indefinido</b>	<b>85,06</b>	<b>760,07</b>	<b>200,41</b>	<b>1.045,54</b>
J. Completa	84,41	756,44	200,41	1.041,26
J. Parcial	0,65	3,63	0,00	4,28
<b>Temporal</b>	<b>50,71</b>	<b>72,76</b>	<b>9,82</b>	<b>133,29</b>
J. Completa	50,34	71,98	7,24	129,56
J. Parcial	0,37	0,78	2,58	3,73
<b>Total</b>	<b>135,77</b>	<b>832,83</b>	<b>210,23</b>	<b>1.178,83</b>

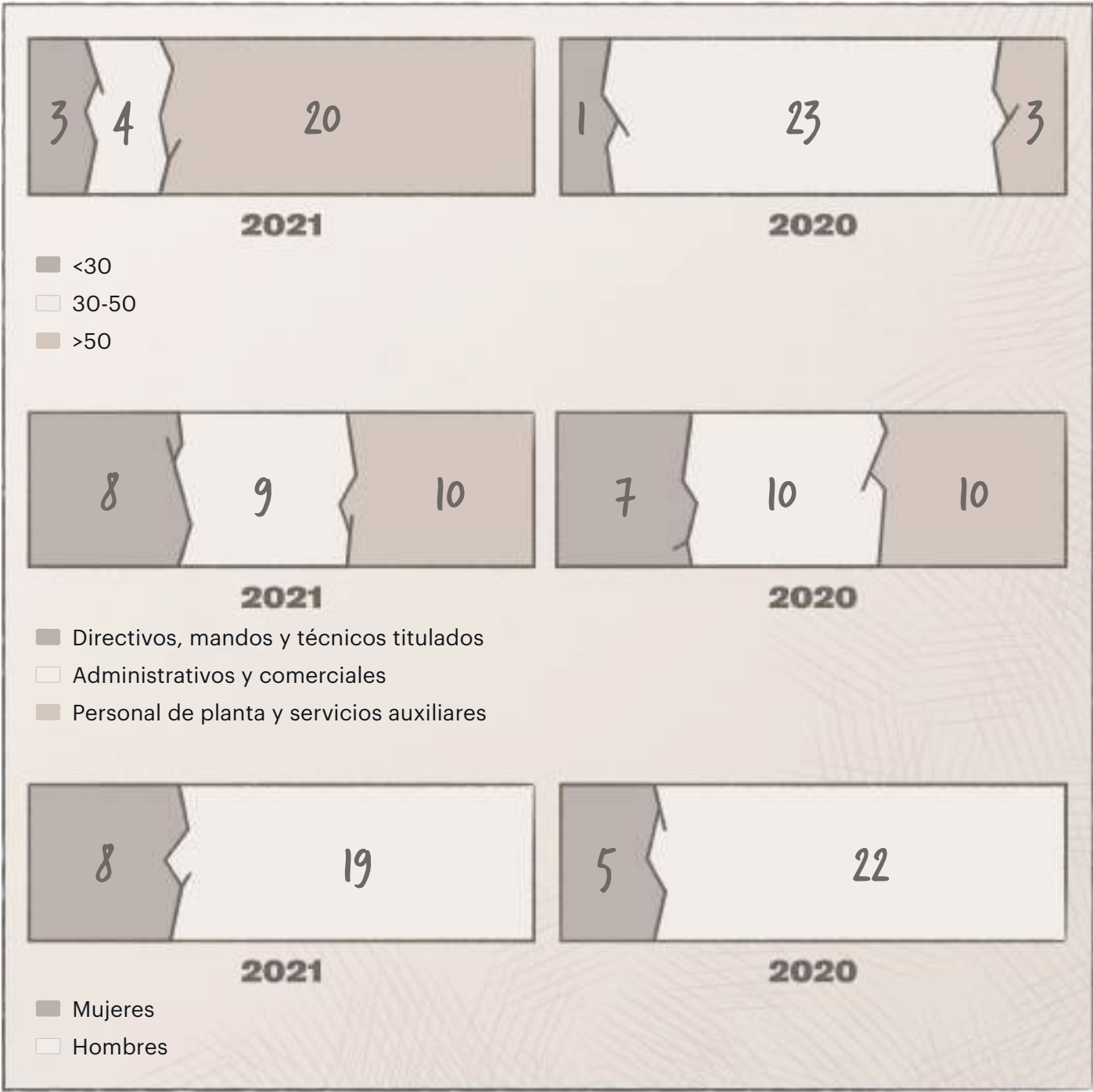


PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL

2021	Directivos mandos y técnicos titulados	Administrativos y comerciales	Personal de planta y servicios auxiliares	Total
Indefinido	336,13	265,26	493,17	1.094,56
J. Completa	334,30	264,15	486,63	1.085,08
J. Parcial	1,83	1,11	6,54	9,48
Temporal	14,66	26,04	167,90	208,60
J. Completa	14,00	24,37	149,58	187,95
J. Parcial	0,66	1,67	18,32	20,65
Total	350,79	291,30	661,07	1.303,16

2020	Directivos mandos y técnicos titulados	Administrativos y comerciales	Personal de planta y servicios auxiliares	Total
Indefinido	307,60	261,27	435,72	1.004,59
J. Completa	305,71	260,47	434,13	1.000,31
J. Parcial	1,89	0,80	1,59	4,28
Temporal	16,88	15,01	99,34	131,23
J. Completa	15,85	14,78	96,86	127,49
J. Parcial	1,03	0,23	2,48	3,74
Total	324,48	276,28	535,06	1.135,82

NÚMERO DE DESVINCULACIONES POR EDAD, CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO

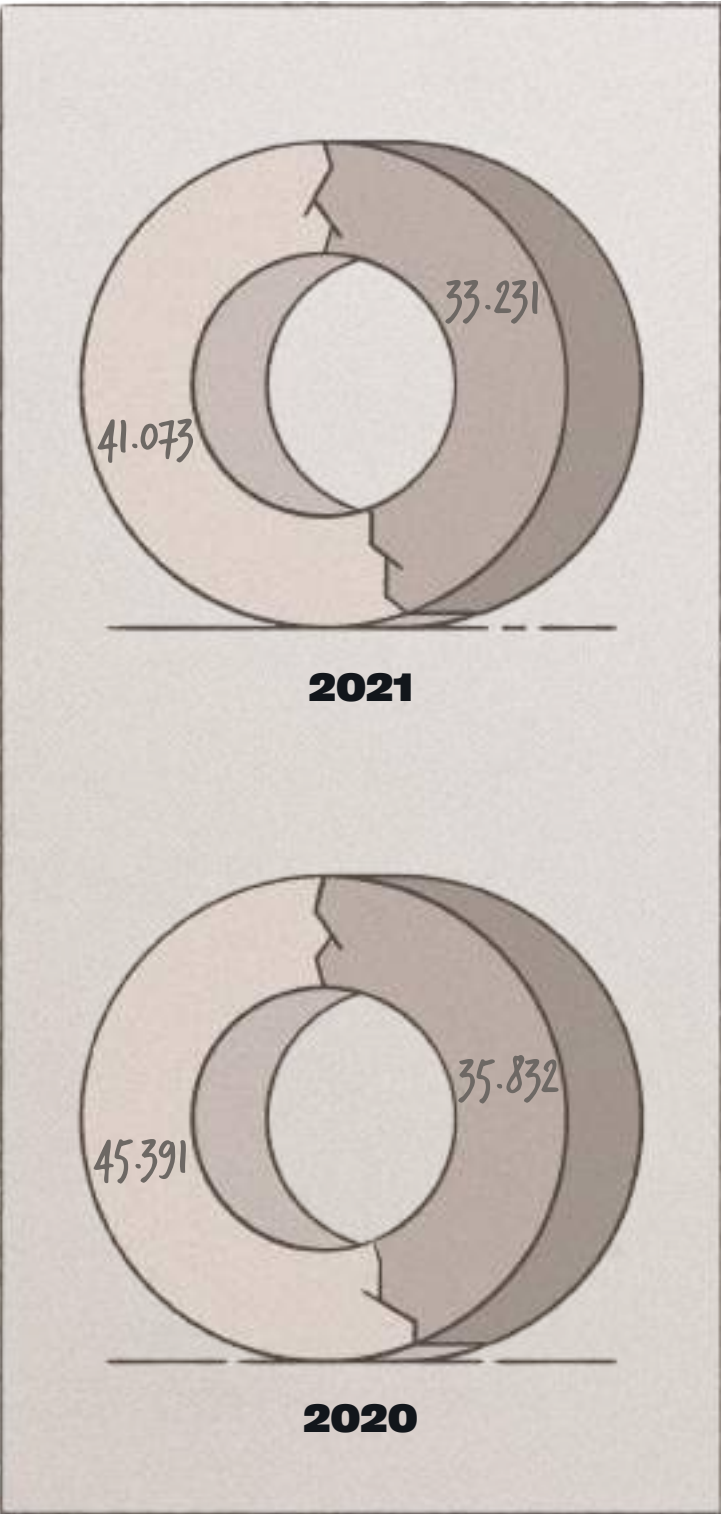


# Remuneraciones medias

El descenso de la remuneración media de la plantilla en el año 2021 fue el 9%, siendo en las mujeres dos puntos porcentuales menos que en los hombres.

Hombres  
Mujeres

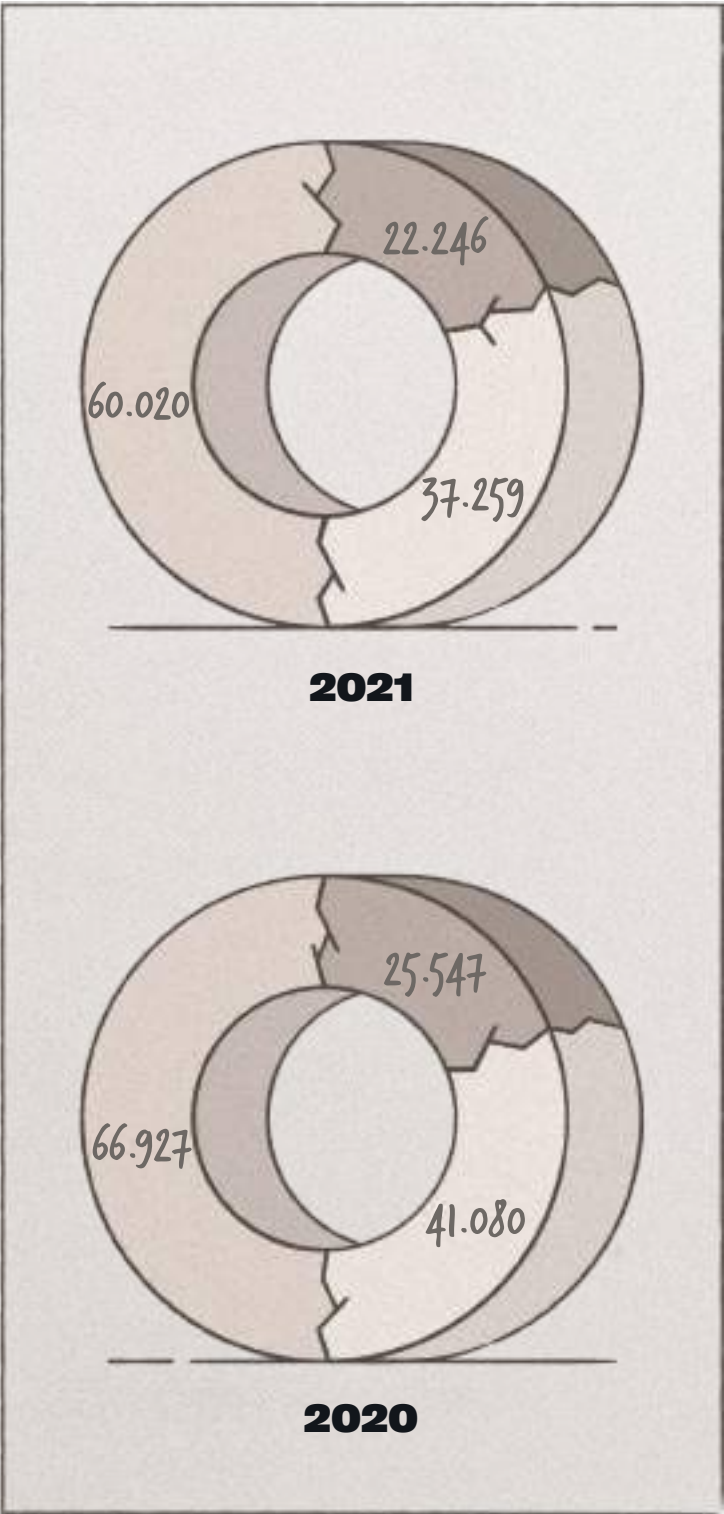
Año	Género	
	Mujeres	Hombres
2021	33.231	41.073
2020	35.832	45.391
Variación	-7%	-10%



La remuneración media por tramos de edad disminuyó en todos los tramos, siendo mayor en los menores de 30 años.

<30  
30-50  
>50

Año	Edad		
	<30	30-50	>50
2021	22.246	37.259	60.020
2020	25.547	41.080	66.927
Variación	-13%	-9%	-10%





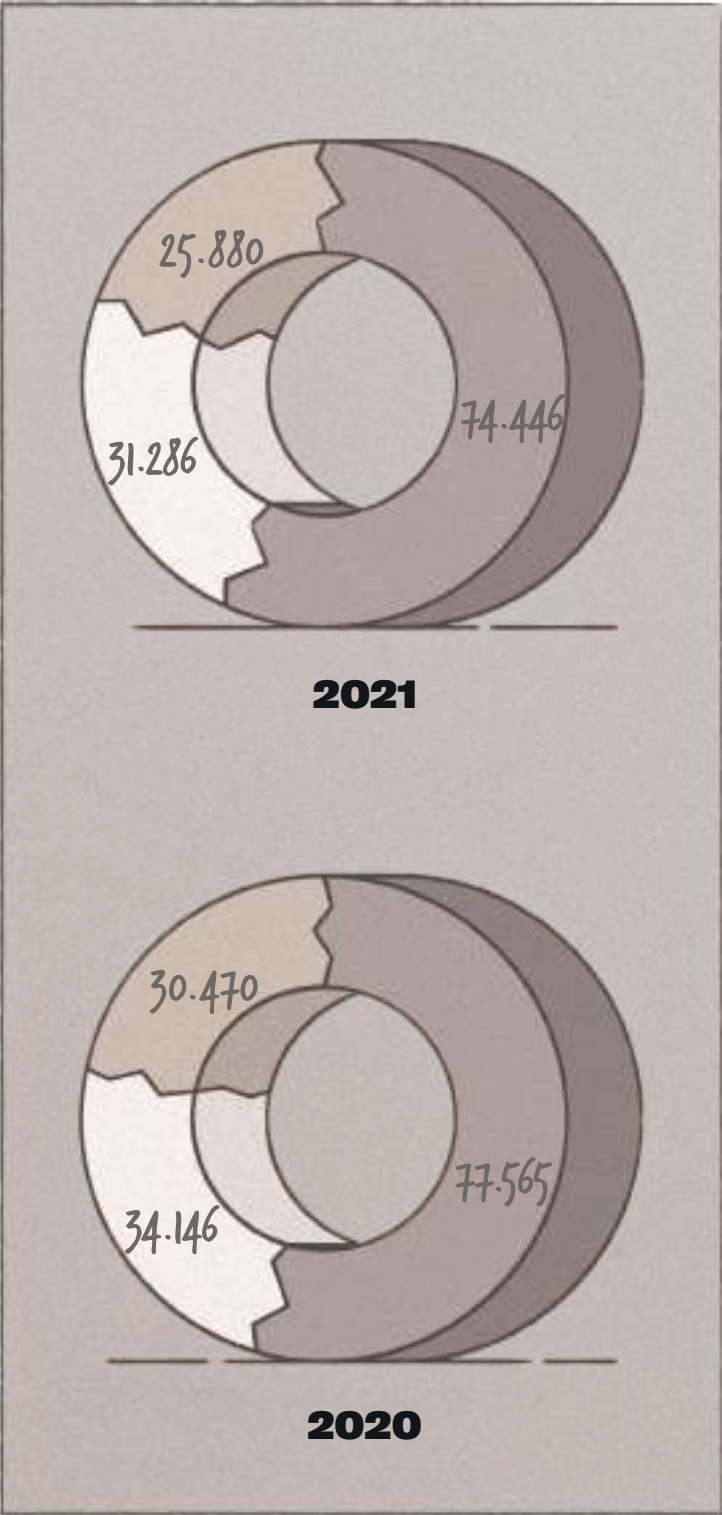
La remuneración media disminuyó en todas las categorías, siendo en la categoría de Personal de planta y servicios auxiliares donde se produjo el mayor descenso.

La remuneración media incluye todos los conceptos fijos y variables satisfechos a los trabajadores, con excepción de aquellos variables que tienen carácter plurianual.

En el Grupo no existen empleados con la categoría de alta dirección. El Consejo de Administración está constituido por diez miembros. La totalidad de los consejeros ejecutivos son hombres. Los consejeros no ejecutivos lo forman cuatro hombres y una mujer. No hay diferencia entre la retribución de los consejeros no ejecutivos hombres y mujeres. La remuneración de los miembros del Consejo de Administración de Corporación Hijos de Rivera S.L se detalla en la Nota 27 de la Memoria de las Cuentas Anuales Consolidadas, correspondiente al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2021.

- Directivos, mandos y técnicos titulados
- Administrativos y comerciales
- Personal de planta y servicios auxiliares

Año	Categorías		
	Directivos, mandos y técnicos titulados	Administrativos y comerciales	Personal de planta y servicios auxiliares
2021	74.446	31.286	25.880
2020	77.565	34.146	30.470
Variación	-4%	-8%	-15%



## Brecha salarial

La política retributiva de nuestro Grupo no permite la diferenciación salarial por razón de género. La brecha salarial está condicionada por una serie de factores sociales, legales, económicos, los sectores de actividad a los que pertenecen las empresas del Grupo, los países en los que se encuentran localizadas, entre otros.

El salario bruto anual medio no es representativo para el cálculo de la diferencia entre la retribución de la mujer y la del hombre en nuestro Grupo de empresas, ya que una de las características de la distribución salarial es que figuran muchos más trabajadores en los valores bajos que en los más elevados, teniendo estos últimos una influencia notable en el salario medio.

Consideramos más representativo para el cálculo de la brecha salarial en nuestro Grupo el salario mediano, que divide al número de trabajadores en dos partes iguales.

La brecha salarial del Grupo es del -4,5% (-13,8% en el ejercicio anterior) obtenida por diferencia entre la remuneración mediana de las mujeres y la de los hombres expresado como un porcentaje sobre la retribución mediana de los hombres. La brecha salarial obtenida de la media de las retribuciones brutas anuales es el -19,1%, (-21,1% en el ejercicio anterior).

# 4.1.2 CUIDAR DE LOS NUESTROS, MÁXIMA PRIORIDAD

2021 sigue siendo un año donde la aplicación de medidas de prevención contra la pandemia fue nuestra máxima prioridad día tras día. Sin embargo, intentamos recuperar nuestro enfoque global de Salud Corporativa, que, además de buscar la mejora continua en las condiciones de trabajo y la protección de nuestros profesionales, promociona

la salud de las personas tanto dentro como fuera del trabajo a través del programa 'Tu Salud es la Estrella'. Dentro de las limitaciones impuestas y a través de distintas actividades programadas a lo largo del año, fomentamos la actividad física, los hábitos saludables, la prevención de hábitos tóxicos y la mejora de factores psicosociales.

## Mejora continua

La mejora continua la conseguimos trabajando en la evolución de la cultura preventiva de las empresas del Grupo, con el propósito de que se convierta en un valor. En la evolución de los sistemas de gestión, destacamos que Hijos de Rivera, S.A.U. y Aguas de Cabreiroá, S.A.U. han renovado en 2021 su certificado en la norma internacional de gestión sobre seguridad y salud laboral ISO 45001.

El equipo auditor de esta norma ha puesto en valor la mejora y robustez del sistema de gestión, así como su evolución en este ciclo de auditorías, considerando el conjunto de medidas implementadas dentro del sistema, y destacando numerosos aspectos positivos recogidos como puntos fuertes, que se detallan a continuación:

- Inspecciones de Seguridad realizadas con periodicidad trimestral como herramienta de seguimiento y control continuo de riesgos.
- Gestión y seguimiento de las Comunicaciones de riesgos y todas las mejoras asociadas a éstos.
- Participación y Consulta tanto de Delegados de prevención como de los trabajadores en la mejora de la Seguridad de las instalaciones.
- Colaboración entre empresa y Delegados de prevención en la mejora continua de la Seguridad y de la cultura preventiva de la organización.
- Proyectos implantados asociados a Salud y bienestar, tales como:
  - Plan de ayuda Psicológica y social al empleado.
  - Webinars Psicoeducativos.

- Plataforma de bienestar Well Wo.
- Club deportivo, actividades deportivas en grupo.

Este año, apostamos por la creación de unos Equipos de Cultura Preventiva (ECP) para dar apoyo en la gestión, mejorar la cultura preventiva, así como la consulta y la participación de las personas. Estos están constituidos en diversas unidades de negocio y cuentan con varios objetivos:

- Informar y analizar los accidentes e incidentes ocurridos.
- Analizar riesgos presentes que se quieran comunicar o derivados de las Inspecciones de seguridad: cuáles son las causas y la propuesta de medidas preventivas.
- Fomentar los comunicados de riesgos.
- Información e implantación de procedimientos e instrucciones.
- Participar y gestionar la formación de SSL.
- Alinear la comunicación.
- Participar y proponer objetivos de mejora.

Entre las medidas destacadas implantadas en 2021 destaca la puesta en marcha del Plan de Atención al Empleado que ha demostrado nuestra preocupación por el impacto de la pandemia en la salud mental de nuestros colaboradores. El Plan cuenta con un servicio de asistencia y ayuda al empleado disponible 24 horas y 7 días a la semana a través de distintas plataformas (web, app móvil, teléfono y email).



DATOS DE ACCIDENTES

Accidentabilidad <sup>(1)</sup>	Nº Accidentes con baja	Días de baja	Índice de incidencia <sup>(2)</sup>	Índice de frecuencia <sup>(3)</sup>	Índice de gravedad <sup>(4)</sup>
Ejercicio 2021					
Mujeres	6	99	26,91	15,01	0,25
Hombres	42	1.475	42,13	23,51	0,83
Ejercicio 2020 <sup>(5)</sup>					
Mujeres	3	33	14,35	8,02	0,09
Hombres	33	1.093	30,19	19,74	0,65

(1) No incluye in itinere

(2) Índice de incidencia. (nº accidentes en jornada de trabajo con baja/nºde trabajadores)\*1.000

(3) Índice de frecuencia. (nº accidentes en jornada de trabajo con baja/(nºde trabajadoresxhoras teóricas trabajadas en el período))\*1.000.000

(4) Índice de gravedad. (Nº de días perdidos por accidente con baja/(nºde trabajadoresxhoras teóricas trabajadas en el período))x1.000

(5) En el año 2021 se han incluido tres sociedades que no se incluyeron en el año anterior una de ellas por no disponerse de información y otras dos que se han incorporado al Grupo en 2021

En 2021 no se ha producido ningún caso de enfermedad profesional en el grupo.

Las horas laborables de absentismo en el ejercicio 2021 han ascendido a 89.184 horas. Se incluyen como absentismo todas las horas de ausencia del puesto de trabajo por todos los conceptos excepto las horas de maternidad/paternidad y lactancia.

0%

Casos de enfermedad profesional en el grupo

89.184

Horas laborables de absentismo en el ejercicio 2021



Propuesta de valor

Nuestro enfoque hacia las personas también tiene reflejo en la propuesta de valor que ofrecemos a nuestros colaboradores:

Beneficios

- Seguro colectivo de vida e invalidez, un fondo de ayuda escolar anual, tarifas especiales en productos comercializados por el Grupo, parking, un club de descuentos o seguros de salud privados.

Centro de Servicios de Recursos Humanos

- Enfocar la atención a nuestros colaboradores desde un punto de vista directo y personal para mantener un contacto constante y humano.
- Experiencia digital para el Empleado: digitalizar la experiencia de nuestros colaboradores facilitando el acceso a servicios o información a través de las distintas plataformas (Success Factors, Hub del empleado, red interna de TV, planes de comunicación).

# 4.1.3 GESTIONAR EL TALENTO: PREPARARSE PARA EL FUTURO

2021 ha sido un año de transición en nuestro nuevo modelo de negocio que aprovechamos para realizar una reflexión sobre nuestra organización y la contribución de sus colaboradores. Sabemos que para seguir creciendo necesitamos apostar por el talento interno, pero también con la incorporación del me-

jor talento disponible en los mercados donde operamos. Para ello, seguimos trabajando en explicar quiénes somos, lo que nos caracteriza y lo que nos hace diferentes para que tanto candidatos como colaboradores puedan entender nuestro propósito y la propuesta de valor que ofrece el Grupo.

## Clima laboral

Por tercera vez, entramos a formar parte del Ranking GPTW (Great Place to Work) obteniendo la posición número 11 en la clasificación de las Mejores Empresas para Trabajar en España 2021. Tras un diagnóstico del ambiente organizacional, hemos obtenido este reconocimiento que acredita un año más, que somos una organización con una cultura de alta confianza, en la que nuestros empleados están motivados para dar lo mejor de sí mismos.

Asimismo, y por primera vez, este Ranking nos ha situado entre los Mejores Lugares para Trabajar de toda Europa, alcanzado el puesto número 46 de las empresas de más de 500 trabajadores en esta lista que analiza la experiencia de más de un millón de colaboradores de 300 organizaciones en 36

países de la región. Este resultado supone un nuevo incentivo para seguir trabajando en el bienestar de nuestro personal como un elemento clave para el desarrollo de nuestra organización. Crecemos y nos posicionamos en nuevos territorios, pero siempre teniendo claro que las personas con el elemento diferenciador de nuestra estrategia.

Por otro lado, Cervinter se ha posicionado como una de las Mejores Empresas para Trabajar en Málaga 2021, obteniendo un nivel de confianza de 84 puntos y Agua de Cuevas, por primera vez, entra a formar parte de los Best Workplaces de Asturias, donde el 100% de los colaboradores opinan que es un excelente lugar para trabajar.





## Planes de formación que acompañan y refuerzan nuestra estrategia

Un negocio en constante crecimiento requiere de profesionales en constante desarrollo. Nuestro objetivo en materia de formación es facilitar e impulsar esta progresión mediante programas de calidad que se ajusten tanto a la estrategia como a las necesidades del negocio en cada momento.

Tras un 2020 marcado por la COVID-19 y las oportunidades que originó para participar en formaciones durante los momentos de muy baja producción, en 2021 hemos recuperado nuestra actividad a pleno rendimiento. Por lo tanto, concentramos nuestros esfuerzos formativos en 4 ejes fundamentales:

- La incorporación de nuestros **nuevos colaboradores** con una puesta al día de nuestro programa de 'on boarding' y la reanudación de acciones presenciales como "Una Caña con el CEO" donde las personas de nueva incorporación en las oficinas centrales pueden compartir una caña con nuestro CEO y charlar sobre la estrategia de la empresa.

- Los planes de formación asociados a los ejes transversales de nuestro plan:
  - El **plan de formación en cultura cervecera** donde seguimos con la certificación CICERONE de nivel 1 (848 certificados a 31 de diciembre) y de nivel 2 (9 certificados a la misma fecha).
  - **Acciones dirigidas a la digitalización de los equipos** con iniciativas como la newsletter "Sibila", la formación en gestión de proyectos en el marco del despliegue de la aplicación Service Now o en nuevas metodologías de trabajo.
  - El **apoyo y seguimiento en la puesta en marcha de la metodología Kaizen** en varios equipos para apoyar y reforzar nuestros esfuerzos en agilidad y eficiencia.

- La **formación continua** la conforman los diferentes programas de formación requeridos por los equipos para sus funciones diarias. En 2021 hemos sumado 175 acciones diferentes (cursos, webinars, sesiones de trabajo, etc.), realizadas tanto por profesionales de la formación como por nuestros formadores internos. Incluimos aquí también el uso de nuestra aplicación de formación continua online LinkedIn Learning, disponible para todos los empleados en cualquier momento y que ofrece más de 16.000 contenidos en 7 idiomas.



- La **Formación Profesional Dual**: Manteniendo nuestra clara apuesta por esta modalidad, 2021 ha sido el cuarto año de nuestra participación en este formato en la que los alumnos de formación profesional desarrollan parte de su aprendizaje teórico y práctico en nuestra empresa. 22 de ellos nos han acompañado durante casi 18.000 horas de formación en nuestra planta de cerveza, en uno de nuestros manantiales y en varios departamentos de nuestros servicios centrales. Y nuestro compromiso con esta forma de capacitación y de integración se mantiene, siendo a la vez una fuente de impac-

to positivo en nuestro entorno y una cantera de profesionales con la cualificación técnica que nuestra operativa necesita.

El cambio en las características de 2020 con el año 2021 se traduce en una reducción significativa de las participaciones y las horas en sesiones en formación, pero con un nivel de inversión muy similar, que nos permite priorizar acciones manteniendo un alto estándar de calidad. Por colectivos, el personal de planta y servicios auxiliares concentra más del 75% de las horas totales de formación.

### MARCA EMPLEADORA

Por cuarto año, hemos sido global Partner de Sondersland, el festival de talento joven para menores de 30 años más grande del mundo. Con este evento pretendemos transmitir los valores y características que nos definen con el objetivo de que los asistentes puedan conocer a las personas que se esconden detrás de nuestros productos y

procesos. Participar en este evento supone para nosotros la oportunidad de hacernos conocer, de poder compartir los grandes retos de nuestra organización a la vez que aprendemos de las experiencias e ideas emprendedoras que presentan los distintos ponentes.

### LINKEDIN

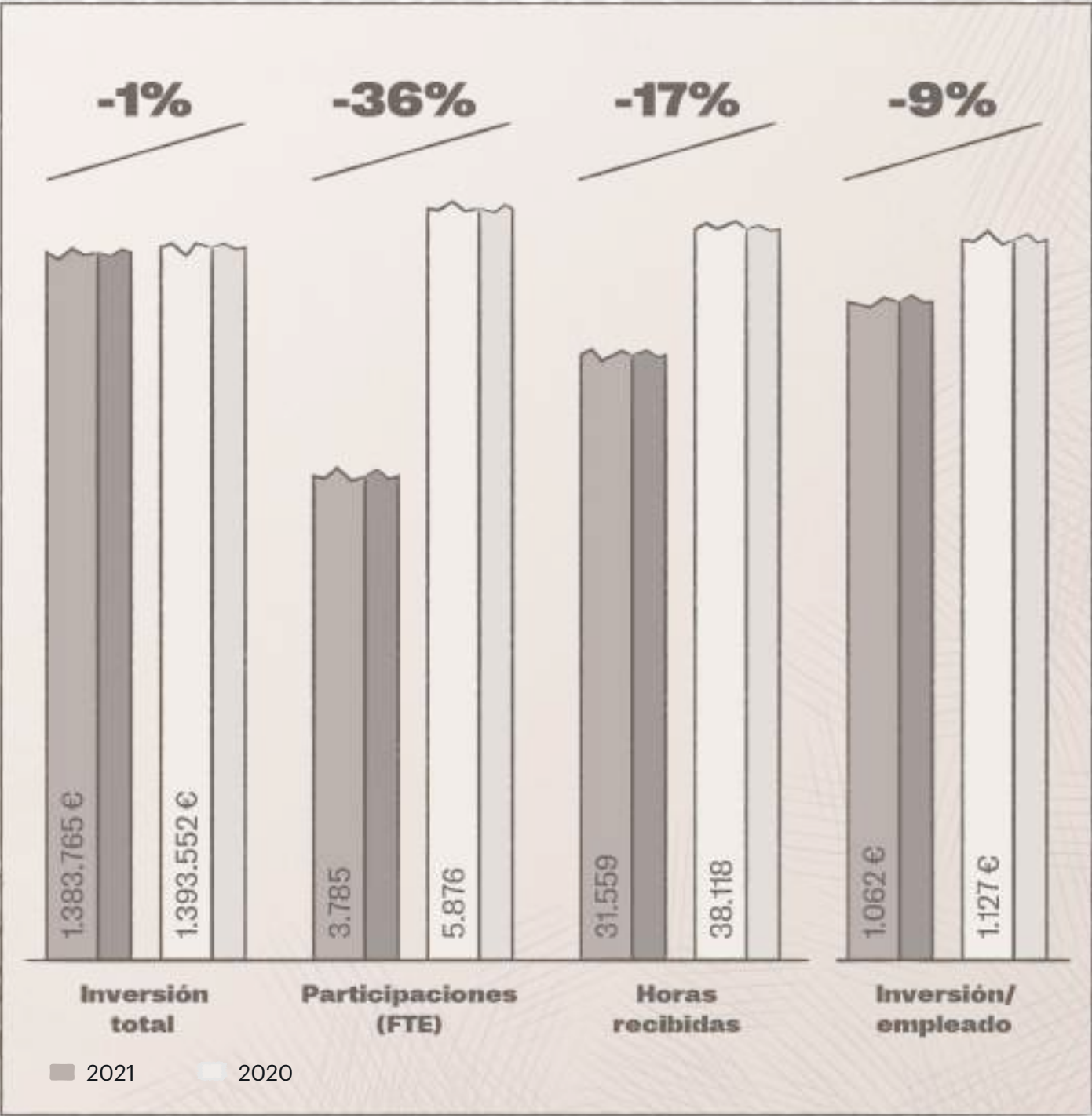
Seguimos desarrollando nuestra actividad en Linkedina través de nuestras páginas de empresa, creciendo en número de seguidores y en interacciones con nuestras publicaciones.

### PLAN DE IDENTIFICACIÓN DE TALENTO Y COMPETENCIAS

En 2021 hemos intensificado nuestro constante esfuerzo por identificar y desarrollar el talento interno con un ambicioso programa que sienta una sólida base para disponer de los puestos clave para el negocio en el futuro. Hemos revisado por completo la definición de las posiciones de la compañía, trabajando de la mano con todos los mandos de la organización. Hemos revisado

nuestro sistema de competencias profesionales, la asignación de estas competencias a cada uno de los puestos de la organización y hemos ampliado el alcance de nuestra evaluación del desempeño, en el que participa la amplia mayoría de la organización. Este trabajo se completó con una revisión de nuestro modelo de valoración de puestos y de compensación.

Principales indicadores



Categoría profesional	Participaciones (FTE)	Horas recibidas
Administrativo y comercial	1.338	2.630
Directivos, mandos y técnicos titulados	1.346	4.982
Personal de planta y servicios auxiliares	1.101	23.947
Total	3.785	31.559

Área	Participaciones (FTE)	Horas recibidas
Calidad y Seguridad Alimentaria	221	839
Cultura de Cerveza	561	1.098
Desarrollo	14	143
Digital	342	778
Evaluación del desempeño	220	150
Formación continua	1.640	5.595
FP Dual	22	17.806
Habilidades	183	367
Idiomas	36	2.669
Onboarding	40	559
Seguridad y Salud Laboral	506	1.556
Total	3.785	31.559



# 4.1.4 UNA ESTRATEGIA DE PERSONAS DE IMPACTO POSITIVO

## Una gestión basada en nuestra cultura y valores

Además de nuestro “Código de valores” y conscientes de la importancia de nuestra cultura y de una gestión de personas basada en valores, hemos planteado un nuevo marco global para reforzar nuestro propósito de ser la “big craft más amada luchando contra la estandarización”. Este modelo pone de relieve la importancia de cada uno de los pilares que forman nuestro ecosistema cultural en un entorno cada día más complejo.

Este modelo se apoya en una serie de elementos claves que definen nuestra identidad, nuestra forma de ser y nuestros principios de dirección.



# Comportamientos

**RESPETO:** fomentamos relaciones basadas en el respeto personal y profesional a nuestros socios y compañeros y que facilitan la diversidad de ideas y de opiniones.

**INTELIGENCIA COLABORATIVA:** sabemos identificar las personas de nuestro ecosistema con las que debemos contar para sumarlas en proyectos y/o tareas.

**MEJORA:** intentamos hacer cada día las cosas mejores adaptándonos a las exigencias del entorno y a la estrategia marcada. Pensamos en las formas de hacer el trabajo más productivo y efectivo

**TRANSPARENCIA & HONESTIDAD:** somos coherente entre lo que decimos y lo que hacemos y generamos relaciones de confianza. Aceptamos el compromiso que supone nuestras obligaciones.

**APRENDER:** Nos preocupamos por facilitar el desarrollo y la adquisición de nuevas competencias, conocimientos y habilidades que nos van a ayudar a adaptarnos a los cambios del entorno.

## PRINCIPIOS DE DIRECCIÓN

Como líderes de equipos y de personas, basamos nuestro estilo de liderazgo en 5 principios:

1	2	3	4	5
Dar ejemplo	Conocer al equipo	Empoderar a sus miembros	Reconocer y evaluar	Formar y desarrollar

Plan estratégico 2022-2024  
Sesiones de trabajo con Comité Ejecutivo y Comité de Dirección de la Cooperación  
NUEVO MODELO DE CULTURA GLOBAL DE HIJOS DE RIVERA



HDR ES AHORA UN ECOSISTEMA DE CULTURAS QUE CONVIVEN, SE RETROALIMENTAN Y SE REFUERZAN

PARA QUE EL ECOSISTEMA FUNCIONE, DEBEMOS COMPARTIR UN "MINDSET GLOBAL" (UNA MENTALIDAD GLOBAL) QUE DEFINA LO QUE SOMOS Y CÓMO HACEMOS LAS COSAS

ESTE MARCO DE PENSAMIENTO SE DEBE CONTEMPLAR COMO UN "TODO" Y SE DEBE ACCIONAR DE MANERA SINCRONIZADA



Plan estratégico 2022-2024

**Sesiones de trabajo con Comité Ejecutivo y Comité de Dirección de la Cooperación  
NUEVO MODELO DE CULTURA GLOBAL DE HIJOS DE RIVERA**

EL NUEVO MODELO DE CULTURA GLOBAL SE TIENE QUE COMPLETAR CON UNOS VALORES,  
COMPORTAMIENTOS ASOCIADOS Y UN COMPROMISO DE LIDERAZGO DE NUESTROS EQUIPOS

**NUESTRO PROPÓSITO**

**SER LA CERVEZA MÁS  
AMADA, NO LA MÁS VENDIDA**

**LUCHAR CONTRA  
LA ESTANDARIZACIÓN**

**CÓMO LO HACEMOS**

**NUESTROS VALORES**

**COMPORTAMIENTOS**

- Hambre (foco/ganas/emprender)
- Apasionados
- Comprometidos
- Humildes
- Auténticos
- Inconformistas (insurgentes)
- Innovadores

Se traduce en

- Respeto a mis compañeros
- Fomento la inteligencia colaborativa
- Mejoro día a día
- Soy transparente y honesto
- Aprendo para crecer

**NUESTRO COMPROMISO COMO LÍDERES**

Dar ejemplo  
Conocer a tu equipo  
Empoderar  
Reconocer y evaluar  
Formar y desarrollar

EL CONCEPTO DE REDARQUÍA EVOLUCIONA  
EN ESTE NUEVO ECOSISTEMA CULTURAL...

**Redarquía**

**Inteligencia  
colaborativa**

# Plan de Igualdad, diversidad, inclusión, equidad y bienestar

En 2020 comenzamos la renovación de nuestro Plan de Igualdad con el compromiso de desarrollar acciones que promoviesen, además del principio de igualdad de trato y oportunidades, la diversidad, la inclusión, la equidad y el bienestar.

La realización del Plan consta de 4 fases:

- **COMPROMISO.** Hacer público el compromiso de la dirección de la empresa con la igualdad de trato y oportunidades, diversidad y equidad. A su vez, constituir la Comisión Negociadora, que participará en la realización del diagnóstico, la elaboración del plan de igualdad, y podrá, si así se determina, tener continuidad en la implantación de las medidas, y el seguimiento y evaluación de este.
- **DIAGNÓSTICO.** Realización del diagnóstico de situación, para detectar las áreas de mejora que permitan alcanzar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

- **DISEÑO DEL PLAN DE IGUALDAD.** Elaboración del Plan de Igualdad, es decir, identificar las medidas más adecuadas para corregir las áreas de mejora detectadas en el diagnóstico. Debe comunicarse a la plantilla de la existencia de un Plan de Igualdad, los objetivos y medidas.

- **EJECUCIÓN.** Implantación de las medidas recogidas en el plan.
- **SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN** por parte de la Comisión de Igualdad.

Actualmente, nos encontramos terminando el Diagnóstico por lo que una vez aprobado por la Mesa Negociadora avanzaremos en la identificación, ejecución y seguimiento de las acciones de mejora necesarias para ir evolucionando hacia el bienestar de la plantilla, principal reto al que se enfoca la gestión de personas del Grupo.

## ACCIONES DESARROLLADAS

**Código de valores y ética: plan de acción 2021**

- Retomamos la formación iniciada en 2018 y pausada en 2020, siempre con el objetivo de destacar la importancia de la componente ética en el funcionamiento de nuestro negocio, particularmente en las decisiones de los directores, y de permear el contenido de nuestro Código de Valores en toda la organización.
- Realizamos la primera formación para todo el equipo de la nueva Unidad de Negocio de Estrella Galicia Internacional.
- Preparamos la adaptación de nuestra plataforma de denuncias para adecuarla a los nuevos requisitos establecidos por la Unión Europea al respecto.

**Medidas de derecho a la desconexión digital**

- Para favorecer la conciliación de la vida personal, familiar y laboral y con el fin de dar cumplimiento a lo establecido en el art. 88 de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de "Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales", se garantiza el descanso del personal empleado y se reconoce expresamente su derecho a la desconexión digital una vez finalizada su jornada laboral.

A tal efecto, se ha incluido en el Convenio colectivo de Hijos de Rivera, S.A.U. este derecho en el artículo 60º.

# Integración de la discapacidad

Nos regimos por el principio de no discriminación, por ello no admitimos ningún caso de exclusión por discapacidad. La mayor parte de nuestros profesionales trabajan en los centros productivos.

Estos cuentan con unas características específicas que hacen que, por motivos de seguridad laboral, la incorporación de personas con discapacidad a los mismos sea limitada.

## EMPLEADOS CON DISCAPACIDAD POR EDAD, CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO

	Directivos mandos y técnicos titulados		Administrativos y comerciales		Personal de planta y servicios auxiliares		Total	
2021	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
<30	–	–	–	–	–	1	–	1
30-50	1	–	4	–	2	–	7	–
>50	–	–	1	–	5	–	8	–
Total	1	–	5	–	7	1	13	1

	Directivos mandos y técnicos titulados		Administrativos y comerciales		Personal de planta y servicios auxiliares		Total	
2020	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
<30	–	–	–	–	–	–	–	–
30-50	1	–	4	–	1	–	6	–
>50	1	–	–	–	5	–	6	–
Total	2	–	4	–	6	–	12	–



## PORCENTAJE DE EMPLEADOS CON DISCAPACIDAD

En Hijos de Rivera S.A.U. los empleados con discapacidad han alcanzado el 2,27% de la plantilla media de la empresa. De este porcentaje, el 58,76% corresponde a empleo directo y el resto a convenios LGD (Ley General de Derechos de Personas con Discapacidad), mediante los cuales hemos adquirido bienes y servicios ofrecidos por centros especiales, que representan un importe equivalente a la contratación de 7,67 personas con discapacidad.

2,27%  
de la plantilla media de la empresa

## INCLUSIÓN SOCIAL

En 2021, continuamos con el Programa INSERTA de la Fundación ONCE, un convenio de colaboración que tiene como objetivo la contratación, por parte de nuestro Grupo empresarial, de personas con discapacidad con un objetivo a cinco años. Esta iniciativa nos permitirá avanzar en la inclusión laboral de personas con capacidades diferentes. Asimismo, nuestro compromiso pasa también por la inserción

indirecta mediante la adquisición de bienes y la contratación de servicios a centros especiales de empleo.

Nuestro Grupo está comprometido en adaptar aquellas instalaciones que sean necesarias para la inclusión de nuestros empleados con discapacidad.





# Una gestión basada en nuestra cultura y valores

Nuestro constante crecimiento hace imprescindible la labor de difundir y hacer entender la cultura y los valores que son el ADN de nuestro Grupo. Nuestra política en esta materia se centra en nuestro Código de Valores, destacando la importancia de la ética empresarial y permeando estos principios en toda la organización.

Este Código, que es de aplicación para todo el Grupo, constituye una declaración expresa de los valores y pautas que deben guiar y promover el comportamiento ético de todas las personas que integramos la organización. Los principios relacionados con la plantilla son:

- No discriminación e igualdad de trato y oportunidades.
- Estabilidad y calidad del empleo.
- Respeto y fomento de la conciliación entre la vida profesional y la vida personal y familiar.
- Fomento de un entorno laboral comunicativo y deliberativo.
- La seguridad y la salud en el ámbito de trabajo.

Para gestionar estos principios y que queden integrados en nuestro ámbito de actuación, contamos con el Convenio Colectivo de Hijos de Rivera S.A.U.<sup>2</sup>, una herramienta en la que se contemplan los siguientes aspectos:

<sup>2</sup> La totalidad de los empleados de las empresas españolas Grupo están cubiertos por convenios colectivos. Los empleados de las empresas extranjeras se rigen por la normativa laboral de su país.

## ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

Abordamos la implantación de acciones de conciliación como medio para hacer realidad la igualdad de oportunidades, evitar situaciones de discriminación y hacer que todo nuestro personal se sienta, sea cual sea su género o situación familiar, con opciones para avanzar en su trayectoria profesional, sin tener que renunciar a su desarrollo.

Estas medidas se suman a otras como el teletrabajo, la jornada flexible y la jornada continua en los meses de verano. El Convenio también regula la realización de horas extraordinarias de acuerdo con lo establecido legalmente.

Por el momento, el Grupo no dispone de una política de desconexión laboral, más allá de las mencionadas medidas para favorecer la conciliación laboral y personal de nuestros empleados.

Asimismo, nuestro plan de beneficios en Hijos de Rivera S.A.U. supone un valor diferencial para nuestros empleados, ya que ponemos a su disposición medidas que les ayudan a enfrentar las exigencias del día a día como, por ejemplo, un seguro colectivo de vida e invalidez, un fondo de ayuda escolar anual, tarifas especiales en productos comercializados por el Grupo, parking, un club de descuentos o seguros de salud privados, entre otros.

## CANALES DE COMUNICACIÓN

Las empresas fomentan un alto nivel de comunicación con todos sus colaboradores con el objetivo de compartir la información relevante que pueda afectar a la estrategia como a la organización del trabajo.

En el 2021 y a través de nuestras plataformas telemáticas, el CEO se dirigió 3 veces al conjunto de los empleados de la compañía para comentar la evolución de la situación del negocio.

También mantenemos una comunicación constante a través de comités y comisiones como: los Comités de Empresa, Comité de Seguridad y Salud, la Comisión Paritaria, la Comisión de Formación y la Comisión de Trabajo para la

Igualdad, realizándose reuniones periódicas con todos ellos.

Además, las empresas cuentan con medios de comunicación directos e indirectos para comunicar con sus colaboradores cualquier aspecto de interés. El efecto de la pandemia hizo incrementar la comunicación virtual frente a la presencial, pero nos permitió alcanzar un mayor número de personas un mayor número de veces. Las facilidades que ofrecen las aplicaciones del entorno de Office365, nuestra red de pantallas internas, las newsletter e emails y los tableros físicos vienen a reforzar el esfuerzo de comunicación interna.

## 4.2



# EL VALOR DE CONTAR CON LOS MEJORES

NO PODEMOS ESTAR MÁS ORGULLOSOS  
DE LA RELACIÓN QUE MANTENEMOS  
(ON NUESTROS PROVEEDORES, UNOS  
SOCIOS QUE SE HAN CONVERTIDO A LO  
LARGO DE LOS AÑOS EN ESTRATÉGICOS  
Y, SIN DUDA, EN LOS MEJORES  
COMPANEROS DEL DÍA A DÍA

Para un Grupo empresarial es fundamental contar con aliados de confianza que le ayuden a alcanzar sus metas. En nuestro caso, no podemos estar más orgullosos de la relación que mantenemos con nuestros proveedores, unos socios que se han convertido a lo largo de los años en estratégicos y, sin duda, en los mejores compañeros del día a día.

Juntos, trabajamos desde la confianza y la honestidad, resistiendo unidos frente a cualquier eventualidad y, sobre todo, compartiendo una perspectiva colaborativa de co-creación en la que sumamos fuerzas.

En 2021 este espíritu se ha mantenido inalterable, si bien la situación ha estado de nuevo marcada por la pandemia mundial. Esto nos ha llevado a seguir revisando e implementando medidas de contingencia con el fin de garantizar las operaciones. Las medidas adoptadas se han centrado en:

- Asegurar la continuidad de la cadena de suministro.
- Adaptar los acuerdos a las nuevas necesidades y coyuntura económica.
- Revisar el *pool* de proveedores como consecuencia de las dos medidas anteriores.



# 4.2.1 CON RIGOR Y TRANSPA- RENCIA

Exigimos a nuestros proveedores que cumplan las normativas y legislaciones vigentes en cada país y en cada momento, poniendo especial atención en el respeto hacia las personas y el medioambiente. Por otro lado, y para asegurar una relación ética y responsable, nos guiamos por una serie de directrices que nos impiden utilizar nuestra posición para obtener un beneficio personal rechazando y denunciando cualquier práctica empresarial impropia de estos preceptos. En este contexto, hemos puesto a disposición de los proveedores

canales de comunicación para trasladar cualquier conducta anómala.

Asimismo, estamos trabajando en la definición e implementación de mecanismos que nos ayuden a verificar el correcto cumplimiento de los aspectos mencionados anteriormente, y con ello, poder anticiparnos y corregir cualquier desviación que pudiera poner en riesgo el cumplimiento de los principios por los que se rige el Grupo.

## Cadena de suministro

El departamento de Compras es el responsable de dirigir este proceso, que se basa en las siguientes etapas:

- **Identificación de la necesidad:** Esta fase se desarrolla entre las áreas que detectan una carencia y el departamento de Compras. Juntas definen las especificaciones técnicas, de servicio, de calidad, de seguridad laboral y medioambientales, así como en las fechas, presupuesto y proveedores posibles.
- **Negociación:** El departamento de Compras, con las aportaciones del resto de áreas, evalúa las ofertas, selecciona y negocia las mejores condiciones, económicas y de nivel de servicio, con los proveedores.

- **Adjudicación:** A uno o varios proveedores, que tendrá lugar en el Comité de Compras de forma consensuada entre los implicados.
- **Cierre de acuerdos:** El departamento de Compras comunicará el resultado de la adjudicación, realizará el pedido y se asegurará de la firma del contrato y de la comunicación de las condiciones.
- **Seguimiento:** Compras velará por el cumplimiento de las condiciones pactadas en el acuerdo, tomando acciones correctivas si fuese necesario.

Etapas del proceso de contratación:



# Política de compras

- Contamos con una Política de Compras de Bienes y Servicios aplicable a Hijos de Rivera S.A.U. y a las sociedades mercantiles a través de las cuales se gestionan los manantiales de agua. Esta contempla los requisitos que deben cumplir los nuevos proveedores:

  - Respeto por los valores humanos, el medioambiente y aspectos legales.
  - Calidad del producto y/o servicio.
  - Calidad de servicio: plazo de entrega, compromiso a largo plazo, alcance del acuerdo.
  - Solidez financiera.
  - Sostenibilidad social y medioambiental.
- Promoción del conocimiento en proveedores del Pacto Mundial de las Naciones.
  - Apoyo del desarrollo socioeconómico de comunidades locales donde desarrollamos nuestra actividad.
  - Establecimiento de alianzas que promuevan el carácter familiar y de tradición del Grupo.
  - Fomento del desarrollo socioeconómico en las comunidades donde desarrollamos nuestra actividad.
  - Potenciar relaciones de larga duración con proveedores.
- Esta Política ha sido revisada en 2021 para reflejar de forma más clara las prioridades de las empresas en el ámbito del desarrollo sostenible, así como conseguir un mayor alineamiento con los valores del Grupo:

  - Inclusión de criterios de sostenibilidad social y ambiental en la toma de decisiones.
- Estos requisitos se recogen en las condiciones generales de contratación de Hijos de Rivera, S.A.U., tanto para los proveedores de bienes como para los de servicios. Además, anualmente llevamos a cabo auditorías internas y externas de verificación de procesos, en concreto, en el ámbito de la certificación UNE-EN ISO 9001:2015.

CERTIFICACIÓN	Hijos de Rivera S.A.U.	Aguas de Cabreiroá S.A.U.	Aguas de Cuevas S.A.	Customdrinks S.L.U.
UNE-EN ISO 9001:2015 Sistemas de Gestión de la Calidad	✳	✳	✳	✳

Asimismo, desde 2013 formamos parte de Calidalia, compuesta por las principales compañías del sector de alimentación en España y que nos permite optimizar la gestión de proveedores.

## MANUAL DE COMPRAS

De nuestra Política se deriva el Manual de Compras donde se definen y desarrollan los principios generales de colaboración y el entorno ético en el que deben realizarse, así como la constitución de un Comité de Compras, la gestión de contratos y el establecimiento de un modelo de evaluación y homologación. Dicho Manual ha sido revisado también para alinearse a los pilares detallados en la Política de Compras.

Cabe destacar que en todas las categorías de compras asociadas a la producción de cerveza y embotellado de agua existen planes de acción para minimizar los riesgos de rotura en la cadena de suministro.

## RESPONSABILIDAD COMPARTIDA

- Velamos por que el compromiso con las personas y la sostenibilidad se extienda también en la forma de trabajar de nuestros colaboradores, asegurando así los máximos niveles de integridad y responsabilidad. Por ello, nuestro Código de Valores incluye una serie de directrices relacionadas con los procesos de compra:

  - Declarar cualquier tipo de interés personal que pueda afectar a la imparcialidad.
  - Proteger los márgenes de competitividad en la gestión en aquellas relaciones que se establecen a largo plazo con el proveedor.
  - Confidencialidad y precisión en la información aportada por las partes, que en ningún caso debe ser empleada en beneficio propio con intención de engaño.
  - Se admite “hospitalidad moderada” con el objetivo de mantener la fluidez en las relaciones entre el cliente y el proveedor, siempre que esta no perjudique en la toma de decisiones.
  - Evitar la práctica de los “obsequios de negocios”.
- Asimismo, en la actualidad nos encontramos en un momento de actualización de nuestros procesos con el objetivo de incrementar el peso de los criterios de sostenibilidad en la toma de decisiones.

De igual forma, nos preocupamos por disminuir el impacto medioambiental de nuestras operaciones y proveedores, por eso, hemos puesto en marcha una serie de workshops con nuestros principales proveedores, para:

  - Conocer en mayor medida sus planes de sostenibilidad.
  - Establecer acciones conjuntas que ayuden a disminuir el impacto medioambiental de los suministros.
  - Compartir el conocimiento sobre los ODS.

Los proveedores que participan representan el 79,16% de las compras de materias primas y material de envasado de agua y cerveza.



## 4.2.2

# LA FUERZA DE LO NUESTRO

El secreto del éxito de nuestros productos radica en la calidad de las materias primas con las que se elaboran. Convencidos de ello, y siendo conscientes de los beneficios de la economía de proximidad, confiamos y trabajamos junto a los productores locales, contribuyendo así a la sostenibilidad en toda la cadena de valor.

De esta forma, el 93,22% de las adquisiciones de bienes y servicios asociados a la producción de cerveza y venta de nuestros productos procede de proveedores domiciliados en la península ibérica, llegando hasta el 99,94% en el ámbito de Europa. Asimismo, el 91,37% de las compras realizadas en

el ámbito de nuestras aguas procede de proveedores establecidos en la península, alcanzando el 100% en el ámbito europeo.

En esta misma línea, el compromiso con Galicia, región a la que nos sentimos muy unidos y con la que mantenemos un vínculo muy especial, es firme. Muestra de ello es que los bienes y servicios suministrados por empresas gallegas superan el 19%. Además, colaboramos con la región apoyando a agricultores locales en proyectos de investigación para la producción de lúpulo, cebada, manzana y uva cultivados en terrenos de la Comunidad.

### BUENAS PRÁCTICAS

Con el objetivo de detectar buenas prácticas en los procesos desarrollados con nuestros proveedores, así como puntos de mejora, en 2018 iniciamos un programa de auditorías que continuó su curso durante 2019. En 2020 y 2021, debido a las restricciones provocadas

por la COVID-19, hemos tenido que suspender momentáneamente estos controles que esperamos retomar a lo largo de 2022, al tiempo que redefinir el proceso incorporando medidas que permitan complementar y/o reemplazar las auditorías presenciales.



# 4.3



## LA IMPORTANCIA DE ACOMPAÑAR

EN UN MOMENTO TAN DIFÍCIL  
COMO EL QUE ESTAMOS VIVIENDO,  
NUESTRA PRIORIDAD ES CUIDAR LA  
CONFIANZA DE NUESTROS CLIENTES,  
PRESTARLES AYUDA Y MINIMIZAR  
EL IMPACTO DE LA PANDEMIA EN  
SUS NEGOCIOS

Somos un Grupo de empresas proactivo, siempre atentos a lo que sucede a nuestro alrededor. Esta forma de actuar nos permite dar una respuesta ágil tanto a las circunstancias cambiantes del mercado como a las necesidades que van surgiendo. Esta actitud nos ha permitido fidelizar a nuestros clientes a lo largo de los años y crear junto a ellos una relación de confianza duradera. En un momento tan difícil como el que estamos viviendo,

nuestra prioridad es cuidar esa confianza, prestarles ayuda y minimizar el impacto de la pandemia en sus negocios. De esta forma, desarrollamos diferentes acciones de apoyo y permanecemos cerca de ellos, para lo que es imprescindible la labor de nuestra red comercial, gracias a sus 29 áreas comerciales distribuidas por toda la geografía española y en Portugal.

# En permanente contacto

La columna vertebral de todo negocio son los clientes por lo que nos empeñamos atender con la máxima eficacia a los nuestros: red de distribuidores nacionales e internacionales, canales de alimentación y hostelería. Para ello, contamos con el Departamento de Servicio Al Cliente (SAC), punto de contacto que también escucha a consumidores y puntos de venta, siendo responsable de la resolución y cierre de incidencias vinculadas con el negocio de la cerveza y de aguas.

Otras vías de comunicación desarrolladas para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y consumidores son el correo electrónico, los formularios de contacto de las webs, redes sociales, por teléfono, etc.

Todas las comunicaciones recibidas se gestionan a través del SAC, categorizando cada caso y derivándolo a los departamentos correspondientes para su gestión.

Además, para cubrir las necesidades de los clientes de la nueva tienda online, en 2020 se implementó un servicio de atención al consumidor digital, incorporándolo a la herramienta corporativa SAP Service.

## RECLAMACIONES

En caso de recibir una reclamación sobre productos seguimos un protocolo de actuación a través del cual nos ponemos en contacto con el usuario para ampliar y/o confirmar la información solicitada. Posteriormente, gestionamos la recogida de muestras, si procede, y comunicamos la incidencia a la lista de distribución definida en

la instrucción “Interacciones Departamento de Calidad-SAC”, en reclamaciones de producto. Una vez terminada la investigación, el Departamento de Calidad facilita el informe correspondiente al SAC y este se pone en contacto con el consumidor para facilitarle una respuesta.

El detalle de las comunicaciones gestionadas por el SAC en el año 2021 es el siguiente:

Canal	Número de comunicaciones en 2021
B2B (Distribuidores, cliente directo)	112.962
B2C (Consumidores finales y detallistas)	9.256 comunicaciones 7.543 solicitudes de información 1.713 reclamaciones
B2C (Cliente final e-commerce)	7.124 comunicaciones 1.520 reclamaciones

Durante 2021, el 84% de los casos abiertos en el canal B2C (consumidores finales y detallistas) se cerraron en menos de 36 horas, (frente al 82% en 2020) mientras que un 66% se resolvió en el mismo día de su recepción (64% en 2020).

En cuanto a las reclamaciones recibidas en el canal B2C, 1.713 las han realizado consumidores, de las cuales, con fecha 2/02/22, están pendientes de cierre 435.

El servicio de atención al consumidor B2C e-commerce durante el año 2021 atendió 7.124 comunicaciones con el consumidor, de las cuales, 3.575 han

sido recibidas por medio de correo electrónico (vía formulario web de la tienda online y RRSS) y 3.549 recibidas por vía telefónica.

De las reclamaciones recibidas en el canal B2C e-commerce, todas corresponden a consumidores finales estando pendiente de resolución al 31 de diciembre de 2021 un total de 39. El tiempo medio de resolución de las incidencias fue menor a dos días.

En cuanto al origen de las comunicaciones gestionadas por el SAC-B2C, estas corresponden a:

Canal B2C (Consumidores finales y detallistas)	Comunicaciones recibidas en 2021	Comunicaciones recibidas en 2020
Locales de hostelería y consumidores	64%	68%
Clientes potenciales	30%	18%
Otros perfiles (colaboraciones y patrocinios)	6%	14%



# La digitalización, clave en el proceso de mejora continua

Con el objetivo de ofrecer un mejor servicio y agilizar los procesos de gestión e intercambio de información, seguimos apostando por la digitalización.

Así, disponemos de un sistema de recogida de información en nuestro canal HORECA, para conocer la opinión de los consumidores a través de encuestas digitales. Para ello, incluimos un módulo de encuestas en los terminales móviles SPV de nuestro equipo comercial que pueden consultar en tiempo real.

En 2021 hemos continuado implementando proyectos dirigidos a mejorar el servicio a nuestros clientes, y su experiencia. Las herramientas de las que disponemos son:

- SAP CX Service Cloud: Herramienta de ticketing, disponible para la atención personalizada de cualquier tipo de cliente: distribuidor, Horeca, consumidor, etc.
- Portal Digital del Cliente: A través de él pueden crear sus pedidos digitales B2B y hacer seguimiento de su actividad.
- Automatización para las ventas de los distribuidores.
- Facturación electrónica.
- Mensajería electrónica destinada a procesos.

## CANAL DISTRIBUCIÓN

En el caso de la distribución de productos, tenemos un modelo específico de gestión dentro de la plataforma HORECA-SAP. Esto nos ha permitido optimizar al máximo cada fase	de trabajo con todos nuestros clientes, con especial relevancia en aquellos con un gran número de referencias como ha sido el caso de Coca-Cola European Partners.
---	--



# Responsabilidad en la cadena de valor

Somos conocedores de los riesgos que se pueden derivar de la relación con nuestros clientes: desde no cumplir las expectativas de calidad de nuestros productos, hasta que estos no sean saludables o que la atención que les dispensamos a través de la red comercial, del servicio de asistencia técnica y del departamento de atención al cliente no sea de calidad. Prevenirlos es nuestra prioridad y para ello nos servimos de diversas políticas que aseguran

que la responsabilidad está presente a lo largo de toda la cadena de valor.

También establecemos un control periódico de nuestros equipos en el punto de venta a través de nuestro Servicio Post-Venta (SPV) que nos permite asegurar su correcto funcionamiento para que los consumidores disfruten de la máxima calidad de nuestros productos.

# 4.4



## COMPROMETIDOS CON NUESTRO ENTORNO

NOS IMPLICAMOS  
DE FORMA ACTIVA  
Y VOLUNTARIA  
CON LA SOCIEDAD  
Y EL ENTORNO  
QUE NOS RODEA

Nos implicamos de forma activa y voluntaria con la sociedad y el entorno que nos rodea. Solo así podemos seguir construyendo el futuro

## 4.4.1 CON LA SOCIEDAD

En 2021 nuestra prioridad ha sido de nuevo atender las necesidades de quienes más han sufrido por la pandemia provocada por la COVID-19. Lo hemos hecho a través de donaciones a diversas asociaciones sin ánimo de lucro como, por ejemplo, el Banco de Alimentos Rías Altas, al que, gracias a la colaboración de nuestros trabajadores, facilitamos productos no perecederos como leche, conservas de pescado y productos de desayuno.



En esta misma línea, y a través del Memorial Moncho Rivera, hemos donado a la Cocina Económica 37.000 euros, una cantidad igual a la recaudada durante el encuentro disputado entre el Victoria CF y el Villarreal CF SAD con motivo de la Primera Eliminatoria de Copa de S.M. El Rey.

También hemos colaborado de forma puntual con aquellas entidades que han solicitado nuestra ayuda como AECC (Asociación Española Contra el Cáncer), la Asociación Galbán, la Asociación Sandra Ibarra, ASPERGA (Asociación Galega de Asperger), Cáritas Milladoiro, Cooperación Internacional, Carrera ENKI, Artes pola inclusión, FEGEREC (Federación Gallega de Enfermedades Raras), la Fundación Española de Ayuda Investigación Parkinson, la Fundación Meniños, la Fundación Pablo Beiro, las Monjas Agustinas y la Parroquia del Perpetuo Socorro. Y seguimos apoyando a las organizaciones de siempre, permaneciendo fieles a nuestro compromiso con el Centro Reto, ABAC (Asociación de Bulimia y Anorexia de A Coruña) y ASPANAES (Asociación de Pais de Persoas con Trastorno do Espectro Autista da provincia da Coruña).

Las aportaciones anteriormente descritas realizadas en el ejercicio 2021 han ascendido a 171.484,23 euros.

Finalmente, trasladamos el Mercadillo Solidario de la Fundación ADCOR a nuestras instalaciones de A Coruña por un día. Allí, nuestra plantilla pudo adquirir productos que forman parte de una iniciativa de economía circular, ya que están elaborados a partir de materiales reutilizados, y hechos por personas con capacidades diferentes.

## 4.4.1.1 VOLUNTARIADO CORPORATIVO

**NOS SENTIMOS ESPECIALMENTE  
ORGULLOSOS DE NUESTRA GENTE, UN  
EQUIPO HUMANO IMPLICADO QUE UNA  
VEZ MÁS HA DEMOSTRADO SU COMPROMISO  
CON LAS CAUSAS JUSTAS**

Nos sentimos especialmente orgullosos de nuestra gente, un equipo humano implicado que una vez más ha demostrado su compromiso con las causas justas. Su capacidad de empatía es fuente de inspiración para 'La Resistencia'.

### CON EL MEDIOAMBIENTE

Nuestro equipo de voluntariado ha llevado a cabo diversas acciones de concienciación, conservación efectiva, regeneración del entorno natural y limpieza del litoral gallego. Así, de la mano de Cabreiroá Proyecto Origen y de We The Sustainability Project, ha retirado 37 kilos

de residuos de la Cala Millenium, y casi 2 toneladas de la especie exótica invasora vegetal 'uña de gato' de la Senda Litoral en la Costa de Arteixo, en esta ocasión junto a los expertos del Grupo Naturalista Hábitat.



## DESAFÍOS SOLIDARIOS

Hemos puesto en marcha 'Desafíos Solidarios', una acción 100% digital que, a través de una app, reta a los empleados a alcanzar un objetivo en kilómetros acumulados para colaborar con diferentes entidades sin ánimo de lucro. Juntos logramos recorrer 5.000 km para donar 1.000 kilos de alimentos a La Cocina Económica de A Coruña; 2.000 km para regalar 40 pares de calzado especial a niños y niñas con necesidades podológicas especiales a través de la Asociación Participa para la Inclusión Social; y otros 2.000 km para que el programa de Envejecimiento Activo contra el Alzheimer de la Asociación AGADEA llegase a un total de 60 usuarios en el medio rural gallego.



## DÍA SOLIDARIO DE LAS EMPRESAS

Un año más hemos participado en el 'Día Solidario de las Empresas', impulsado por la ONG Cooperación Internacional y ATRESMEDIA. En esta ocasión, nuestros voluntarios se trasladaron al Centro Pai Menni ubicado en Betanzos,

A Coruña, para compartir una experiencia de inmersión en la actividad de este centro que ofrece atención integral a personas con discapacidad intelectual.

## GRAN RECOGIDA DE ALIMENTOS

Nos hemos sumado a 'La Gran Recogida de Alimentos' organizada a nivel nacional por la Federación Española de Bancos de Alimentos, FESBAL. Algunos de los compañeros también

se unieron como voluntarios a esta acción, la mayor campaña solidaria de recogida de alimentos a beneficio de las personas más desfavorecidas.

## SALIDAS EN BARCO CON JÓVENES DE CENTROS DE MENORES

Tras el parón ocasionado por la COVID-19, hemos recuperado los 'Bautismos de Mar', una actividad de acompañamiento a jóvenes de

centros de menores de los alrededores de A Coruña para navegar y compartir un buen rato y muchas vivencias personales.





## VII CARRERA 5KM SOLIDARIOS

Celebramos la séptima edición de la carrera '5KM Solidarios', una edición que ha logrado recaudar un total de 9.500 euros para el Banco

de Alimentos Rías Altas, apoyando así su labor fundamental como proveedor de alimentos para los colectivos desfavorecidos de la zona.



## UNA SONRISA POR NAVIDAD

Para clausurar 2021, nos sumamos por quinto año consecutivo a la campaña "Una Sonrisa por Navidad", impulsada por Cooperación Internacional con el objetivo de que ningún niño o niña se quede sin su regalo bajo el árbol durante las fechas navideñas. Con la intención de adaptarnos al escenario generado por la COVID-19, nuevamente se ofreció la posibilidad de participar online o presencial. Gracias a la colaboración de los compañeros desde los diferentes centros productivos, logramos recoger más de 125 artículos.



# 4.4.1.2 IMPULSAMOS EL DESARROLLO

## Cátedra Hijos de Rivera de Desarrollo Sostenible

El principal objetivo de la Cátedra es fomentar la transferencia de conocimiento y la realización de actividades que contribuyan al desarrollo sostenible, estimulando modelos innovadores y disruptivos que garanticen el equilibrio entre la competitividad económica, el medioambiente y el bienestar social. En este sentido, a lo largo de 2021 se ha involucrado en diversas acciones.

En lo referente a los proyectos de formación-divulgación, se ha colaborado en la tercera edición del curso "Sostenibilidad en la era del Big Data" y en el "IV Curso de Economía Circular"; y se han patrocinado los II Premios a Proyectos de Innovación Docente en Aprendizaje-Servicio de la UDC en la modalidad de Sostenibilidad.





En cuanto a los campos de investigación y transferencia del conocimiento, se han desarrollado a lo largo del año cuatro proyectos:

1



Continuando con el trabajo iniciado en 2020, en 2021 hemos avanzado en el Proyecto de investigación sobre **“Agricultura Sintrópica Aplicada a Modelos de Economía Circular”**, presentando unos resultados preliminares que indican que es compatible el cultivo de determinados alimentos en las plantaciones de eucalipto.

2

Como resultado del Proyecto de investigación sobre **“Centros de Trabajo para Explotaciones Agropecuarias”**, se ha publicado un documento final con modelos de construcciones de centros de trabajo sostenibles para este tipo de explotaciones.

4

Hemos puesto en marcha el Proyecto de investigación para la **“Diagnosis inicial del Estado de Conservación del Bosque de Ribera del río Barcés”** con la intención de que funcione como un corredor ecológico que conecte dos espacios de interés ambiental, como el Embalse Abegondo-Cecebre y la Lagoa de Meirama, contribuyendo a la calidad del agua que discurre y que se consume en el área de A Coruña.



3

Hemos avanzado en el Proyecto de investigación **“Soluciones Sostenibles para Caminos de Trabajo en Fincas y Montes”**, que busca definir soluciones para caminos de trabajo basadas en técnicas y procedimientos sostenibles y tradicionales que permitan dotar de funcionalidad y resistencia a la plataforma del camino, la continuidad de la escorrentía natural y una mejor integración paisajística de las integraciones.

## Mercado de la Cosecha

El Mercado de la Cosecha ha continuado este año con su labor de divulgación y puesta en valor de proyectos inspiradores del rural gallego que contribuyen a la sostenibilidad y prosperidad del rural.

Así, ha desarrollado diversas acciones de divulgación en el plano digital, a través de su web y redes sociales, dando lugar a una incipiente red de agentes transformadores del rural que nos acercó a 30 nuevas iniciativas inspiradoras que trasladan un mensaje positivo del emprendimiento rural. Como parte de esta labor divulgativa, se estrenó el podcast ‘Artesanos del Rural’, donde se pone el foco en iniciativas innovadoras que están rompiendo barreras.

Además de dar a conocer estas iniciativas, el proyecto se ha centrado en promover el consumo de proximidad y acercar al consumidor a experiencias e inquietudes de diferentes de estos agentes, además de mostrar los casos particulares de inicia-

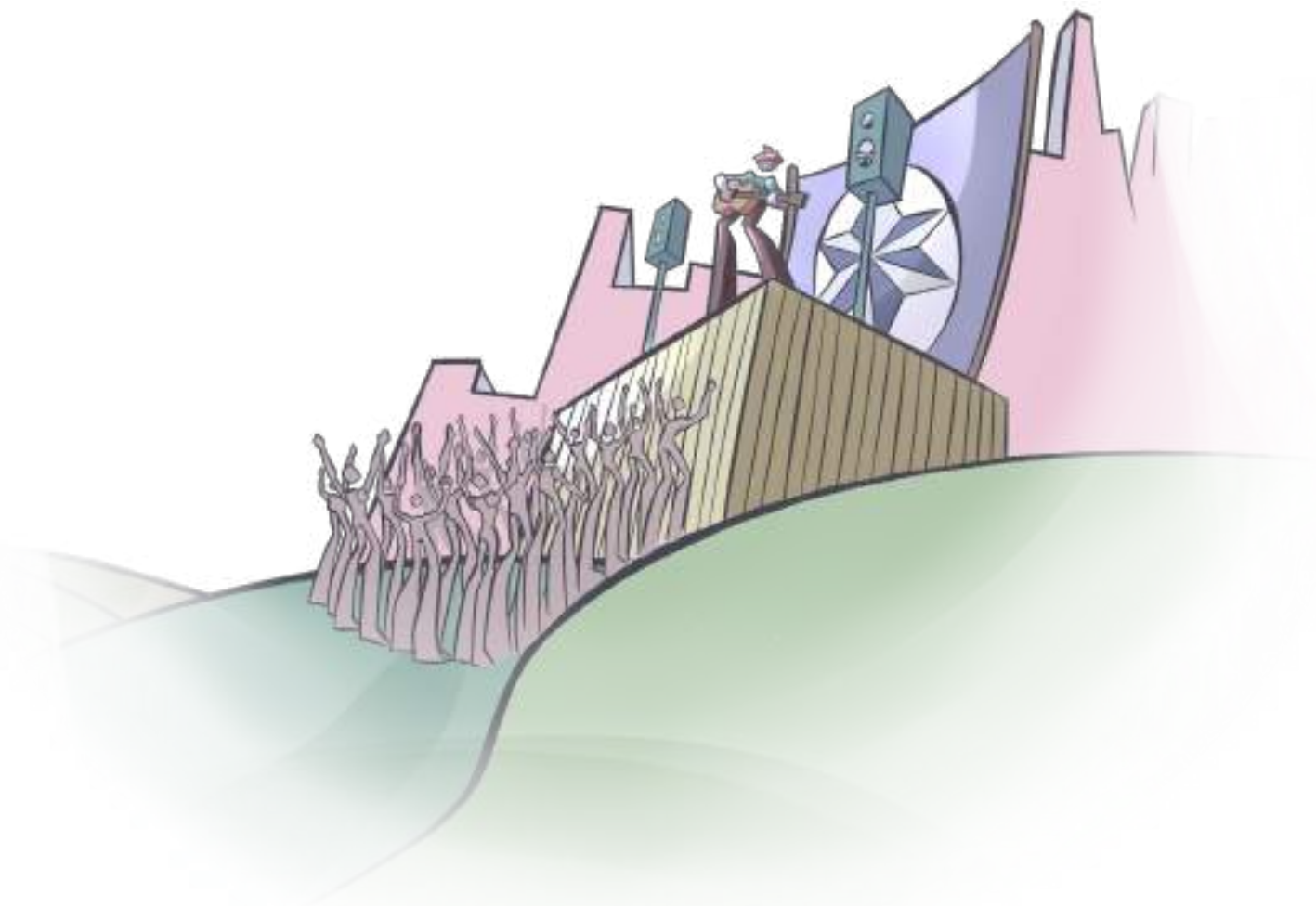
tivas que demuestran el papel estratégico del sector agroalimentario para garantizar el suministro de alimentos de calidad, sanos y seguros. En este sentido, coincidiendo con las fiestas navideñas, puso en marcha la línea de contenidos divulgativos ‘Navidad en los Mercados’, con la intención de presentar los beneficios de un consumo responsable en estas fechas.

Por último, colaboramos con la granja avícola artesanal Galo Celta en un proyecto de investigación sobre la alimentación de las aves. A través de la incorporación de diferentes ingredientes naturales a su dieta, entre ellos el bagazo de nuestra cerveza Estrella Galicia, se espera lograr que los productos finales, tanto las carnes como los huevos, sean alimentos cardiosaludables.





## 4.4.1.3 PROPUESTAS DIFERENCIALES



No esperamos a que las cosas ocurran, hacemos que estas sucedan. De hecho, tenemos el buen hábito de poner en marcha, año tras año, experiencias únicas y transgresoras en ámbitos que

van desde la cultura, al deporte o al ocio y que son capaces de transformarse en altavoces para la sociedad y sus protagonistas.

## Inspirados por la música

### SON ESTRELLA GALICIA

Nuestro proyecto musical cervecero ha vuelto de forma segura a las salas de todo el país para seguir descubriendo talento internacional y nacional, poniendo banda sonora a salas de A Coruña, Madrid, Barcelona, Granada, Vigo o Valladolid y Ourense, entre otras ciudades. Damien Jurado, Fantastic Negrito, Porridge Radio, Lola Marsh, Cloud Nothings, Black Lips, Michelle David & The True-tones, Bombino, Courtney Marie Andrews, Metz, Pearl Charles, Biznaga, Nuria Graham y The Sadies son algunos de los que han participado.

Y como SON Estrella Galicia no para, ha organizado muchos otros eventos a lo largo del año:

- **Especial Jorge Drexler:** El artista uruguayo ha abierto las puertas de su local de ensayo para participar en un set especial 'en abierto' y en riguroso directo. En este contexto, se rodó un making off en exclusiva para nuestra marca.

- **Origins X:** Kase.O y Belako han protagonizado los primeros capítulos de Origins x SON Estrella Galicia. Esta iniciativa nos descubre a través de una pieza documental los orígenes de los mejores artistas del panorama nacional.

- **Estrenamos sala:** Hemos incorporado el espacio M.Ou.Co. a nuestro ciclo musical con los conciertos de la banda de post-rock danesa Efterklang y los portugueses First Breath After Coma.

- **SON Estrella Galicia Posidonia:** El Reencuentro: Hemos celebrado la quinta edición de SON Estrella Galicia Posidonia, un festival que ha certificado su neutralidad en carbono, hito que ratifica nuestro compromiso con el impacto positivo. En esta propuesta disruptiva la sostenibilidad y el turismo responsable se fusionan con la música, la gastronomía, la naturaleza y la cultura de cerveza por una buena causa: proteger la posidonia. Algunos de sus protagonistas han sido el chef Pepe Solla y los sonidos de Jorge Drexler, Maria Arnal i Marcel Bagés, Michelle David & The True-Tones y Queral Lahoz, entre otros.



## FESTIVAL NOROESTE ESTRELLA GALICIA

La 34 edición Festival Noroeste Estrella Galicia ha contado con artistas de primer nivel como Amor Bizarro, Zahara, Marlango y Alice Wonder, entre otros muchos. Para su celebración se dispusieron cuatro escenarios, con aforo limitado y estrictas medidas sanitarias, repartidos por la ciudad de A Coruña. El evento fue seguido por más de 6.000 personas.



# La cultura y la gastronomía por bandera

## EXPOSICIÓN UNIVERSAL DE DUBÁI

Del 1 de octubre de 2021 al 31 de marzo de 2022 se celebra la Exposición Universal de Dubái en los Emiratos Árabes Unidos, la primera que se realiza en el mundo árabe y en la que participarán 190 países. Estamos presentes en este evento de carácter global a través de Estrella Galicia, cerveza exclusiva del Pabellón de España, estando disponible en la tienda oficial, así como en los lugares de restauración. Nuestro espacio ya ha sido visitado por el piloto de F1 Carlos Sainz, dando mayor repercusión a nuestra presencia en esta cita.



## SALÓN GOURMETS

Retomamos la actividad en el salón de bebidas y alimentación de calidad más grande de Europa que este año ha tenido lugar en el recinto ferial IFEMA de Madrid. 200.000 m2 sirvieron de encuentro, intercambio profesional entre profesionales nacionales e internacionales del sector: restauración, hostelería, distribución, catering y comercio especializado. Para la oca-

sión, nuestro stand comercial fue construido con materiales reciclados, diseñado siguiendo todas las recomendaciones que indica el protocolo sanitario. Durante el encuentro se celebró el Campeonato de Tiraje de Cerveza Estrella Galicia, una edición especial de campeones, el Desafío gastronómico XChef By Cervezas 1906, entre otras muchas actividades.



## FESTIVAL MAR DE MARES

Ángel León y Javi Olleros, que suman cinco estrellas Michelin, respondieron a la invitación de Cervezas 1906 para su 'Gastronomía con impacto positivo', lema que trasladaron a pro-

fesionales de la hostelería coruñesa que quisieron acompañarlos en este encuentro que se celebró en el marco del Festival Mar de Mares.



## MARIDAJE CÉLTICO

Nuestra familia de Cervezas 1906 y la asociación Coruña Cociña, han puesto en marcha las jornadas gastronómicas 'Maridaje Céltico', una ruta por 12 restaurantes de referencia de la ciu-

dad de A Coruña en la que los consumidores han podido disfrutar de maridajes de diferentes tapas, platos o menús con nuestra cerveza 1906 Galician Irish Red Ale 'La Pelirroja'.

## PONTEVEDRA CAPITAL GASTRO

En el show de cocina 'A Batalla das Cunchas' han participado algunos de los principales chefs de Pontevedra. Además, ha servido para dar visibilidad de marca a través de las diferen-

tes acciones llevadas a cabo por la asociación de hosteleros 'Banda Cociñas de Pontevedra' y para promocionar la economía circular y la hostelería verde.

## GASTRONOMY MONTH

Hemos desarrollado un festival propio en Reino Unido bajo el nombre de Gastronomy Month que ha aglutinado más de 15 eventos con experiencias exclusivas como cenas, tour de tapas, masterclass y menús especiales maridados con

nuestras cervezas en más de 30 establecimientos. El objetivo ha sido incrementar nuestra notoriedad en el país, así como posicionar nuestro portafolio de cervezas como referencia para maridajes gastronómicos.

## LONDON RESTAURANT FESTIVAL

Estrella Galicia ha sido una vez más la cerveza oficial del London Restaurant Festival, un evento que ofrece más de 40 experiencias y actividades exclusivas a los participantes, y

que acompaña las creaciones de los mejores restaurantes de Londres en diferentes fechas a lo largo del año.

# Promocionamos el deporte

## JUGAMOS EN EQUIPO

A través de Estrella Galicia 0,0, hemos renovado el patrocinio al Real Club Deportivo de la Coruña hasta junio de 2025, mientras que Cabreiroá se mantendrá como agua oficial del equipo. Además, continuamos al lado del Real Club Celta de Vigo, así como del Racing Club de Ferrol, del Obradoiro CAB y del Club Ourense Baloncesto.

En 2021 nos hemos sumado a los proyectos deportivos del CD Burela Fútbol Sala y del Bergantiños C.F. Además, la imagen de Estrella Galicia y de Cabreiroá como marcas oficiales lucen ya en el recinto deportivo del club de Carballo.

Y nos hemos vinculado al equipo de baloncesto femenino BAXI Ferrol para las próximas dos

temporadas y firmamos un acuerdo de patrocinio con el Basquet Coruña. Por su parte, Cabreiroá y Raid Gallaecia-AR World Championship 2021 anunciaron un acuerdo de colaboración para el Campeonato del Mundo de carreras de aventuras.

En Hockey, hemos celebrado la Copa de Rey junto al Deportivo Liceo, equipo patrocinado por Estrella Galicia, en las Instalaciones de MEGA. Asimismo, Estrella Galicia y Cabreiroá han sido las marcas oficiales durante la celebración de XXVII Copa Do Rei Y Copa Da Raíña. Ambas marcas también han patrocinado la Copa de la Reina 7's de Rugby.



## SOBRE RUEDAS

Pese al clima mundial generado por la pandemia, no hemos parado. Estrella Galicia 0,0 ha contado en su décimo aniversario en el mundial de motociclismo con cuatro embajadores de lujo: los hermanos Márquez, Marc y Álex, en HRC Repsol y LCR Honda, respectivamente, y Joan Mir y Álex Rins en el Team Suzuki MotoGP. Y seguimos apoyando a los, todavía juniors, Sergio García Dols y Jeremy Alcoba en Moto3.

Cabe destacar que, junto con DAZN, hemos desarrollado 'Artesanos del Paddock', una serie documental que se adentra en el corazón de MotoGP para mostrar la cara menos conocida de este deporte.

En Fórmula 1, hemos revalidado nuestra apuesta por el piloto español Carlos Sainz de la mano de Estrella Galicia 0,0 y le acompañamos en su nueva aventura en Ferrari, con quien trabajamos también como Team Partners. Junto a la escudería italiana, y con el objetivo de afianzar nuestro route to market en el mercado transalpino, celebramos también un encuentro con distribuidores clave en el desarrollo de nuestra estrategia en este mercado en la sede de Ferrari, Maranello Italia, sin duda, una experiencia única para todos ellos.



## SOBRE EL AGUA

Un año más, Cabreiroá y Estrella Galicia han sido el agua y la cerveza oficial de la Pantín Classic y de la Junior Qualifying Series, pruebas pertenecientes a la World Surf League en España en 2021. Ambas marcas también han estado presentes en la competición más importante del surf mundial en Portugal, el Challenger MEO Vissla Pro Ericeira.

En vela, hemos participado en la tercera edición de la Regata Mar de Maeloc que, como novedad, ha acogido la competición inaugural Mar de Maeloc Xacobeo 21-22 que arrancó en Getxo (Vizcaya) con destino a Coruña sin etapas. Un año más hemos apostado por el uso de materiales recuperados del mar, reciclados y reciclables para los trofeos, así como para la equipación de los regatistas. El evento contó con la colaboración de Ecoembes que instaló puntos limpios en todos los puertos sede.

# 4.4.1.4 POR UN TALENTO SIN LÍMITES

Porque creemos que sobre el talento se debe construir el mañana, desde el Grupo nos empeñamos en promover la cultura de la innovación. Bajo esta premisa nació, The Hop, nuestro Ecosistema de Emprendimiento Colaborativo, que en su tercera edición se ha centrado en apoyar a los hosteleros, poniendo foco en la identificación de necesidades digitales del sector y la búsqueda de soluciones que puedan ser útiles para su desarrollo.

La dinámica de The Hop en esta ocasión ha sido distinta a la de ediciones anteriores, puesto que se han seleccionado cuatro start-ups –Cover Manager, Cheerfy, Katoo y Xavou!– con presencia establecida en el mercado y con soluciones probadas, con el fin de conocer, testear y analizar el impacto a medio plazo que tendrán en el sector de la hostelería.

En estos tres años de vida, The Hop ha identificado y analizado 1.072 startups, colaborado con 200 emprendedores en los diferentes proyectos, impulsado la puesta en marcha de 28 proyectos piloto e implicando a más de 80 de empleados del Grupo para aportar su visión de negocio.

## REGRESAMOS A SONDESLAND

Nuestra apuesta por el talento nos ha llevado un año más a patrocinar Sondersland, el festival internacional por excelencia en este ámbito. Durante el evento, que contó con Estrella Galicia como cerveza oficial, transmitimos nuestros valores y las características que nos definen. Además, los asistentes pudieron

poner cara a las personas que se esconden detrás de nuestros productos, conocer de primera mano nuestros negocios, procesos y profesiones, sumergirse en nuestra cultura de cerveza y participar en diferentes experiencias y actividades lúdicas.



## 4.4.2 CON EL MEDIO- AMBIENTE

Nuestro empeño por generar un impacto positivo no es una moda, es algo consustancial a nuestro origen y un desafío irrenunciable. Esta forma de actuar está presente en todos nuestros ámbitos de actuación y, por supuesto, en nuestra relación con el planeta, por lo que nos esforzamos por conocer sus límites y asumimos que sus recursos no son infinitos. Es más, en Corporación Hijos de Rivera no respetamos la naturaleza, la amamos. Por eso no nos limitamos a cuidarla, sino que la regeneramos.

En esta línea, reducir nuestro consumo y la cantidad de residuos que generamos, así como reutilizar aquellos que no podamos eliminar, es una de nuestras máximas prioridades. De hecho, a corto plazo, aplicando esas premisas a nuestro funcionamiento y hábitos internos, estamos consiguiendo reducir nuestra huella de carbono. Pero a largo plazo, no nos ponemos límites, ya que será el inconformismo el que marcará nuestra estrategia.

## Proyecto Origen de Cabreiroá

No nos quedamos solo en palabras. A lo largo de 2021 hemos puesto en marcha diversas iniciativas que nos ayudan a cumplir nuestro reto ambiental como, por ejemplo, el Proyecto Origen, el nuevo modelo de negocio de Cabreiroá. Desde hace años, nuestro manantial gallego ha ido transformando su organización para enfocar todos sus esfuerzos en buscar las mejores herramientas para ganar eficiencia, mejorar la circularidad de sus envases y disminuir la huella ambiental de su actividad.

El Proyecto se basa en tres pilares:

- **Manantial Carbono Neutral:** Primer paso fundamental para reducir las emisiones y luchar así contra el cambio climático.

- **Activismo medioambiental:** Colaboramos con WWF en un proyecto de restauración forestal de tres hectáreas en el Parque Natural del Xurés, Ourense (Galicia); junto a We The Sustainability Project apoyamos iniciativas locales como la limpieza de playas y mares en A Coruña (Galicia); y participamos junto a Libera – Stop Basuraleza (SEO BirdLife – Ecoembes) en jornadas de voluntariado para la limpieza de espacios naturales y talleres de sensibilización en dos partes del Camino de Santiago (Inglés y Vía de la Plata).

- **Ecoenvases que promueven la circularidad:** Puesta en el mercado de un packaging más sostenible como la caja de cartón de 8 litros, botellas 100% elaboradas con plástico reciclado, envases de vidrio retornables y envases de aluminio reutilizables.



# 4.4.2.1 CONTROL MEDIOAMBIENTAL PARA ASEGURAR LA SOSTENIBILIDAD

En España contamos con seis centros de producción que son, en la actualidad, los que concentran nuestra actividad. De ellos, la fábrica de cerveza es la que posee los índices de consumo (energético, de agua, de materias primas y otros materiales), de emisiones, de vertidos, de gestión de residuos y de reciclaje más significativos.

Cabe destacar que esta instalación, así como la planta embotelladora de Cabreiroá, cuentan con un Sistema de Gestión Ambiental certificado. Por su parte, Agua de Cuevas y Fontarel aplican sistemas de prevención y control.







## Nuestra forma de actuar

El compromiso que tenemos con la protección y el respeto al medioambiente queda claramente determinado en nuestro Código de Valores. Esta guía nos lleva a trabajar bajo la premisa de minimizar los impactos negativos y de prevenir la contaminación, promoviendo una I+D+i que mejore los procesos, procurando la adecuada formación de nuestros profesionales y colaboradores en la gestión ambiental, del patrimonio natural y de los riesgos asociados.

Asimismo, priorizamos la sostenibilidad de nuestro proyecto empresarial por encima del afán de enriquecimiento inmediato. En el contexto social actual, marcado por el cambio climático, la pre-

sión sobre los recursos naturales, la degradación del entorno y la contaminación, el respeto por el medioambiente es imprescindible para asegurar el éxito a largo plazo, garantizando el legítimo derecho de las generaciones presentes y futuras a disfrutar de un entorno adecuado.

Todo ello se plasma en nuestra Política Corporativa de Medio Ambiente, que establece el marco de referencia y los principios a respetar para proteger el medioambiente en el ámbito de las actividades desarrolladas por nuestras empresas.

### LA SEGURIDAD DE UN SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL PROPIO

El Sistema de Gestión Ambiental de Hijos de Rivera S.A.U. está certificado en la norma ISO 14001:2015 y el Reglamento CE No 1221/2009 (EMAS III), modificado por el Reglamento (UE) 2017/1505, contando con número de registro ES-GA-000121 para las actividades de diseño y producción de cerveza. El centro de Cabreiroá también cuenta con la certificación 14001:2015 para la actividad de envasado de agua mineral natural, agua mineral natural carbónica y agua mineral natural con carbónico añadido.

Analizamos los riesgos relacionados con nuestros aspectos ambientales (residuos, emisiones, vertidos, consumos y entorno), teniendo en cuenta los

requisitos legales y otros requisitos de aplicación, el contexto de la organización y las necesidades y expectativas de las partes interesadas.

Así, y siguiendo el espíritu de transparencia y colaboración que caracteriza nuestra relación con la comunidad y los agentes sociales, publicamos a través de nuestra página web la Declaración Ambiental de Hijos de Rivera, S.A.U.

### OBJETIVOS TRASVERSALES

Disponemos de objetivos y pautas de trabajo transversales destinadas a asegurar que su cumplimiento es efectivo en la protección del medio ambiente. Los aspectos ambientales generados durante el diseño y elaboración de los productos son identificados y evaluados conforme al principio de precaución, y controlados para evitar, o en su caso limitar, los impactos negativos asociados en el entorno.

Igualmente, contamos con un procedimiento específico para la identificación y actualización de los requisitos legales de aplicación. En nuestro

caso, no necesitamos registrar provisiones contables para garantías y riesgos ambientales ya que no hemos incurrido en responsabilidades derivadas del incumplimiento de la normativa vigente.

Somos conscientes de nuestra responsabilidad sobre el medio ambiente. Por ello, como parte de nuestro compromiso con el entorno, en la estrategia de nuestros negocios se encuentra la apuesta por la reducción del impacto de nuestra actividad, políticas de economía circular y eficiencia energética que ayuden a mitigar el cambio climático.

## 4.4.2.2 CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA

### EMISIONES DE COMBUSTIÓN

La fábrica de cerveza –nuestro único centro al que aplica la normativa que regula el régimen de comercio de derechos de emisión– cuenta con dos calderas de combustión que emplean como combustibles gas natural y el biogás generado en la propia instalación (la infraestructura dispone de un sistema de lavado de biogás que minimiza el impacto ambiental y mejora la calidad de las emisiones a la atmósfera). En ambas calderas se reali-

zan mediciones periódicas por una entidad externa acreditada de diferentes parámetros (Opacidad, SO<sub>2</sub>, CO, NO<sub>x</sub>) para llevar un control exhaustivo de las emisiones generadas.

Anualmente, la fábrica informa a la Autoridad Ambiental Competente del número de toneladas de CO<sub>2</sub>, CO y NO<sub>x</sub> emitidas.

### EMISIONES ACÚSTICAS

Todos los equipos e instalaciones están sometidos a planes de mantenimiento preventivo con la finalidad de evitar averías o deterioros que ocasionen alteraciones del nivel de presión sonora. Asimismo, disponemos de medidas técnicas para la atenuación sonora de las zonas donde se desarro-

llan actividades que generan niveles sonoros más acusados. Además, periódicamente realizamos mediciones de ruido ambiental para comprobar que los niveles de presión sonora no sobrepasan en ningún caso los límites establecidos.

## 4.4.2.3 ECONOMÍA CIRCULAR

ENTENDEMOS LA ECONOMÍA CIRCULAR  
COMO UN MODELO SOSTENIBLE  
QUE NOS PERMITE PROTEGER  
EL PLANETA

### RESIDUOS

Producir-usar-reciclar es parte de nuestra filosofía de trabajo. Así, procuramos prevenir la generación de residuos y, en caso de no ser viable, buscamos su reutilización, reciclado y valoración, evitando siempre que sea posible su eliminación.

Los residuos industriales generados en la fábrica de cerveza y en los manantiales se entregan a gestores autorizados. Para su selección se priman las operaciones de valorización empleadas y su cercanía a los puntos de retirada. De esta manera, en 2021 hemos incrementado el porcentaje de va-

lorización de residuos de nuestras plantas, lo que contribuye a nuestro objetivo de residuo “cero”.

En cuanto a la circularidad de materiales, los residuos de vidrio y de cartón generados en las instalaciones de la fábrica de cerveza se emplean en la fabricación de nuevos materiales de envasado (botellas y cajas de cartón). En los manantiales hemos puesto en marcha modelos circulares de recuperación, reuso y reincorporación de vidrio, PET y cartón para los materiales de embalaje.



PACKAGING

Con el objetivo de reducir el consumo de recursos y de minimizar la generación de cualquier tipo de residuo, controlamos todos los materiales que empleamos en los envases de nuestros productos, desde su concepción hasta el fin de su uso, en las siguientes líneas:

- Adoptamos mejoras en el diseño de nuestros envases con el objetivo de disminuir su peso o gramaje, y por tanto la cantidad de residuos que se originan tras su consumo, y de facilitar su valorización y reciclado.
- Tenemos metas anuales de reducción de mermas en cada una de las plantas de envasado y por lo tanto evitamos año a año el incremento relativo de generación de residuos en nuestros procesos productivos.
- Incorporamos materiales reciclados en la fabricación de los envases de nuestros productos. Cabe destacar que desde 2019 todas nuestras botellas de PET empleadas para el envasado de agua mineral contienen entre un 25% y un 50% de PET reciclado. En 2020 reforzamos nuestro compromiso con la circularidad del plástico haciendo más sostenible el formato con volumen de venta significativo de Agua de Cuevas:

botella 100% de PET reciclado y embalaje 50% de film reciclado. En 2021, hemos logrado testar y aplicar 100% de PET reciclado en todos los formatos de Cuevas y Fontarel y en la mitad de los formatos de Cabreiroá, ampliando nuestro compromiso con la circularidad de materiales.

- No utilizamos anillas plásticas en ninguno de nuestros formatos.
- Disponemos de formatos retornables en cerveza y agua, fomentando así la reutilización de envases y evitando la generación de residuos post consumo.
- Nuestro modelo de Cerveza de bodega nos permite ofrecer a nuestros consumidores la experiencia de disfrutar de nuestra cerveza sin generar residuos asociados al envase.
- Mediante símbolos incluidos en el etiquetado de nuestros productos (% reciclabilidad, metal recycles forever, etc.) contribuimos a la concienciación de nuestros consumidores en buenos hábitos de reciclaje.

Asimismo, estamos adheridos a diversos Sistemas Integrados de Gestión: Ecovidrio, en el caso de la cerveza, y Ecoembes en el caso del agua.

SUBPRODUCTOS

Durante el proceso de elaboración de cerveza se producen bagazo y levadura como subproductos, los cuales son destinados a la alimentación animal, evitando de esta manera convertirse en residuos.

VERTIDOS

Las aguas residuales generadas en la fábrica de cerveza y en los manantiales son el resultado del efluente de la elaboración de cerveza y envasado de agua, de los sistemas de limpieza y desinfección de las plantas, y las aguas sanitarias procedentes de las diferentes instalaciones de las fábricas.

Estas aguas residuales son tratadas o gestionadas para adecuar sus parámetros a los legalmente establecidos y llevar a cabo el vertido de conformidad con las correspondientes autorizaciones. Además, para valorar la eficacia del sistema de depuración y el cumplimiento de los requisitos legales de aplicación, realizamos controles periódicos internos y/o por organismos acreditados.

Indicadores

Planta de cerveza		Absoluto		Absoluto/producción (HI Cerveza)	
	Unidad	2020	2021	2020	2021
Envases un solo uso*	Kg	80.941.680	101.955.193	43,61	44,37
Residuos No Peligrosos	Kg	4.395.663	5.390.241	1,27	1,23
Residuos Peligrosos	Kg	6.597	7.109	0,002	0,002
Subproductos: Bagazo	Kg	59.754.941	77.699.690	17,28	17,66
Subproductos: Levadura	Kg	8.545.420	8.419.020	2,47	1,91
Vertido	m³	937.502	1.182.578	0,27	0,27

\*Residuos post consumo correspondientes a los envases de los productos que comercializamos

Manantiales			Absoluto		Absoluto/producción (HI agua envasada)	
		Unidad	2020	2021	2020	2021
Envases un solo uso*	Cabreiroá	Kg	2.822.106	3.601.839	4,94	5,26
	Agua de Cuevas		1.232.027	1.251.390	3,02	2,83
	Fontarel		1.227.852	1.217.964	2,37	2,21
Residuos No Peligrosos	Cabreiroá	Kg	425.664	603.040	0,59	0,67
	Agua de Cuevas		28.157	19.300	0,07	0,04
	Fontarel		49.080	56.764	0,10	0,10
Residuos Peligrosos	Cabreiroá	Kg	2.658	1.024	0,004	0,001
	Agua de Cuevas		213	183	0,0005	0,0004
	Fontarel		295	283	0,0006	0,0005
Vertido	Cabreiroá	m³	20.227	25.868	0,03	0,03
	Agua de Cuevas		-	3.046	-	0,01
	Fontarel		7.100	10.505	0,01	0,02

\*Residuos post consumo correspondientes a los envases de los productos que comercializamos

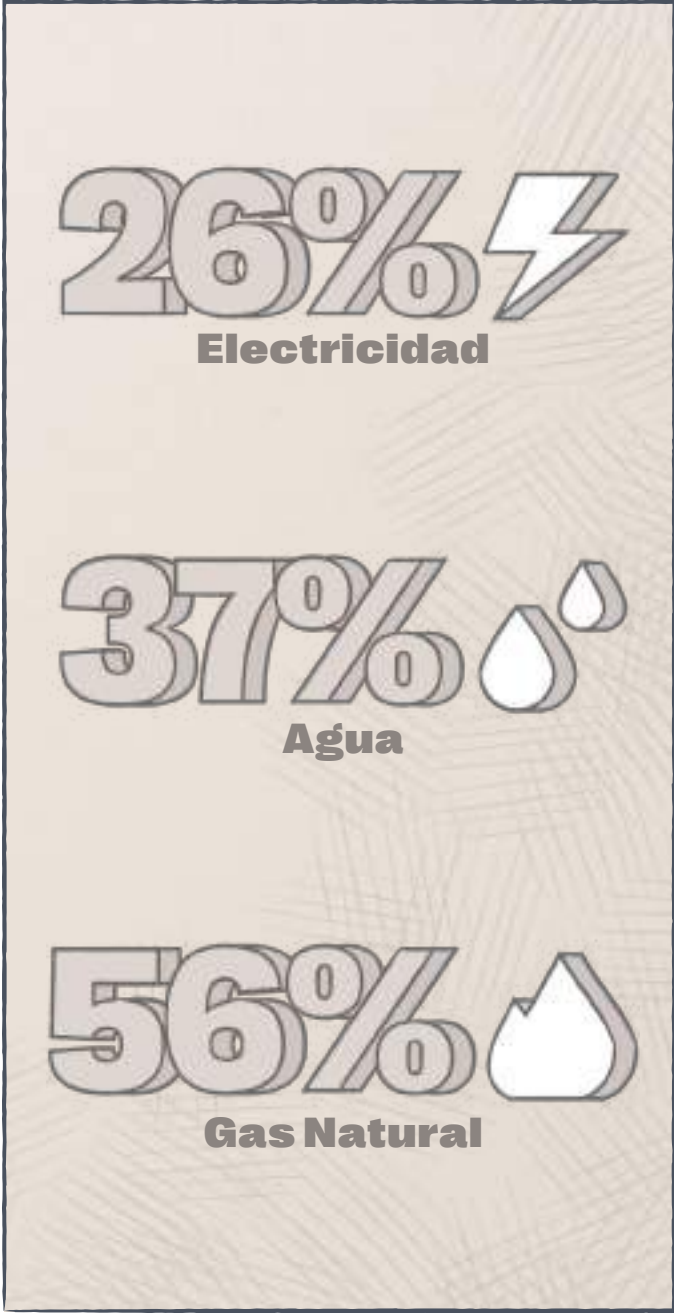
# 4.4.2.4 CONSUMO DE RECURSOS

El control del consumo de agua, energía eléctrica, gas natural/GLP y otros recursos nos permite disponer de información sobre nuestro comportamiento ambiental y nos facilita la identificación de acciones de mejora. Con el fin de reducir tanto los consumos como la demanda de recursos, para los cuales se fijan objetivos anuales en la fábrica de cerveza y manantiales, se valora la viabilidad de implantación de las mejores técnicas disponibles identificadas tanto en el proceso productivo como en los procesos auxiliares.

Con las diferentes mejoras implantadas en los últimos años hemos conseguido reducir los consumos en ratio de la fábrica de cerveza en<sup>3</sup>:

- **Electricidad: 26%**
- **Agua: 37%**
- **Gas Natural: 56%**

Además, la fábrica de cerveza incorpora el biogás generado en el proceso anaerobio de depuración de aguas residuales como fuente de energía renovable.



<sup>3</sup> Evolución consumos en ratio 2009-2021

## Indicadores

Planta de cerveza		Absoluto		Absoluto/producción (HI Cerveza)	
	Unidad	2020	2021	2020	2021
Electricidad (*)	kWh	26.273.311*	32.905.323*	7,60	7,48
Gas Natural	MJ	219.116.330	236.596.300	63,37	53,79
Biogás (*)	MJ	78.331.579*	116.973.219*	22,65	26,59
Agua: suministro municipal	m³	1.342.541	1.699.017	0,39	0,39
Materias Primas	Kg	65.411.552	84.917.613	18,92	19,30

\*Energía de origen renovable

Manantiales		Absoluto		Absoluto/producción (HI agua envasada)	
	Unidad	2020	2021	2020	2021
Electricidad (*)	Cabreiroá	3.098.088*	3.657.867*	4,27	4,08
	Agua de Cuevas	1.028.936*	1.067.363*	2,53	2,39
	Fontarel	1.927.076*	2.143.788*	3,81	3,88
Gas propano	Cabreiroá	122.729	171.891	0,17	0,19
Agua suministro municipal	Cabreiroá	1.285	680	0,002	0,001
Agua subterránea	Cabreiroá	97.707	121.507	0,13	0,14
	Agua de Cuevas	-	47.627	-	0,11
	Fontarel	76.016	85.136	0,15	0,15

\*Energía de origen renovable



## 4.4.2.5 CAMBIO CLIMÁTICO

La lucha contra el cambio climático es un reto ambiental que requiere de planes de mitigación globales, por lo que todos debemos implicarnos, no solo los gobiernos. En Corporación Hijos de Rivera respondemos a este desafío calculando la huella de carbono de la organización<sup>4</sup> con alcances 1, 2 y 3, para poder identificar oportunidades de mejora y establecer objetivos de reducción de emisiones en toda nuestra cadena de valor.

El cálculo de la huella de carbono es verificado por una entidad externa acreditada conforme a la UNE-EN-ISO 14064 e inscrito en el Registro de la Oficina Española de Cambio Climático.<sup>5</sup>

Hemos superado el objetivo establecido de reducción de nuestras emisiones de Alcance 1 y 2 en un 30% respecto a las del año base, logrando pasar de 21.650 tCO<sub>2</sub>e en 2018 a 13.838 tCO<sub>2</sub>e en 2021.

Para alcanzar este objetivo, desarrollamos diversas actuaciones, entre las que destacan:

- Autogeneración de biogás en la fábrica de cerveza.
- Autogeneración de electricidad de origen renovable en nuestras propias instalaciones mediante paneles solares.
- Desde enero de 2019, el 100% de la electricidad adquirida para la fábrica de cerveza y los manantiales es de origen renovable.
- Recuperación del CO<sub>2</sub> generado durante la fermentación de la cerveza y su reincorporación en las diferentes etapas del proceso de producción en la fábrica de cerveza. Así, logramos incrementar la circularidad en nuestro propio proceso y reducimos nuestra Huella de Carbono de Alcance 3.
- Reducción de peso de botellas de vidrio no retornables, que conlleva la reducción de las emisiones correspondientes a su fabricación.
- Reintroducción de material reciclado post consumo en nuestros embalajes primarias, secundarias y terciarias, favoreciendo de esta manera la disminución de las emisiones asociadas a su producción.
- En lo que respecta a la flota de vehículos, incorporamos híbridos destinados a la actividad comercial y camiones cisterna de cerveza de bodega alimentados por gas.
- Estamos renovando los equipos enfriadores, lo que supone pasar de utilizar gas R134 a gas ecológico R290, un hidrocarburo que no daña la capa de ozono y que aporta una mayor eficiencia y potencia frigorífica.



## Cero emisiones

En 2021 hemos reforzado nuestro compromiso con la sostenibilidad y la generación de impacto positivo al conseguir la neutralidad en carbono en nuestras principales instalaciones<sup>6</sup>, lo que equivale técnicamente a que la actividad realizada en ellas genera cero emisiones.

La consecución de este logro no es fruto de un día, sino que lo hemos conseguido gracias a un ambicioso plan puesto en marcha durante los últimos años y que ha transformado el día a día de la organización en favor del empleo de energías más limpias. La generación propia de biogás, el uso de energías renovables, la instalación de plantas fotovoltaicas, la incorporación de vehículos híbridos o la sustitución de equipos en los clientes por modelos más eficientes son solo algunas de las medidas que han contribuido a la disminución progresiva de las emisiones.

En esta línea, destaca la planta fotovoltaica de nuestra fábrica de A Grela, ya que ha sido galardonada por parte de Asociación de Ingenieros Industriales de Galicia durante los VIII edición de los Premios Galicia de Energía. Esta instalación cuenta con capacidad de autoconsumo fotovoltaico de 415,4 kWp lo que ha permitido evitar la emisión a la atmósfera de casi 200 toneladas de CO<sub>2</sub> anuales.

Finalmente, y como último paso para la consecución del hito de cero emisiones, hemos compensado las emisiones que no hemos podido evitar con la participación en el proyecto “Pacajai REDD+ Project”, destinado a la conservación forestal de la Amazonia brasileña, considerada el pulmón del planeta. Evitar la degradación ambiental y la deforestación y preservar la biodiversidad implicando a las comunidades locales son las claves de esta iniciativa que supone un gran retorno para el ecosistema.

<sup>4</sup> Límite Organizacional: Rijos de Rivera S.A.U., Aguas de Cabreiroa S.A.U., Aguas de Cuevas S.A.U., Aguas El Pilar S.L.U., Cervinter S.L.U., Justdrinks LDA. y Estrella Galicia Importación y Comercialización de bebidas y alimentos LTDA.

<sup>5</sup> Al cierre del ejercicio de 2021, el cálculo y verificación de la Huella de Carbono de Organización de 2020 y 2021 se encuentra en curso.

<sup>6</sup> Hijos de Rivera S.A.U., Aguas de Cabreiroá S.A.U., Aguas de Cuevas S.A.U., Aguas El Pilar S.L.U., Cervinter S.L.U., Justdrinks LDA. y Estrella Galicia Importação e Comercialização de bebidas e alimentos LTDA.

# 4.4.2.6 BIODIVERSIDAD

## Indicadores de emisiones

Planta de cerveza		Absoluto		Absoluto/producción (HI Cerveza)	
	Unidad	2020	2021	2020	2021
Alcance 1	t CO2e	12.291	13.306	0,0036	0,0030
Alcance 2	t CO2e	0	0	0	0

Manantiales		Absoluto		Absoluto/producción (HI agua envasada)	
	Unidad	2020	2021	2020	2021
Alcance 1	Cabreiroá	374,35	532,07	0,00052	0,00059
	Agua de Cuevas	0	0	0	0
	Fontarel	6,18	0	0,00001	0
Alcance 2	Cabreiroá	0	0	0	0
	Agua de Cuevas	0	0	0	0
	Fontarel	0	0	0	0

Para limitar nuestra vulnerabilidad frente al cambio climático, estamos identificando y valorando diferentes medidas que nos permitan una mejor adaptación a este riesgo.

LOS MANANTIALES  
TIENEN ESTABLECIDO UN  
PERÍMETRO DE PROTECCIÓN  
PARA VERIFICAR QUE EL  
ENTORNO NO SE ALTERA  
EN EL TIEMPO

Debido a que la fábrica de cerveza se ubica en un área industrial, no existe afección significativa sobre la biodiversidad. Por su parte, los manantia-

les tienen establecido un perímetro de protección realizándose una vigilancia periódica para verificar que el entorno no se altera en el tiempo.



## 5

# PERFIL DE LA MEMORIA

Por octavo año consecutivo, y en un ejercicio de transparencia y compromiso con nuestros grupos de interés, publicamos nuestra Memoria de Sostenibilidad donde informamos sobre nuestro desempeño respecto a cuestiones medioambientales y sociales, al respeto de los Derechos Humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno, así como relativas al personal, durante el ejercicio 2021.

La Memoria incluye el Estado de información no financiera consolidado de Corporación Hijos de Rivera, S.L y Sociedades dependientes, que se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Para su elaboración la Corporación se ha basado en los estándares de Global Reporting Initiative (GRI), marco internacional de reporting que se contempla en la Ley antes citada, siguiendo los Principios para la elaboración de informes recogidos en los mismos, y utilizando una selección de Estándares GRI que reflejan adecuadamente su desempeño en las diferentes cuestiones recogidas en la Ley, y que están señalados en la tabla incluida en el apartado 7. Índice de contenidos de la Ley 11/2018, de la presente Memoria.

Todas las cuestiones recogidas en la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad han sido identificados por el Grupo como materiales.

La información incluida en el Estado de información no financiera, que forma parte del Informe de Gestión Consolidado y que acompañará a las Cuentas Anuales Consolidadas correspondientes al ejercicio 2021 está verificada por KPMG Asesores S.L.

## PERÍMETRO DE LA INFORMACIÓN

La información financiera que se incluye en el presente estado de información no financiera procede de las Cuentas Anuales Consolidadas de Corporación Hijos de Rivera, S.L. y Sociedades dependientes correspondientes al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2021.

La información relativa a Personas del año 2021 no incluye al personal de la empresa del Grupo Bares & Estrellas Wine & Food Services Corporation (Filipinas), que representa un 3% de la plantilla total.

La información relativa a medioambiente se refiere a los principales centros de producción: fábrica de cerveza y manantiales que representan el 99,6% de la producción total del Grupo.

En aquellos casos en los que la información reportada presente un alcance diferente al perímetro establecido, se especifica en el correspondiente apartado o tabla con una nota a pie de página.

6

# ÍNDICE DE INDICADORES GRI

**ESTÁNDAR GRI**  
**Versión 2016 excepto cuando se indique lo contrario**

**Página/Respuesta directa**

**GRI 101: Fundamentos**

**GRI 102: Información general**

102-1 Nombre de la organización	10 (Capítulo 1)
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	19-23 (Capítulo 1.2 y 1.1.2); 72-81 (Capítulo 3.4.1)
102-3 Ubicación de la sede	C/ José María Rivera Corral nº6, 15008 A Coruña España
102-4 Ubicación de las operaciones	58-63 (Capítulo 3.1.3)
102-5 Propiedad y forma jurídica	38-41 (Capítulo 2.1)
102-6 Mercados servidos	61-63 (Capítulo 3.1.3)
102-7 Tamaño de la organización	32-33 (Capítulo 1.4)
102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	102-119 (Capítulo 4.1.1)
102-9 Cadena de suministro	140-147 (Capítulo 4.2)



102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	142-144 (Capítulo 4.2)
102-11 Principio o enfoque de precaución	42-43 (Capítulo 2.4)
102-12 Iniciativas externas	154-170 (Capítulo 4.4.1)
102-13 Afiliación a asociaciones	50-51 (Capítulo 2.5)
102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	4-5 (Carta del presidente)
102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	44-47; 120-125; 172-186
102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	34-43 (Capítulo 2.2)
102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	42-43 (Capítulo 2.2)
102-18 Estructura de gobernanza	38-41 (Capítulo 2.1)
102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	38 (Capítulo 2.1)
102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	40
102-40 Lista de grupos de interés	28-29 (Capítulo 1.3)
102-41 Acuerdos de negociación colectiva	138 (Capítulo 4.1.4 – nota al pie)
102-42 Identificación y selección de grupos de interés	24-27 (Capítulo 1.3)
102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	24-31 (Capítulo 1.3)
102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	26-27 (Capítulo 1.3)
102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	188-189 (Capítulo 5)
102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	28-29; 188-189
102-47 Lista de temas materiales	28-29
102-48 Reexpresión de la información	No existe reexpresión de la información respecto a la Memoria 2020
102-49 Cambios en la elaboración de informes	No hay cambios en la elaboración de la Memoria
102-50 Periodo objeto del informe	1 de enero a 31 de diciembre de 2021
102-52 Ciclo de elaboración de informes	Anual
102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	rrodriguez@estrellagalicia.es
102-54 Declaración del informe de conformidad con los estándares GRI	Capítulo 6 índice de contenidos GRI
102-55 índice de contenidos GRI	Capítulo 6 índice de contenidos GRI
102-56 Verificación externa	Capítulo 8

TEMAS MATERIALES

CRECIMIENTO ECONÓMICO RESPONSABLE Y CREACIÓN DE VALOR

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	8-17 (Capítulo 1)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	18-20 (Capítulos 1.1 y 1.2)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	6-7; 16-17 (Capítulo 1.4)

GRI 201: Desempeño económico

201-1 Valor Económico directo general y distribuido	32-33 (Capítulo 1.4)
201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	32-33 (Capítulo 1.4)

CULTURA ARTESANA

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	54 (Capítulo 3)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	54; 131 (Capítulo 4.1.4)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	131; 163

DIGITALIZACIÓN Y MODELO OPERATIVO IT

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	19 (Capítulo 1.2)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	19; 92-95 (Capítulo 3.7); 100 (Capítulo 4.1); 121 (Capítulo 4.1.2)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	95; 121

INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	19 (Capítulo 1.2); 64-65 (Capítulo 3.2)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	64-67 (Capítulo 3.2)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	20 (Capítulo 1.2)

ORIGEN Y PATRIMONIO GALLEGOS

<b>GRI 103: Enfoque de gestión</b>	
103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	67 (Capítulo 3.2)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	64-67 (Capítulo 3.1.3)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	66

ÉTICA Y VALORES

<b>GRI 103: Enfoque de gestión</b>	
103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	42-43 (Capítulo 2.2)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	43 (Capítulo 2.2)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	43 (Capítulo 2.2)

GESTIÓN DE RIESGOS

<b>GRI 103: Enfoque de gestión</b>	
103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	45; 47; 49; 121; 153; 177
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	45; 47; 49; 121; 153; 177
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	45; 47; 49; 121; 153; 177

BUEN GOBIERNO Y TRANSPARENCIA

<b>GRI 103: Enfoque de gestión</b>	
103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	39 (Capítulo 2.1)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	39-41 (Capítulo 2.1)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	43 (Capítulo 2.2)

CUMPLIMIENTO NORMATIVO

<b>GRI 103: Enfoque de gestión</b>	
103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	46-49 (Capítulo 2.4)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	46-49 (Capítulo 2.4); 145; 177
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	47; 145 (Capítulo 4.2.1); 177 (Capítulo 4.4.2.1); 179 (Capítulo 4.4.2.3)

GRI 307: Cumplimiento ambiental

307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	No se ha incurrido en el incumplimiento de leyes ambientales
--	--

GRI 419: Cumplimiento socioeconómico

419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	No se ha incurrido en el incumplimiento de leyes sociales ni económicas
--	---

CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

<b>GRI 103: Enfoque de gestión</b>	
103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	47 (Capítulo 2.4)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	46-49 (Capítulo 2.4)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	46-49 (Capítulo 2.4)

GRI 417: Marketing y etiquetado

417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	48-49 (Capítulo 2.4); 177 (Capítulo 4.3)
---	---

CONSUMO RESPONSABLE Y VIDA SALUDABLE

<b>GRI 103: Enfoque de gestión</b>	
103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	12-17 (Capítulo 1.1)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	12-17 (Capítulo 1.1); 66 (Capítulo 3.2)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	163 (Capítulo 4.4.1.2)



PROXIMIDAD CON CLIENTES Y CONTRIBUCIÓN A SU ÉXITO

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	148-153 (Capítulo 4.3)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	43 (Capítulo 2.4); 58 (Capítulo 3.1.1); 68-69 (Capítulo 3.3)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	148-153 (Capítulo 4.3)

EXPERIENCIA Y CONEXIÓN CON LOS CONSUMIDORES

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	48-49 (Capítulo 2.4); 65-67 (Capítulo 3.2)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	48-49 (Capítulo 2.4); 65-67 (Capítulo 3.2); 71 (Capítulo 3.4)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	86-91 (Capítulo 3.6)

SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADOS Y CLIMA LABORAL

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	124-125 (Capítulo 4.1.3)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	124-125 (Capítulo 4.1.3)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	124-125 (Capítulo 4.1.3)

DIVERSIDAD, EQUIDAD E IGUALDAD

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	135 (Capítulo 4.1.4)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	135 (Capítulo 4.1.4)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	135 (Capítulo 4.1.4)

GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades

405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	104-105 (Cap. 4.1.1); 135-137 (Cap. 4.1.4)
405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	119 (Capítulo 4.1.1)

GRI 406: No discriminación

406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	45 (Capítulo 2.3)
--	-------------------

GESTIÓN DEL TALENTO Y FORMACIÓN

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	125-129 (Capítulo 4.1.3)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	125-129 (Capítulo 4.1.3)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	128-129 (Capítulo 4.1.3)

GRI 404: Formación y enseñanza

404-1 Media de horas de formación al año por empleado	128-129 (Capítulo 4.1.3)
404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	126-127 (Capítulo 4.1.3)

CULTURA DE LIDERAZGO

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	133-134 (Capítulo 4.1.4)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	130-134 (Capítulo 4.1.4)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	130-134 (Capítulo 4.1.4)

SEGURIDAD, SALUD Y BIENESTAR DE LOS EMPLEADOS

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	120-121 (Capítulo 4.1.2)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	120-122 (Capítulo 4.1.2); 138 (Capítulo 4.1.4)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	122 (Capítulo 4.1.2)

GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo (2018)

403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	120-123 (Capítulo 4.1.2)
403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	121 (Capítulo 4.1.2)

403-3 Servicios de salud en el trabajo	121 (Capítulo 4.1.2)
403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	121 (Capítulo 4.1.2)
403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales	121 (Capítulo 4.1.2)
403-9 Lesiones por accidente laboral	122 (Capítulo 4.1.2)
403-10 Dolencias y enfermedades laborales	122 (Capítulo 4.1.2)

ACCIÓN CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO Y ENERGÍA LIMPIA

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	171 (Capítulo 4.4.2); 184 (Capítulo 4.4.2.5)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	174-177 (Capítulo 4.4.2.1); 184-186 (Capítulo 4.4.2.5)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	171 (Capítulo 4.4.2); 167-177 (Capítulo 4.4.2.1); 181-183 (Capítulo 4.4.2.4); 184-186 (Capítulo 4.4.2.5)

GRI 302: Energía

302-1 Consumo energético dentro de la organización	182-183 (Capítulo 4.4.2.4)
302-4 Reducción del consumo energético	182-183 (Capítulo 4.4.2.4)
302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	182-183 (Capítulo 4.4.2.4)

GRI 305: Emisiones

305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	184-186 (Capítulo 4.4.2.5)
305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	184-186 (Capítulo 4.4.2.5)

PACKAGING SOSTENIBLE Y CIRCULAR

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	172 (Capítulo 4.4.2)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	179-181 (Capítulo 4.4.2.3)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	66 (Capítulo 3.2); 181 (Capítulo 4.4.2.3)

GRI 301: Materiales

301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado	180 (Capítulo 4.4.2.3)
---	------------------------

GESTIÓN SOSTENIBLE DEL AGUA

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	172 (Capítulo 4.4.2)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	182-183 (Capítulo 4.4.2.4)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	182-183 (Capítulo 4.4.2.4)

GRI 303: Agua y efluentes (2018)

303-3 Extracción de agua	183 (Capítulo 4.4.2.4)
303-4 Vertidos de agua	180-181 (Capítulo 4.4.2.3)
303-5 Consumo de agua	183 (Capítulo 4.4.2.4)

AGRICULTURA SOSTENIBLE

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	172 (Capítulo 4.4.2)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	172 (Capítulo 4.4.2)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	161-162 (Cap. 4.4.1.2); 172-181 (Cap. 4.4.2.3)

PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

GRI 103: Enfoque de gestión

103-1 Explicación del tema material y sus coberturas	172 (Capítulo 4.4.2); 187 (Capítulo 4.4.2.6)
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	187 (Capítulo 4.4.2.6)
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	187 (Capítulo 4.4.2.6)

GRI 103: Enfoque de gestión

304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	187 (Capítulo 4.4.2.6)
304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	187 (Capítulo 4.4.2.6)



RESIDUO CERO

GRI 103: Enfoque de gestión		
103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	172 (Capítulo 4.4.2)
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	179-181 (Capítulo 4.4.2.3)
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	179-181 (Capítulo 4.4.2.3)
GRI 306: Residuos (2020)		
306-3	Residuos generados	179-181 (Capítulo 4.4.2.3)
306-4	Residuos no destinados a eliminación	179-181 (Capítulo 4.4.2.3)
306-5	Residuos destinados a eliminación	179-181 (Capítulo 4.4.2.3)

CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO GLOCAL

GRI 103: Enfoque de gestión		
103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	161-162 (Capítulo 4.1.2)
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	155-156 (Capítulo 4.4.1); 13 (Capítulo 1.1); 33 (Capítulo 1.4)
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	156 (Capítulo 4.4.1); 13 (Capítulo 1.1); 33 (Capítulo 1.4); 161-162 (Capítulo 4.4.1.2)

PROVEEDORES Y COMPRAS RESPONSABLES

GRI 103: Enfoque de gestión		
103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	141 (Capítulo 4.2)
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	141-147 (Capítulo 4.2.1 y 4.2.2)
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	141-147 (Capítulo 4.2.1 y 4.2.2)

CREACIÓN DE EMPLEO Y FOMENTO DE LA EMPLEABILIDAD

GRI 103: Enfoque de gestión		
103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	102 (Capítulo 4.1.1)
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	102 (Capítulo 4.1.1); 124 (Capítulo 4.1.3)
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	85 (Capitulo 3.5); 101 (Capítulo 4.1.1); 124 (Capítulo 4.1.3)

APOYO A LA CULTURA Y EL DEPORTE

GRI 103: Enfoque de gestión		
103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	164-170 (Capítulo 4.4.1.3)
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	164-170 (Capítulo 4.4.1.3)
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	164-170 (Capítulo 4.4.1.3)

ALIANZAS CON PARTNERS HOSTELEROS PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR

GRI 103: Enfoque de gestión		
103-1	Explicación del tema material y sus coberturas	166-168 (Capítulo 4.4.1.3)
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	166-168 (Capítulo 4.4.1.3)
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	171 (Capítulo 4.4.1.4)
GRI 413: Comunidades locales		
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	156-163 (Capítulo 4.4.1)

# 7 ÍNDICE DE CONTENIDOS DE LA LEY 11/2018

Información solicitada por la Ley 11/2018	Materialidad	Página donde se da respuesta	Estándar GRI de referencia
INFORMACIÓN GENERAL			
Una breve descripción del modelo de negocio que incluye su entorno empresarial, su organización y estructura	Material	10-14; 19-20; 28-29; 33-40; 51-76	GRI 102-2; GRI 102-7
Mercados en los que opera	Material	57-63	GRI 102-3; GRI 102-4; GRI 102-6
Objetivos y estrategias de la organización	Material	19-20; 28-29	GRI 103-2; GRI 102-14
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	Material	6-7; 10	GRI 102-15
Marco de reporting utilizado	Material	189	GRI 102-54
CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	Material	174-177	GRI 102-15; GRI 103-2
Información general detallada			
Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	Material	176-178	GRI 102-15
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	Material	47-48; 176-177	GRI 103-2
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	Material	33, 174-177	GRI 103-2
Aplicación del principio de precaución	Material	174-176	GRI 102-11
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	Material	176-177	GRI 103-2



Contaminación			
Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	Material	172-178	GRI 103-2
Economía circular y prevención y gestión de residuos			
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	Material	179-181	GRI 103-2; 306-3 (2020); GRI 306-4 (2020); 306-5 (2020)
Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	Material	180	GRI 103-2
Uso sostenible de los recursos			
Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	Material	182-183	GRI 303-3 (2018); GRI 303-3 (2018); GRI 303-5 (2018)
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	Material	183	GRI 103-2; GRI 301-1
Consumo, directo e indirecto, de energía	Material	182-183	GRI 302-1
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	Material	184-185	GRI 103-2
Uso de energías renovables	Material	183-185	GRI 302-1
Cambio climático			
Emisiones de gases de efecto invernadero generadas como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	Material	186	GRI 305-1; GRI 305-2
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	Material	184-185	GRI 103-2
Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin	Material	17, 182	GRI 103-2; GRI 305-5
Protección de la biodiversidad			
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	Material	187	GRI 103-2
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	Material	187	GRI 103-2; GRI 304-1

CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	Material	98-101; 120-121; 130-135	GRI 102-15; GRI 103-2
Empleo			
Número total y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional	Material	103-107	GRI 405-1 en lo que respecta a empleados por categoría, sexo y edad
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo y promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	Material	108-114	GRI 102-8 (2016) en lo que respecta a empleados por contrato laboral y tipo, por sexo
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	Material	115	GRI 103-2
Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	Material	116-118	GRI 103-2
Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	Material	119	GRI 103-2; GRI 405-2
Remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	Material	118	GRI 103-2
Implantación de políticas de desconexión laboral	Material	135	GRI 103-2
Número de empleados con discapacidad	Material	136-137	GRI 405-1
Empleo Organización del trabajo			
Organización del tiempo de trabajo	Material	139	GRI 103-2
Número de horas de absentismo	Material	122	GRI 103-2
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	Material	139	GRI 103-2
Salud y seguridad			
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	Material	16; 120-121	GRI 103-2; GRI 403-1 (2018); GRI 403-7 (2018)
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo	Material	122	GRI 403-2 (2018); GRI 403-9 (2018); GRI 403-10 (2018)

Relaciones sociales			
Organización del diálogo social incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	Material	139	GRI 103-2
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	Material	138	GRI 102-41
Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	Material	139	GRI 103-2
Formación			
Políticas implementadas en el campo de la formación	Material	126-127	GRI 404-2
Cantidad total de horas de formación por categoría profesional	Material	128-129	GRI 404-1 (horas de formación por categoría profesional)
Accesibilidad universal			
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	Material	136-137	GRI 103-2
Igualdad			
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	Material	135	GRI 103-2
Planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	Material	135	GRI 103-2
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	Material	43; 138-139	GRI 103-2
RESPECTO DE LOS DERECHOS HUMANOS			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	Material	45	GRI 102-15; GRI 103-2
Aplicación de procedimientos de diligencia debida			
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos y prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	Material	43, 45	GRI 102-16; GRI 102-17
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	Material	45	GRI 103-2; GRI 406-1

Medidas implementadas para la promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil	Material	45	GRI 103-2
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	Material	43	GRI 102-15; GRI 103-2
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	Material	43	GRI 102-16; GRI 102-17; GRI 103-2; GRI 205-3
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	Material	43	GRI 102-16; GRI 102-17; GRI 103-2
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	Material	156	GRI 102-13; GRI 201-1
INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	Material	156-171	GRI 103-2; GRI 102-15
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible			
El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	Material	156-171	GRI 103-2
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	Material	6-13	GRI 103-2
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	Material	27-31; 156-163	GRI 102-43
Las acciones de asociación o patrocinio	Material	51	GRI 103-2



Subcontratación y proveedores			
Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	Material	144-145	GRI 103-2
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	Material	146	GRI 102-9
Sistemas de supervisión y auditorias y resultados de las mismas	Material	146	GRI 102-9
Consumidores			
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	Material	47-49	GRI 103-2; GRI 416-1
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	Material	150-151	GRI 103-2
Informaciones fiscales			
Los beneficios obtenidos país por país	Material	33	GRI 103-2; GRI 207-4
Los impuestos sobre beneficios pagados	Material	33	GRI 103-2
Las subvenciones públicas recibidas	Material	33	GRI 201-4

8

# VERIFICA- CIÓN EXTERNA

## **FORMULACIÓN DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD E INFORMACIÓN NO FINANCIERA DEL EJERCICIO 2021**

Esta Memoria de Sostenibilidad e Información no financiera 2021, contiene el Estado de información no financiera consolidado (EINF) que fue formulado y aprobado por el Consejo de Administración de Corporación Hijos de Rivera S.L. en fecha 31 de

marzo 2022. El EINF contenido en la Memoria ha sido verificado por KPMG ASESORES con fecha 27 de abril 2022, según consta en el siguiente INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE.



## **Informe de Verificación Independiente del Estado de Información no Financiera Consolidado de Corporación Hijos de Rivera S.L. y sociedades dependientes del ejercicio 2021**

A los Socios de Corporación Hijos de Rivera S.L.:

De acuerdo con el artículo 49 del Código de Comercio, hemos realizado la verificación, con un alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera Consolidado (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021, de Corporación Hijos de Rivera S.L. (en adelante, la Sociedad dominante) y sus sociedades dependientes (en adelante el Grupo) que forma parte que forma parte del Informe de Gestión consolidado de 2021 del Grupo.

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en la tabla "Índice de contenidos de la Ley 11/2018" incluida en el EINF adjunto.

### **Responsabilidad de los Administradores**

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión consolidado del Grupo, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards* de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados de acuerdo con lo mencionado para cada materia en la tabla "Índice de contenidos de la ley 11/2018" que figura en citado EINF.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de la Sociedad dominante son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

### **Nuestra independencia y control de calidad**

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluyendo las normas internacionales de independencia) emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional, diligencia, confidencialidad y profesionalidad.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICCC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información No Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

### **Nuestra responsabilidad**

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría y de la Revisión de Información Financiera Histórica" (ISAE 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de aseguramiento limitado los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de aseguramiento razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades y áreas responsables de la Sociedad dominante que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de la Sociedad dominante para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 en función del análisis de materialidad realizado por la Sociedad dominante y descrito en el apartado "Estudio de materialidad: centrados en lo importante", considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2021.
- Revisión de la información relativa con los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación con los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2021.





- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

### Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido, no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF de Corporación Hijos de Rivera S.L. y sociedades dependientes correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021, no haya sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados y de acuerdo con lo mencionado para cada materia en la tabla "Índice de contenidos de la ley 11/2018" del citado EINF.

### Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

KPMG Asesores, S.L.

Patricia Reverter Guillot

27 de abril de 2022





**CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA, S.L.**  
Y SOCIEDADES DEPENDIENTES