



**MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD E  
INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2023**

CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA S.L.



1906

**COMPROMETIDOS  
COMO SIEMPRE,**

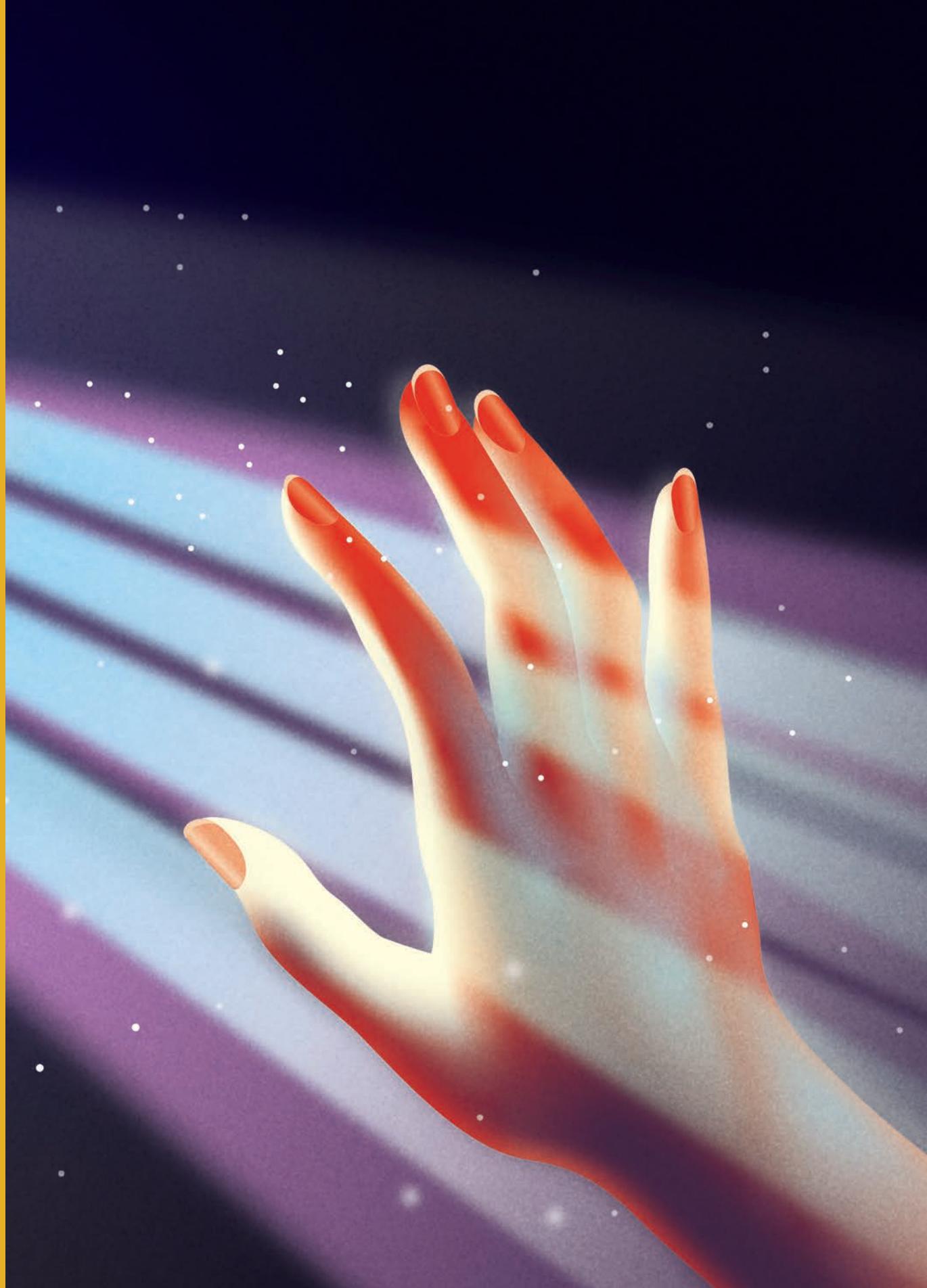
**INCONFORMISTAS  
COMO NUNCA**

PRESENTACIÓN

1.

**1.1. CARTA DEL PRESIDENTE**

**1.2 SOMOS B CORP: DIÁLOGO ENTRE IGNACIO  
RIVERA Y BELÉN VILORIA**



## 1.1. CARTA DEL PRESIDENTE



a todas y a todos,

Es para mí un placer presentar un nuevo año nuestra Memoria de Sostenibilidad y Estado de Información No Financiera 2023, en el que compartimos los principales logros y retos a los que Corporación Hijos de Rivera se ha enfrentado este año.

Un año donde la realidad geopolítica, económica y social en la que vivimos, nos ha planteado grandes desafíos como sociedad y como empresa: responder a la emergencia climática, avanzar hacia una economía más circular o proponer soluciones a las crecientes desigualdades sociales, son solo algunos de los retos decisivos a nivel global.

Desde nuestra posición, hemos continuado trabajando en este contexto con nuestro propósito como guía, Ser la Big Craft más amada, luchando contra la estandarización e impactando positivamente en nuestro entorno local, en la sociedad y en el planeta.

Este propósito, unido a nuestros compromisos y valores, son el motor que en 2023 nos ha impulsado a alcanzar por primera vez los 500 millones de litros de cerveza producida en nuestra planta de A Coruña, un récord para la Corporación que nos permite seguir creando empleo, con más de 1.800 profesionales en plantilla y superando los 800 millones de euros consolidados de importe neto de cifra de negocio.

Seguimos trabajando para crear el mundo en el que creemos y que queremos, entendiendo el impacto positivo como un

vector transversal y fundamental en nuestra estrategia. El 2023 ha sido un año en el que hemos logrado grandes hitos en este ámbito, entre los que destacan la presentación de la primera botella de agua 100% compostable, biodegradable y de origen vegetal de España. Además, nuestra gestión del talento ha sido reconocida por Top Employer, motivándonos a continuar impulsando el cuidado y desarrollo de las personas que trabajan en la Corporación.

Un año más mantenemos nuestra adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y a sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Para alcanzar este fin, alineamos nuestras operaciones con los diez principios del Pacto Mundial, así como con los ODS a lo largo de nuestra cadena de valor.

Estamos convencidos que no podemos cambiar el mundo solos. Para conseguirlo, nos apoyamos en el orgullo de nuestro origen, en nuestros equipos comprometidos, en nuestros aliados responsables; y ahora también en el movimiento B Corp, una comunidad de la que nos enorgullece formar parte. Este hito no sólo es fruto del compromiso de nuestra compañía con la generación de impacto positivo sino del irrenunciable espíritu inconformista de todas y cada una nuestras personas y de nuestros aliados.

Sabemos que no somos perfectos, pero nos comprometemos a levantarnos cada mañana con la firme intención de hacerlo mejor cada día.



## 1.2 SOMOS B CORP: DIÁLOGO ENTRE IGNACIO RIVERA Y BELÉN VILORIA

Con motivo de nuestra incorporación al movimiento B Corp, Ignacio Rivera, Presidente Ejecutivo de la Corporación y Belén Viloría, Directora ejecutiva del movimiento B Corp en España, dialogan sobre qué significa este gran hito para la Corporación.

### ¿QUÉ ES Y QUÉ REPRESENTA SER B CORP?



**Belén Viloría,  
Directora  
ejecutiva del  
movimiento B  
Corp en España**

B Corp es un movimiento, que surge en 2006 y llega a España en 2015, que utiliza

la fuerza de las empresas para cambiar el mundo. La intención es que las empresas, como motor de riqueza del mundo, utilicen su fuerza y tengan en cuenta su impacto para hablar, ya no de un impacto neutro, sino de impacto positivo.

En cierto modo, aunque en Corporación Hijos de Rivera acabéis de lograr la certificación, ya estabais

**COMO EMPRESA FAMILIAR CON MÁS DE 100 AÑOS HABÉIS SIDO CONSCIENTES DE LOS DESAFÍOS DE LA HUMANIDAD, DE ESA RESPONSABILIDAD Y DE COMPROMISO.**

contribuyendo a este objetivo de crear valor social, ambiental y económico para todos vuestros grupos de interés.

En el mundo, forman parte del movimiento más de 8.000 empresas de más de 95 países, en 162 industrias, de todos los tamaños. Como muestra vuestra certificación, la dificultad para lograr formar parte del movimiento no depende de la dimensión, sino de la propia naturaleza de la empresa y de las personas que la conforman. Ser B Corp implica haberse sometido a un largo y riguroso proceso de evaluación que obliga a revisar decisiones, políticas y alianzas, y a poner esa información a disposición de toda la sociedad. Un proceso de observación y transformación constante, basado en la mejora continua.

El motor del movimiento, como tal, son esas empresas que provocan el cambio junto a otros agentes ciudadanía, organismos públicos, mundo académico y, en definitiva, la sociedad.

### **¿POR QUÉ DECIDE HIJOS DE RIVERA, UNA EMPRESA FAMILIAR CON MÁS DE 100 AÑOS DE HISTORIA, EMPRENDER EL CAMINO A SER B CORP?**

**Ignacio Rivera, Presidente Ejecutivo de la Corporación Hijos de Rivera**

Nosotros abrazamos este movimiento de forma natural: somos inconformistas desde 1906 y compartimos



**BELÉN VILORIA, DIRECTORA EJECUTIVA  
MOVIMIENTO B CORP**

con B Corp el compromiso con el impacto positivo y con la mejora continua. No somos perfectos, pero nos comprometemos a levantarnos cada día con la intención de hacerlo mejor. Cuando empezamos a analizar qué nos importaba –el origen, el lúpulo; nuestras personas, la despoblación rural; nuestros aliados, colaboradores y partners– vimos que este compromiso era una evolución de nuestra forma de hacer y de ser. Mejorando de aquí en adelante donde sea posible, para continuar generando un impacto positivo en nuestro entorno y en las personas. Además, apostamos por la innovación y la tecnología para mejorar nuestros procesos, nuestros objetivos de impacto y nuestra apuesta por la concienciación en el compromiso con la mejora continua.

Ser B Corp nos ayuda a racionalizar lo que ya estamos haciendo para mejorar ese impacto. En este sentido, en 2023 hemos alcanzado grandes logros como el No Pack de Estrella Galicia y 1906, la botella de PLA de Cabreiroá, el proyecto de Cervecerías Circulares, el festival 0 emisiones SON Estrella Galicia Posidonia. Es un éxito de todos.

**HIJOS DE RIVERA ES LA EMPRESA CERVECERA QUE MÁS HA AUMENTADO SU FACTURACIÓN EN LOS ÚLTIMOS AÑOS EN ESPAÑA. ¿CÓMO PUEDE B CORP AYUDAROS A EQUILIBRAR EL IMPACTO POSITIVO CON EL CRECIMIENTO ECONÓMICO?**

## **B CORP NOS AYUDA A ALIMENTAR NUESTRO SUEÑO DE LUCHAR CONTRA LA ESTANDARIZACIÓN DE LA CERVEZA**





**IGNACIO RIVERA,  
PRESIDENTE EJECUTIVO DE  
CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA**

### [Ignacio Rivera]

Por nuestra naturaleza artesana e inconformista, hemos balanceado el impacto positivo y la rentabilidad desde nuestros orígenes. Nuestro propósito empresarial *Ser la Big Craft más amada luchando contra la estandarización* ya nos dirigía, antes de ser B Corp, a trabajar cada día por cuidar las personas y nuestro entorno. Ahora, el impacto positivo forma parte de nuestros estatutos, aprobados en la Junta General

de Accionistas, por lo que, de forma oficial, son la hoja de ruta que nos indica cómo incorporar la sostenibilidad de manera integral en la toma de decisiones y así

potenciar nuestra creación de valor. Ser B Corp nos aporta **credibilidad, confianza y valor** en nuestra compañía, y esto necesariamente se traduce en un **crecimiento económico**. Si haces bien las cosas, el beneficio viene sólo.



### [Belén Viloría]

Así es. Además, cifras de estudios actuales revelan que

los consumidores, en más de un 90%, a igualdad de precio, no dudarían en comprar productos que realmente están transmitiendo que son sostenibles y el 75% de los consumidores estarían dispuestos a pagar un sobreprecio de un 15%, algo impensable hace 20 años.

Además de este encuentro, hemos querido que las propias personas que forman parte de la Corporación se sientan parte del movimiento B Corp. Para ello, difundimos nuestro manifiesto B Corp en el que consolidamos nuestra intención de ser cada día mejores en lo que hacemos: pensando en cómo cuidar el producto, pero también en cómo cuidar a nuestra gente, el lugar donde nacimos y el planeta donde vivimos.

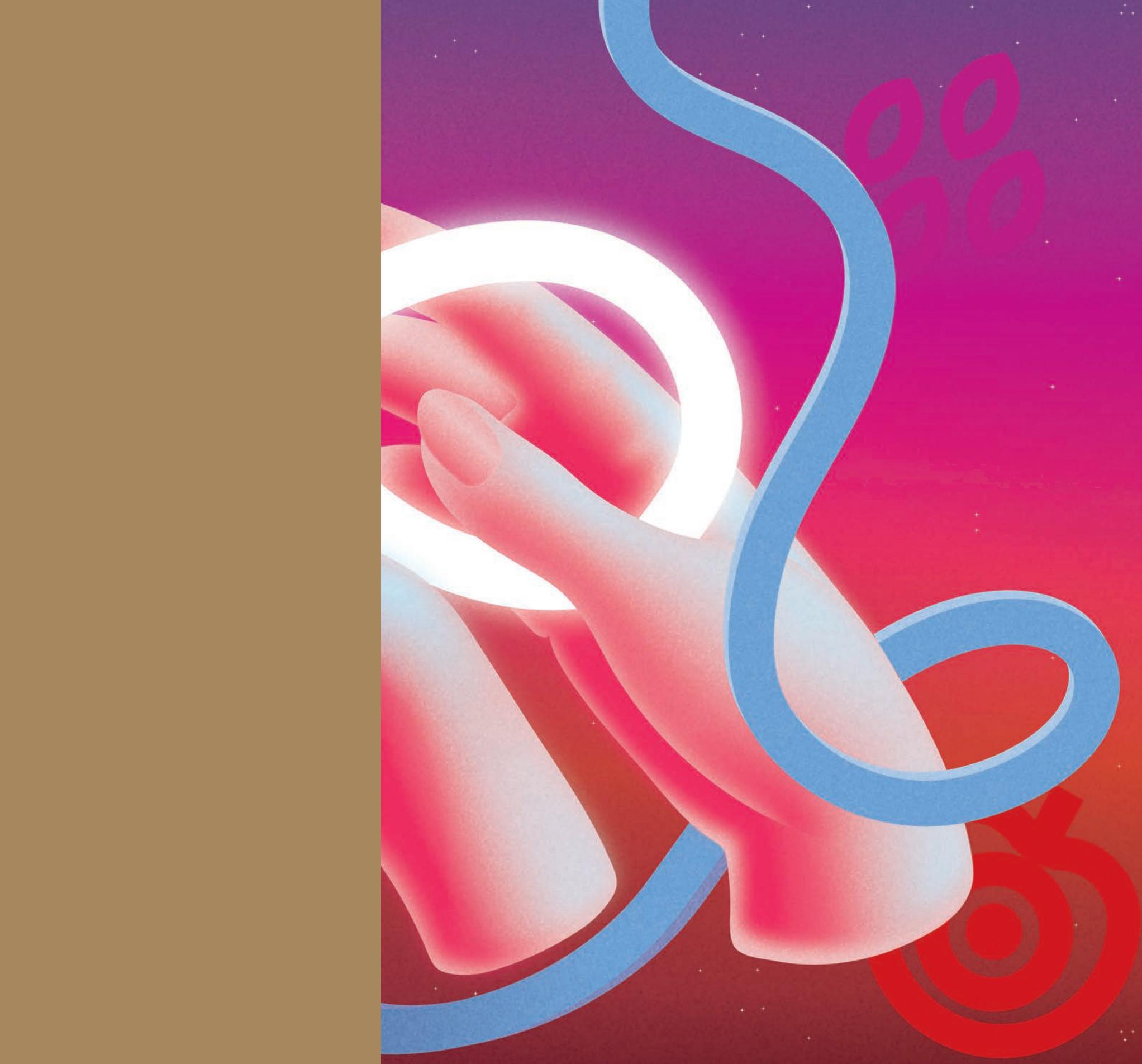
---

# DESCUBRE NUESTRO MANIFIESTO B CORP

<https://www.youtube.com/watch?v=KioZqSXsB-Q>





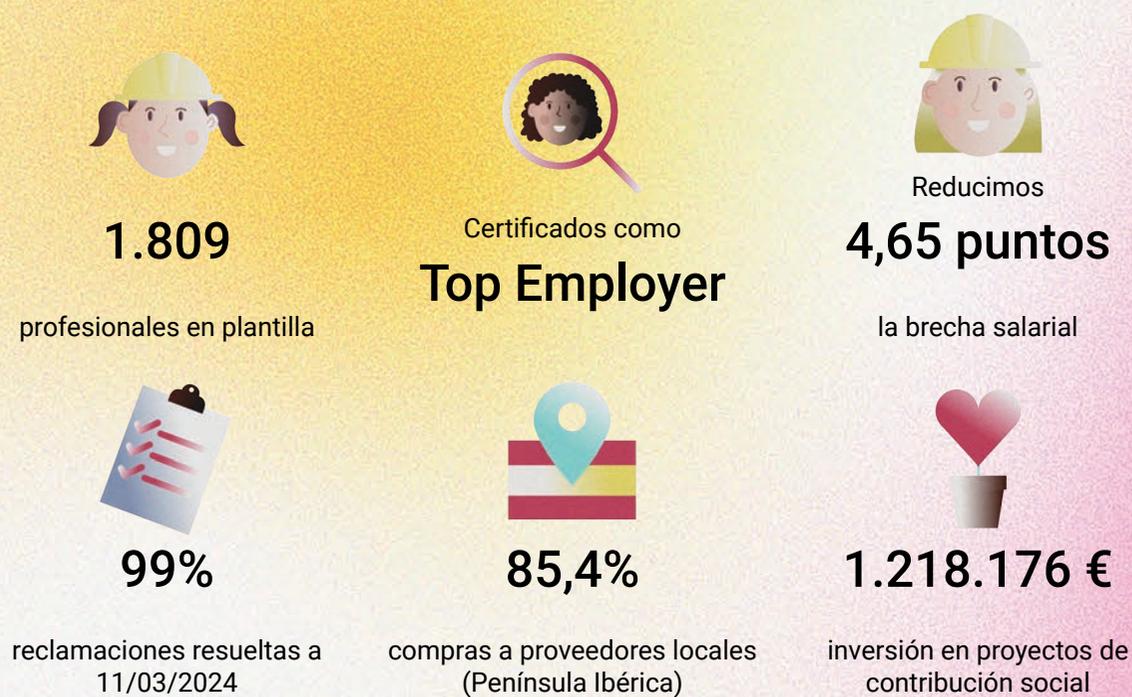


# Nuestro impacto positivo

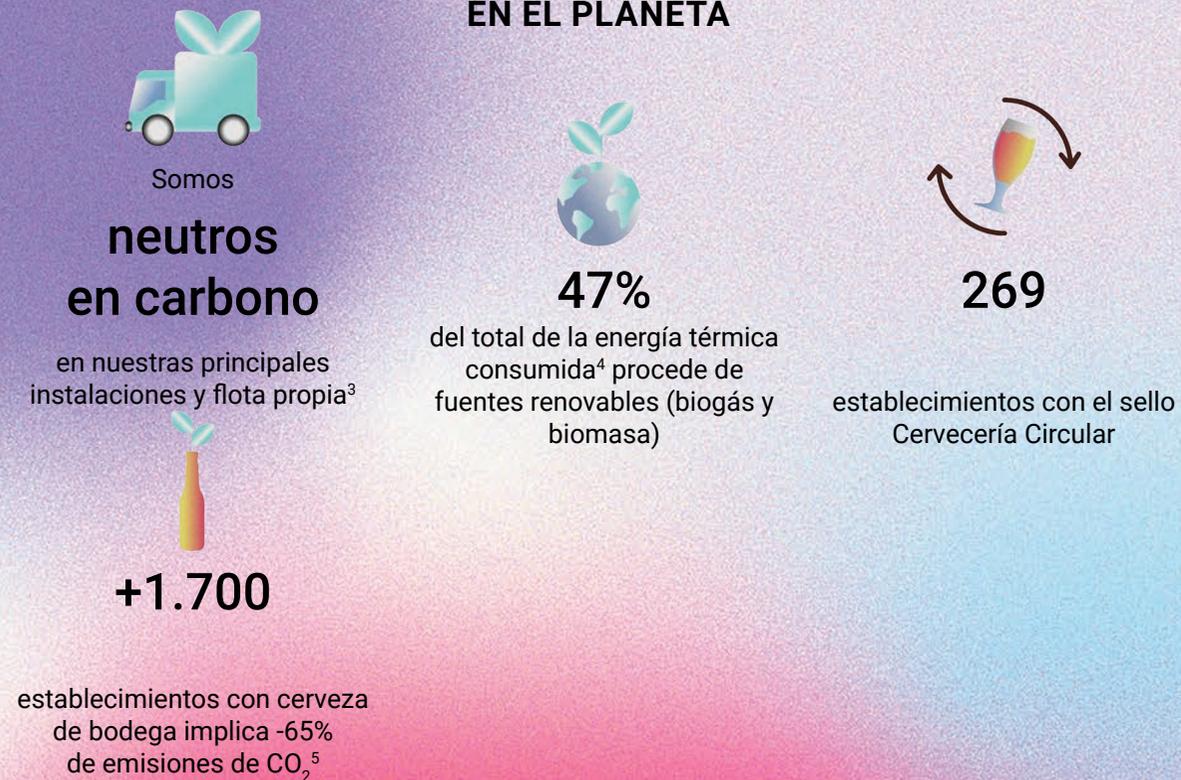
## EN LA ECONOMÍA



## EN LAS PERSONAS



## EN EL PLANETA



1 Cifra 2022. Suma de los salarios de los empleados, beneficios para las empresas locales e impuestos para el Estado, comparable al PIB.

2 Cifra 2022. Personas que trabajan a lo largo de la cadena de valor, cuyos empleos son apoyados por la Corporación, comparable al empleo nacional.

3 En emisiones de alcance 1 y 2. Límite Organizacional: 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.

4 Cifra correspondiente a la fábrica de cerveza.

5 En comparación con la misma cerveza de una botella no retornable.



3.

**SOMOS...  
INCONFORMISTAS  
POR NATURALEZA**

**3.1. HITOS 2023 3.2. TRADICIÓN ARTESANA  
CON PRESENCIA GLOBAL 3.3. VISIÓN  
ESTRATÉGICA 3.4. PRINCIPALES MAGNITUDES  
3.5. DOBLE MATERIALIDAD: CONSCIENTES  
DE NUESTRO ENTORNO 3.6. CONEXIÓN CON  
NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS**



# BIG CRAFT

En 1906, nuestro fundador, José María Rivera Corral, soñó con una cerveza única, auténtica y especial, con firmes raíces en su tierra gallega. Desde entonces, hemos evolucionado fieles a nosotros mismos, dando forma a este sueño hasta convertirnos en la Corporación cervecera familiar que somos en la actualidad.

## **SOMOS BIG CRAFT**

Somos la resistencia: sin caer en fórmulas estandarizadas, sin rendirnos ante el cortoplacismo. Somos diferentes y queremos seguir siéndolo. Trabajamos desde nuestro origen, mirando hacia el futuro.

## **SOMOS FAMILIARES E INDEPENDIENTES**

El espíritu familiar e independiente de la Corporación ha persistido y crecido junto a nuestra oferta y diversificación: cervezas, aguas, vinos, sidras, licores, zumos, combinados y desde 2023, también, kombucha.

## **SOMOS INCONFORMISTAS POR NATURALEZA**

No podemos cambiar el mundo solos. Para conseguirlo, nos apoyamos en el orgullo de nuestro origen, las personas trascendentes, los aliados responsables, el planeta resistente y la gobernanza.

## **SOMOS DIFERENTES**

La creatividad y la innovación nos definen. Nuestra forma de hacer nos diferencia en cada proyecto abordado porque tenemos muy claro dónde queremos llegar y cómo queremos hacerlo. Contamos con un ecosistema de culturas que conviven, se retroalimentan, refuerzan y, sobre todo, son base de nuestros valores compartidos como organización: integridad, respeto, responsabilidad, sostenibilidad y comportamiento ético.

## 3.1 HITOS 2023



**ALCANZAMOS POR PRIMERA VEZ LOS 500 MILLONES DE LITROS DE CERVEZA PRODUCIDA EN NUESTRA PLANTA DE A CORUÑA, UN RÉCORD PARA LA CORPORACIÓN. LOGRAMOS LOS 100 MILLONES DE LITROS EN NUESTRO 100º ANIVERSARIO Y EN SOLO 13 AÑOS HEMOS MULTIPLICADO ESA CIFRA POR CINCO. ESTO NOS PERMITE SEGUIR CREANDO EMPLEO, CON MÁS DE 1.800 PERSONAS EN LA CORPORACIÓN.**



**NOS CERTIFICAMOS COMO EMPRESA B CORP, REAFIRMANDO NUESTROS ALTOS ESTÁNDARES DE IMPACTO POSITIVO.**



**SOMOS NEUTRALES EN EMISIONES DE CARBONO EN NUESTRAS PRINCIPALES INSTALACIONES Y FLOTA PROPIA.**



**REDUCIMOS LA BRECHA SALARIAL DE LA CORPORACIÓN Y SEGUIMOS ESFORZÁNDONOS PARA GARANTIZAR LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN EL EQUIPO.**



**CELEBRACIÓN DE LA PRIMERA EDICIÓN DEL FORO RURAL SUSTENTABLE, EN LA QUE PERSONAS EXPERTAS DEL MUNDO DE LA INVESTIGACIÓN, LA EMPRESA Y SOCIEDAD CIVIL PROMOVIERON PROPUESTAS PARA LA SOSTENIBILIDAD DEL ENTORNO RURAL.**



**CONTINUAMOS AVANZANDO EN LAS OBRAS DE CONSTRUCCIÓN DE LA NUEVA FÁBRICA DE CERVEZA EN EL POLÍGONO DE MORÁS (ARTEIXO), CON UNA INVERSIÓN DE MÁS DE 265 MILLONES DE EUROS.**



**RENOVAMOS LA CERTIFICACIÓN TOP EMPLOYER QUE AVALA NUESTRA GESTIÓN DEL TALENTO.**



**PRESENTACIÓN DE LA PRIMERA BOTELLA DE AGUA 100% COMPOSTABLE, BIODEGRADABLE Y DE ORIGEN VEGETAL DE ESPAÑA.**



**PRIMER ANIVERSARIO DE BIGCRAFTERS.COM.**



**SUPERAMOS LOS 800 MILLONES DE EUROS CONSOLIDADOS DE IMPORTE NETO DE CIFRA DE NEGOCIO.**



**ADQUIRIMOS:**

**F DE FORMENTERA, GINEBRA ELABORADA EN LA ISLA DE FORMENTERA.**

**NUEVA LÍNEA DE NEGOCIO: LA KOMBUCHA DE SOUL K.**

**GRUPO GRANDES PAGOS GALLEGOS DE VITICULTURA TRADICIONAL.**



**NUEVO VEHÍCULO DE INVERSIÓN EN STARTUPS QUE IMPULSEN EL LIDERAZGO DEL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS, PROCESOS Y SERVICIOS QUE RESPONDAN A LOS RETOS DE NEGOCIO ACTUAL Y FUTURO.**



**LOGRAMOS LA CERTIFICACIÓN ISO 14001:2015 DE NUESTRA PLANTA DE AGUA DE CUEVAS**

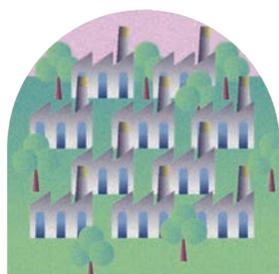


**RECONOCIMIENTO DE LA ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE EMPRESAS MEDIOAMBIENTALES DE GALICIA (APROEMA) LA EXCELENCIA AMBIENTAL, QUE DESTACA EL COMPROMISO DE LA CORPORACIÓN CON LA GESTIÓN AMBIENTAL.**

## 3.2. TRADICIÓN ARTESANA CON PRESENCIA GLOBAL

La fórmula de nuestro éxito está compuesta por altas dosis de tradición artesanal y un ADN creativo e innovador, potenciados con constancia. Tres ingredientes poco comunes en un mundo cada vez más estandarizado, que nos permiten ofrecer un valor diferencial a lo largo de toda nuestra cadena de valor.

Orgullosos de nuestros orígenes, hemos expandido el negocio más allá de nuestras fronteras, de acuerdo con nuestra naturaleza independiente e inconformista.



**10**

**CENTROS DE PRODUCCIÓN**



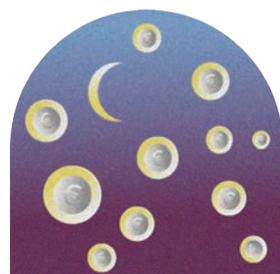
**1.707**

**CENTROS DE BODEGA**



**19**

**ALMACENES**



**29**

**OFICINAS DE VENTAS**

Además, para llegar a todos los clientes y usuarios de forma rápida y eficaz, disponemos de 29 áreas comerciales, 23 centros logísticos en España y Portugal y 19 almacenes.

### FÁBRICA DE CERVEZA

**UBICACIÓN**  
Polígono Industrial A Grela (A Coruña)

**SUPERFICIE**  
76.000 m<sup>2</sup>

**PRODUCCIÓN 2023**  
503,7 millones de litros

**CAPACIDAD PRODUCTIVA 2023**  
503,7 millones de litros

### CABREIROÁ

**UBICACIÓN**  
Verín (Ourense)

**SUPERFICIE**  
210.418 m<sup>2</sup>

**PRODUCCIÓN 2023**  
122,7 millones de litros

**CAUDAL CABREIROÁ**  
3,5 litros/segundo

**CAUDAL MAGMA DE CABREIROÁ**  
13,8 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**  
340.000 m<sup>2</sup>

**PRODUCCIÓN 2023**  
400.000 litros

**CAPACIDAD PRODUCTIVA 2023**  
750.000 litros

### FONTAREL

**UBICACIÓN**  
Loja (Granada)

**SUPERFICIE**  
5 hectáreas

**PRODUCCIÓN 2023**  
48,5 millones de litros

**CAUDAL**  
10 litros/segundo

### AGUA DE CUEVAS

**UBICACIÓN**  
Felechosa (Asturias)

**SUPERFICIE**  
6.500 m<sup>2</sup>

**PRODUCCIÓN 2023**  
58,4 millones de litros CAUDAL: 3,5 litros /segundo

### CUSTOMDRINKS

**UBICACIÓN**  
Chantada (Lugo)

**SUPERFICIE**  
350.000 m<sup>2</sup>

**PRODUCCIÓN 2023**  
4,5 millones de litros

**CAPACIDAD PRODUCTIVA 2023**  
12 millones de litros

### QUINTA DO COUSELO

**UBICACIÓN**  
O Rosal (Pontevedra)

**SUPERFICIE**  
80.000 m<sup>2</sup>

**PRODUCCIÓN 2023**  
150.000 litros

**CAPACIDAD PRODUCTIVA 2023**  
200.000 litros

### FRAGAS DO LECER

**UBICACIÓN**  
Monterrei (Ourense)

**SUPERFICIE**  
280.000 m<sup>2</sup>

**PRODUCCIÓN 2023**  
90.000 litros

**CAPACIDAD PRODUCTIVA 2023**  
100.000 litros

### PAZO CASANOVA

**UBICACIÓN**  
Ourense (Ourense)

**SUPERFICIE**  
200.000 m<sup>2</sup>

**PRODUCCIÓN 2023**  
80.000 litros

**CAPACIDAD PRODUCTIVA 2023**  
100.000 litros

### F DE FORMENTERA

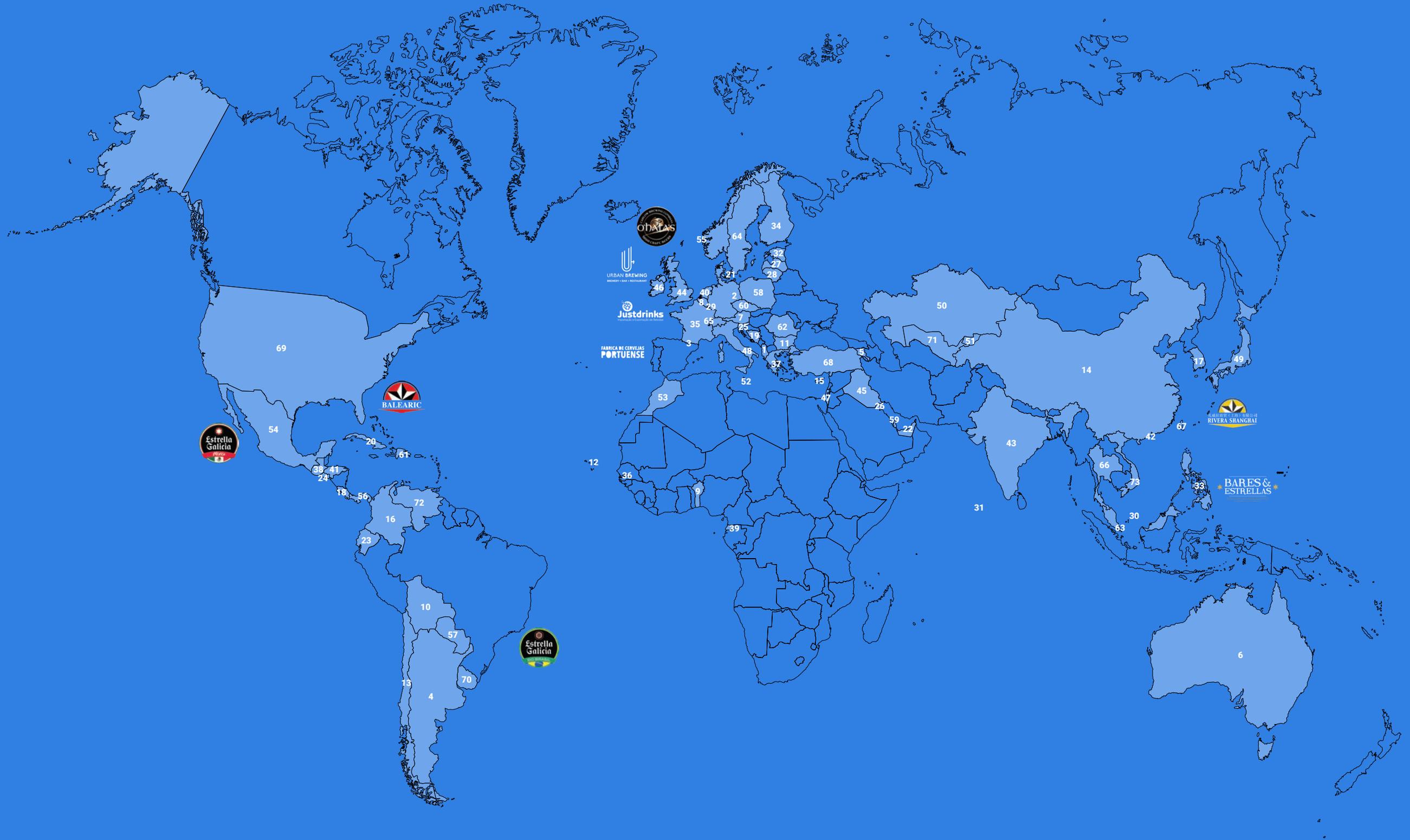
**UBICACIÓN**  
Formentera (Islas Baleares)

**SUPERFICIE**  
16.691 m<sup>2</sup> (parcela rústica); 92,96 m<sup>2</sup> dedicados a la actividad

**PRODUCCIÓN 2023**  
19.000 litros

**CAPACIDAD PRODUCTIVA 2023**  
25.000 litros

Amamos lo que hacemos y queremos compartirlo con el mundo. Hemos compartido nuestro espíritu artesano a lo largo de los cinco continentes. En la actualidad contamos con filiales en todo el mundo y exportamos nuestros productos a 73 países:



# UNA INVERSIÓN DE +265 MILLONES DE EUROS PARA CONSTRUIR UNA DE LAS FÁBRICAS MÁS PUNTERAS Y SOSTENIBLES DEL MUNDO

- |    |               |    |              |    |            |
|----|---------------|----|--------------|----|------------|
| 1  | ALBANIA       | 27 | LETONIA      | 52 | MALTA      |
| 2  | ALEMANIA      | 28 | LITUANIA     | 53 | MARRUECOS  |
| 3  | ANDORRA       | 29 | LUXEMBURGO   | 54 | MEXICO     |
| 4  | ARGENTINA     | 30 | MALAYSIA     | 55 | NORUEGA    |
| 5  | ARMENIA       | 31 | MALDIVAS     | 56 | PANAMA     |
| 6  | AUSTRALIA     | 32 | ESTONIA      | 57 | PARAGUAY   |
| 7  | AUSTRIA       | 33 | FILIPINAS    | 58 | POLONIA    |
| 8  | BELGICA       | 34 | FINLANDIA    | 59 | QATAR      |
| 9  | BENIN         | 35 | FRANCIA      | 60 | REPUBLICA  |
| 10 | BOLIVIA       | 36 | GAMBIA       |    | CHECA      |
| 11 | BULGARIA      | 37 | GRECIA       | 61 | REPUBLICA  |
| 12 | CABO VERDE    | 38 | GUATEMALA    |    | DOMINICANA |
| 13 | CHILE         | 39 | GUINEA       | 62 | RUMANIA    |
| 14 | CHINA         |    | ECUATORIAL   | 63 | SINGAPUR   |
| 15 | CHIPRE        | 40 | HOLANDA      | 64 | SUECIA     |
| 16 | COLOMBIA      | 41 | HONDURAS     | 65 | SUIZA      |
| 17 | COREA DEL SUR | 42 | HONGKONG     | 66 | TAILANDIA  |
| 18 | COSTA RICA    | 43 | INDIA        | 67 | TAIWAN     |
| 19 | CROACIA       | 44 | INGLATERRA   | 68 | TURQUIA    |
| 20 | CUBA          | 45 | IRAK         | 69 | U.S.A.     |
| 21 | DINAMARCA     | 46 | IRLANDA      | 70 | URUGUAY    |
| 22 | EAU           | 47 | ISRAEL       | 71 | UZBEKISTÁN |
| 23 | ECUADOR       | 48 | ITALIA       | 72 | VENEZUELA  |
| 24 | EL SALVADOR   | 49 | JAPON        | 73 | VIETNAM    |
| 25 | ESLOVENIA     | 50 | KAZAJISTÁN   |    |            |
| 26 | KUWAIT        | 51 | KIRGUIZISTÁN |    |            |



# SER LA CERVEZA MÁS AMADA, NO LA MÁS VENDIDA. LUCHAR CONTRA LA ESTANDARIZACIÓN. CULTURA BIG CRAFT

## 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.** (Shanghai, China)

**Bares & Estrellas – Wine & Food Services Corporation** (Mandaluyong City, Filipinas)

**Cervezas Estrella Galicia México, S. de R.L., de C.V.** (México DF, México)

## MÁS ESTRELLA GALICIA

Actualmente hay, en el **polígono de Morás**, una nueva **fábrica de Estrella Galicia** en proceso de construcción. Este centro, con el que contaremos en 2024, podría alcanzar una capacidad anual de 110 millones de litros de cerveza y crear, alrededor de 100 puestos de trabajo directos.

## 3.3. VISIÓN ESTRATÉGICA

A través de nuestros negocios —producción, comercialización y distribución de bebidas—, aspiramos a generar un impacto positivo en todos los ámbitos y mercados, nacionales e internacionales, en los que desarrollamos nuestra labor. Además, la innovación y digitalización nos ayudan a proporcionar un valor añadido tanto en la elaboración y diseño de nuestros productos como en la relación que establecemos con nuestros grupos de interés y el entorno.

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.

## PLAN ESTRATÉGICO 2022-2024

Para impulsar nuestro modelo de negocio contamos con el Plan Estratégico 2022–2024, que nos guía para seguir cumpliendo nuestro propósito: Ser la Big Craft más amada, luchando contra la estandarización e impactando positivamente en nuestro entorno local, en la sociedad y en el planeta.

En este plan vertebramos nuestra estrategia a través de cinco pilares:

- 1. DIFERENCIACIÓN E INNOVACIÓN.** Nos apoyamos en la innovación como palanca para desmarcarnos de la competencia.
- 2. AGILIDAD & COHESIÓN.** Potenciamos la inteligencia colaborativa para ganar agilidad, sinergias y cohesión.
- 3. INTERNACIONALIZACIÓN.** Diversificamos nuestras ventas globalmente.
- 4. IMPACTO POSITIVO.** Trabajamos por ejercer un impacto positivo 360º en nuestro entorno: planeta, origen, personas, aliados, gobernanza.
- 5. DIGITALIZACIÓN** como apuesta por la tracción en los negocios.



## UNA ESTRUCTURA SÓLIDA

Este Plan Estratégico comprende a todas las compañías pertenecientes a Corporación Hijos de Rivera. En la actualidad, contamos con un total de 41 empresas, todas ellas con un denominador común: 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.

## Entidades pertenecientes a Corporación Hijos de Rivera

CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA, S.L.		
<b>HIJOS DE RIVERA, S.A.U.</b>	GRUPO MANANTIALES CON ORIGEN ÚNICO, S.L.U.	AGUAS DE CABREIROÁ, S.A.U. AGUAS DE CUEVAS, S.A.U. AGUAS EL PILAR, S.L.U. AGUAS ENVASADAS EN FORMATOS ESPECIALES, S.L.U.
Negocio cerveza		
Negocio agua		
Negocio sidra y bebidas funcionales	AUARA EMPRESA SOCIAL, S.L.	
Distribución	CERVINTER, S.L.U.	
	JUSTDRINKS, LDA.	
	CUSTOMDRINKS, S.L.U.	FORMENTERA MEDITERRANEAN SPIRITS, S.L.
<b>ESTRELLA DE GALICIA IMPORTAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE BEBIDAS E ALIMENTOS, LTDA.</b>		
Internacionalización		
<b>ESTRELLA GALICIA INTERNACIONAL, S.L.U.</b>	CERVEZAS ESTRELLA GALICIA MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.	
Internacionalización	BALEARIC BEVERAGE DISTRIBUTORS, INC.	
	RIVERA BUSINESS TRADE SHANGHAI CO., LTD.	
<b>CRAFT STARS OF THE WORLD, S.L.U.</b>	FABRICA DE CERVEJAS PORTUENSE PHRM TRPT, S.A.	
Craft, cerveza, cultura, marcas	CARLOW CRAFT BREWERY, LTD.	URBAN BREWING, LTD.
<b>MUNDO ESTRELLA GALICIA, S.L.U.</b>		
Craft, cerveza, cultura, marcas		
<b>MOVE ESTRELLA GALICIA DIGITAL, S.L.U.</b>	EDUCATION SERVICES VALHALLA, S.L.	
Innovación digital y modelos digitales		
DESYMO GESTIÓN Y DESARROLLO DE INMUEBLES, S.L.U.		
BARES AND ESTRELLAS WINE AND FOOD SERVICES CORPORATION		
GISTE CERVECERA, S.L.U.		
RIVERA EUROPE TRADING COMPANY, S.L.U.		
<b>HIJOS DE RIVERA INVERSIONES CORPORATIVAS, S.L.U.</b>	ACHIPÁMPANOS, S.L.	
Diversificación	COSECHA DE GALICIA, S.L.U.	BODEGA Y VIÑEDOS PAZO DE CASANOVA, S.L.U. QUINTA COUSELO, S.L.U. FRAGAS DO LECER, S.L.U. PAGOS DE MANDÍN, S.L.U.
	ADEGA PONTE DA BOGA, S.L.	TEMPO SACRO, S.L.
	BARES Y ESTRELLAS FOOD SERVICES, S.L.U.	WE SUSTAINABILITY, S.L.
<b>VOI CHR, S.A.U.</b>		
Innovación		

## 3.4. PRINCIPALES MAGNITUDES

En 2023, continuamos nuestro recorrido como Corporación cervecera familiar especializada en la producción, comercialización y distribución de bebidas. Un camino marcado por la búsqueda constante de la excelencia y el impacto positivo, con un fuerte arraigo en nuestro origen.

Como resultado, en el último año alcanzamos una cifra de negocio récord en la historia de la Corporación que nos permitirá seguir evolucionando en nuestra estrategia de negocio de cara a los próximos años.

NEGOCIO	2022	2023
Cifra de negocio (M€)	724,03	828,85
Inversiones en inmovilizado (M€)	152	165
Volumen de ventas (Millones de litros)	706	749
Saldo subvenciones de capital (M€)	3,5	2,0
Subvenciones de explotación (M€)	0,432	0,065
INFOMACIÓN FISCAL	2022	2023
Total beneficios consolidados antes de impuesto sobre Sociedades (M€)	112,75	144,67
España	123,86	145,34
Resto de países*	-11,11	-0,67
Impuesto sobre Sociedades pagado (M€)	29,75	34
España	29,7	33,68
Resto de países*	0,05	0,31
Impuesto sobre Sociedades corriente año en curso (M€)	27,97	39,70
España	27,72	39,49
Resto de países*	0,25	0,21

## 3.5. DOBLE MATERIALIDAD: CONSCIENTES DE NUESTRO ENTORNO

Nuestra experiencia nos dice que, para multiplicar nuestro impacto positivo, debemos conocer, analizar y gestionar los impactos que generamos en las personas y el planeta y cómo la sostenibilidad afecta al desarrollo de nuestro negocio.

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

Para ello, en 2023 hemos evolucionado nuestro estudio de materialidad hacia una visión de doble materialidad, adelantándonos a la nueva normativa europea y adquiriendo mayor conocimiento del entorno que nos rodea y las expectativas de nuestros grupos de interés.

### Visión de doble materialidad



Una vez identificados y priorizados, podemos incorporar estos impactos, riesgos y oportunidades al diseño de nuestra estrategia, para hacerles frente y monitorizarlos de forma proactiva.

### ESTUDIO DE MATERIALIDAD: PASO A PASO.

El estudio realizado en 2023 se ha llevado a cabo en 4 fases:

- 1. ANÁLISIS DE CONTEXTO**

Análisis del contexto interno actividades, modelo de negocio, estrategia y cadena de valor.

Análisis del contexto externo tendencias del sector y de sostenibilidad, marco regulatorio y expectativas de grupos de interés.
- 2. IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE IROS**

Identificación de impactos (desde la visión de materialidad de impacto), riesgos y oportunidades (materialidad financiera).

Evaluación de los IROS a través del análisis de información y entrevistas internas y externas, para definir temas materiales.
- 3. PRIORIZACIÓN TEMAS MATERIALES**

Consultas a los principales grupos de interés internos para determinar los temas materiales prioritarios.
- 4. MATRIZ Y REPORTE**

Consolidación de los resultados en una matriz de doble materialidad.

Reporte de los resultados en la Memoria de Sostenibilidad y EINF.

### 1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO DE CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA

En la primera fase del estudio de doble materialidad se ha analizado el contexto interno y externo de la organización. Para ello, se ha llevado a cabo un proceso exhaustivo de análisis de más de 50 fuentes de información corporativa y externa que ha permitido identificar los principales impactos, riesgos y oportunidades en sostenibilidad:

- **Información corporativa:** relativa a estrategias, planes, políticas, códigos y normas corporativas de Corporación Hijos de Rivera, incluyendo las empresas que lo integran.
- **Información del contexto:** tendencias del sector, tendencias de sostenibilidad, expectativas de grupos de interés, marco regulatorio e índices de sostenibilidad internacionales.

Además, se han realizado entrevistas en profundidad con:

- Expertos internos de Corporación Hijos de Rivera.
- Expertos externos y representantes de grupos de interés.

### 2. IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Para determinar los impactos, riesgos y oportunidades materiales realizamos dos procesos de evaluación, siguiendo con las recomendaciones de la guía de materialidad de EFRAG y los ESRS:

1. **Evaluación de la materialidad de impacto (impactos)** obtenida a partir de las entrevistas a expertos externos, así como la información analizada en la primera fase, con la que se evaluó para cada impacto externo la probabilidad de ocurrencia y la gravedad del impacto (escala, alcance y carácter irremediable).
2. **Evaluación de la materialidad financiera (riesgos y oportunidades)** obtenida a partir de entrevistas a expertos internos de Corporación Hijos de Rivera, así como de información analizada en la primera fase. Con estas fuentes se evaluó para cada riesgo y oportunidad la escala de impacto y la magnitud del riesgo u oportunidad.

Los resultados de la evaluación han sido la base para determinar la especial importancia de 59 de los 83 impactos, riesgos y oportunidades identificados en la primera fase.

Los **59 impactos, riesgos y oportunidades evaluados como más relevantes, se agrupan y consolidan en 17 temas materiales**, teniendo en cuenta su relación temática y la interacción entre la materialidad de impacto y la materialidad financiera.

De esta forma, los temas materiales están conformados por los impactos, riesgos y oportunidades más significativos de la Corporación Hijos de Rivera en los grupos de interés y en el planeta, y los principales impactos de sostenibilidad en el valor de la compañía.

Los temas se clasifican en **seis categorías**, alineadas con los pilares de la estrategia de impacto positivo de Corporación Hijos de Rivera.

### Resultados de la evaluación de impactos, riesgos y oportunidades

En el análisis de doble materialidad, evaluamos los impactos, riesgos y oportunidades tanto desde la visión de materialidad de impacto como desde la visión de materialidad financiera (Fase 2). A continuación, se presentan los resultados consolidados de la evaluación de los impactos, riesgos y oportunidades vinculados a los temas materiales correspondientes.

CATEGORÍA	TEMA MATERIAL	EVALUACIÓN MATERIALIDAD DE IMPACTO	EVALUACIÓN MATERIALIDAD FINANCIERA
ORIGEN	Origen gallego y cultura artesana	● ● ●	● ● ●
	Contribución al desarrollo socioeconómico	● ● ●	● ● ●
PLANETA	Economía circular	● ● ●	● ● ●
	Biodiversidad	● ● ●	● ● ●
	Huella de carbono	● ● ●	● ● ●
	Huella hídrica	● ● ●	● ● ●
NUESTRAS PERSONAS	Satisfacción y clima laboral	● ● ●	● ● ●
	Talento y liderazgo	● ● ●	● ● ●
	Diversidad, equidad e inclusión	● ● ●	● ● ●
	Seguridad y salud laboral	● ● ●	● ● ●
ALIADOS	Servicio y relación con clientes	● ● ●	● ● ●
	Desarrollo sostenible y responsable del sector	● ● ●	● ● ●
GOBERNANZA	Gestión de riesgos	● ● ●	● ● ●
	Buen gobierno, transparencia y ética	● ● ●	● ● ●
COMUNIDAD	Consumo responsable y vida saludable	● ● ●	● ● ●
	Apoyo a la cultura	● ● ●	● ● ●
	Acción social	● ● ●	● ● ●

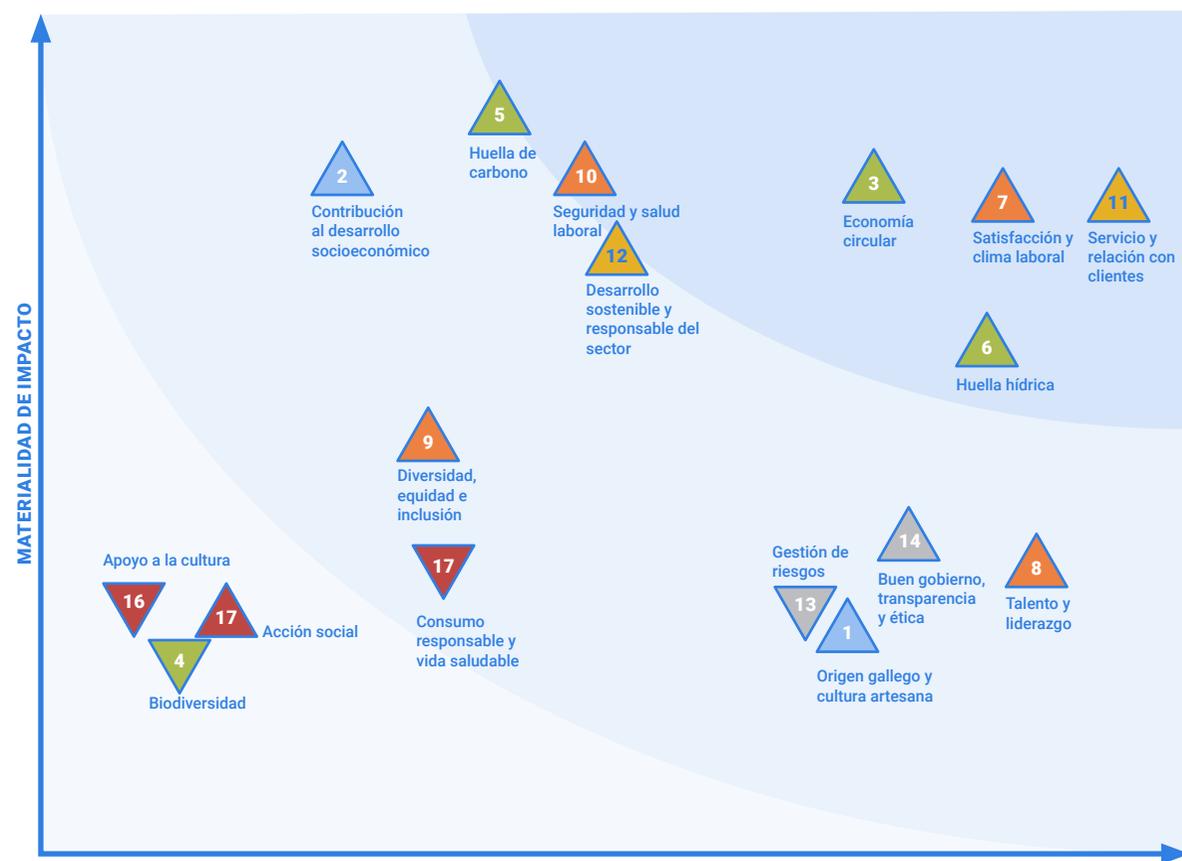


### 3. PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS MATERIALES

Los temas materiales se han priorizado a través de consultas directas a los principales grupos de interés:



### MATRIZ DE MATERIALIDAD



**Impacto**

- ≥90%
- 80%-89%
- <80%

**Evolución 2022-2023**

- ▲ Aumento del impacto total respecto al anterior estudio
- ▼ Reducción del impacto total respecto al anterior estudio
- Igual impacto total respecto al anterior estudio

**Grupos de Interés**

- Origen
- Planeta
- Nuestras personas
- Aliados
- Gobernanza
- Comunidad

### EVOLUCIÓN DE LA MATERIALIDAD 2022-2023

En 2023 se ha realizado un nuevo ejercicio de materialidad que introduce las recomendaciones a nivel europeo para el desarrollo de la doble materialidad, con la visión de materialidad de impacto y materialidad financiera.

Por lo tanto, los resultados respecto al estudio de 2022 y 2021 no son directamente comparables. Sin embargo, ofrece información sobre variaciones generales en la priorización de los temas materiales por parte de los diferentes grupos de interés.

El estudio de doble materialidad 2023 refleja un aumento en la priorización de los temas vinculados a Planeta, especialmente los asuntos vinculados a huella hídrica y economía circular. Estos asuntos entran entre las cuestiones de mayor impacto para grupos de interés como empleados, consumidores, proveedores y aliados y partners.

Además, se registra una subida en la priorización de las cuestiones vinculadas a aliados, especialmente el servicio y relación con los clientes y también el tema de desarrollo sostenible y responsable del sector.

Los temas relacionados con Personas también crecen en impacto desde la visión de los grupos de interés, siendo talento y liderazgo el tema de esta categoría que más aumenta respecto a los dos años anteriores.

Por su lado, los temas de Origen y Gobernanza se mantienen estables en los últimos dos años y las cuestiones de comunidad se reducen ligeramente en 2023, a excepción de acción social, que crece en 2023 respecto a 2022.

### EVOLUCIÓN DE LA MATERIALIDAD 2022-2023

	EMPLEADOS	CLIENTES	CONSUMIDORES	PROVEEDORES	ALIADOS Y PARTNERS
1	SATISFACCIÓN Y CLIMA LABORAL	SERVICIO Y RELACIÓN CON CLIENTES	CONSUMO RESPONSABLE Y VIDA SALUDABLE	HUELLA DE CARBONO	DESARROLLO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE DEL SECTOR
2	SEGURIDAD Y SALUD LABORAL	SATISFACCIÓN Y CLIMA LABORAL	SEGURIDAD Y SALUD LABORAL	CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO	SERVICIO Y RELACIÓN CON CLIENTES
3	ORIGEN GALLEGO Y CULTURA ARTESANA	SEGURIDAD Y SALUD LABORAL	ECONOMÍA CIRCULAR	ECONOMÍA CIRCULAR	CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO
4	CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO	HUELLA DE CARBONO	HUELLA DE CARBONO	BUEN GOBIERNO, TRANSPARENCIA Y ÉTICA	ECONOMÍA CIRCULAR
5	ECONOMÍA CIRCULAR	APOYO A LA CULTURA	HUELLA HÍDRICA	DESARROLLO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE DEL SECTOR	BIODIVERSIDAD

## 3.6. CONEXIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

En Corporación Hijos de Rivera promovemos un diálogo activo y constante con nuestros grupos de interés. Solo escuchando y respondiendo a sus expectativas, podemos establecer relaciones sólidas, transparentes y de confianza para crear valor compartido.

Escuchamos y nos comunicamos con nuestros grupos de interés a través de diversas vías:

### PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

 <b>CONSUMIDORES</b>	Servicio Atención al Cliente Campañas publicitarias Redes sociales Aplicaciones móviles Encuestas de satisfacción	Páginas web de las marcas Locales de hostelería propios Notas de prensa Memoria de sostenibilidad Bigcrafters
 <b>EMPLEADOS</b>	Encuesta de clima laboral Portal del empleado Blog de noticias corporativas Newsletter Tablones de anuncios	Reuniones internas y correo electrónico Canal Ético Comités de empresa y representación legal Memoria de sostenibilidad Figura del Human Resource Business Partner
 <b>SOCIOS</b>	Consejo de administración Junta General de Socios Canal del Socio Consejo de Familia Cuentas anuales Memoria de sostenibilidad	Consejo de Administración de Corporación Hijos de Rivera, S.L. Consejo de Administración de Hijos de Rivera, S.A.U Oficina Familiar Consejo de Familia y Asamblea Familiar
 <b>DISTRIBUIDORES Y PUNTOS DE VENTA</b>	Servicio Atención al Cliente Servicio de asistencia técnica Aplicaciones móviles Eventos con distribuidores Encuestas de calidad	Catálogos comerciales Participación en ferias sectoriales Locales de hostelería propios Memoria de sostenibilidad
 <b>PROVEEDORES</b>	Procedimiento de homologación Evaluación de proveedores Contratos de suministro Calidalia Eventos de patrocinio Workshops Participación en ferias sectoriales	Memoria de sostenibilidad Cuestionarios Reuniones E-mails y llamadas telefónicas Redes sociales (Especialmente LinkedIn) Web corporativa Portal de proveedores
 <b>ALIADOS Y SOCIEDAD</b>	Pacto Mundial Comunidad B Corp Memoria de sostenibilidad Pertenencia a asociaciones locales Voluntariado corporativo Patrocinios deportivos y culturales Colaboración con ONG y fundaciones	Presencia en eventos y en ferias sectoriales nacionales e internacionales Colaboraciones con universidades y centros de investigación Relaciones con las autoridades fiscales, medioambientales, sanitarias y laborales

4.



**HACEMOS...  
NUESTRO PROPIO  
CAMINO**

**4.1. CON IDENTIDAD PROPIA 4.2.  
RECONOCIMIENTO A NUESTRO TRABAJO  
4.3. INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD 4.4.  
DIGITALIZACIÓN Y EFICIENCIA 4.5.  
DIVERSIFICACIÓN DEL NEGOCIO**





**CON  
IDENTIDAD  
PROPIA**

Nuestro espíritu inconformista nos lleva a aprender, a crecer, a diversificarnos, a innovar con creatividad, a adaptarnos a los tiempos actuales mientras nuestras raíces nos permiten mantener la esencia que nos diferencia.

## 4.1. CON IDENTIDAD PROPIA

Nuestros productos, definidos por su calidad, origen, y sostenibilidad, innovan desde la tradición para sorprender a los consumidores.

### UNA CARTERA CON CARÁCTER



#### CERVEZAS

##### ESTRELLA GALICIA



Estrella Galicia Especial



Estrella Galicia 0,0



Estrella Galicia 0,0 Tostada



Estrella Galicia Negra 0,0



Estrella Galicia Sin Gluten



La Estrella de Galicia



La Estrella de Navidad



Cerveza de Bodega Estrella Galicia

##### CERVEZAS 1906



1906 Reserva Especial



1906 Red Vintage



1906 Black Coupaje



1906 Galician Irish Red "La Pelirroja"



Cerveza de Bodega 1906

##### LA TITA RIVERA



IPA con lúpulo Indoor Respect LTR



Lager con Pan "Líquido" Respect LTR

##### FÁBRICA DE CERVEZAS ESTRELLA GALICIA



La Especialista



La Naranja



La Bitter



La de Hierbas



Fresh Summer Ale



AGUAS

CABREIROÁ



Cabreiroá Agua Mineral Natural



Magma de Cabreiroá Original



Magma de Cabreiroá Con Gas

FONTAREL



Fontarel Agua Mineral Natural



Fontarel Zero Sodio

AGUA DE CUEVAS



Agua de Cuevas Agua Mineral Natural

AUARA



Auara Agua Mineral Natural



KOMBUCHAS

SOUL K



Green Bliss



Berry Punch



Bloody Booch



Chumbo Love



Original



Super Roots



VINOS

PONTE DA BOGA



Ponte da Boga Albariño



Ponte da Boga Academia



Ponte da Boga O. Godello



Ponte da Boga Blanco Lexítimo



Ponte da Boga Mencía



Ponte da Boga Porto de Lobos



Ponte da Boga  
Capricho de  
Merenzao



Ponte da Boga  
Capricho de Sousón



Ponte da Boga  
Capricho de Godello



Ponte da Boga  
Bancales Olvidados



Ponte da Boga  
Expresión Histórica



Ponte da Boga G.  
Godello



Fragas do Lecer



Finca Viñoa Paraje  
Penaboa 2017



Pazo Casanova  
Tinto

GRANDES PAGOS GALLEGOS



Turonia



Quinta de Couselo



Quinta de Couselo  
Tradición 2015



Quinta de Couselo  
Selección 2015



Barbuntín



Finca Viñoa Blanco



Finca Viñoa Tinto



Finca Viñoa  
Embotellado Tardío  
2020



Pazo Casanova  
Blanco



Casanova



Fraga do Corvo  
Godello



Fraga do Corvo  
Mencía



COMBINADOS REFRESCANTES

LA TITA RIVERA



Tinto de verano



Tinto de verano al  
limón



Sangría



Sangría Blanca

TÓNICA



Me Tonic

VERMUT RIVERA



Vermut Rivera Rojo



Vermut Rivera  
Blanco

MOSTO



Zuvit Mosto Blanco



Zuvit Mosto Tinto



LICORES

LICORES HIJOS DE RIVERA



Aguardiente de Orujo



Licor de Hierbas



Crema de Orujo



Licor Café

QUENZA



Aguardiente de Orujo



Licor de Hierbas



Crema de Orujo



Licor Café



ESPIRITUOSOS

GINEBRA DE FORMENTERA



Ginebra de Formentera



SIDRAS

MAELOC



Sidra con Fresa



Sidra con Mora



Sidra con Pera



Sidra con Piña & Pera



Sidra Seca



Sidra Dulce

4. Hacemos... Nuestro propio camino



Sidra Ecológica Achampanada



Sidra Natural Ecológica



Sidra Natural



Maeloc Sin



Maeloc vinagre de sidra ecológica



ZUMOS

AUARA



AUARA Néctar Naranja



AUARA Néctar Melocotón



AUARA Néctar Piña



AUARA Zumo Naranja-Zanahoria



AUARA Zumo Manzana



AUARA Zumo Tomate



AUARA Néctar Mango



AUARA Mosto Blanco



AUARA Mosto Tinto

**INCORPORAMOS A NUESTRA CORPORACIÓN A SOUL K, UN PROYECTO QUE COMPARTE CON NOSOTROS SU COMPROMISO REAL CON EL IMPACTO POSITIVO, APOSTANDO POR UNA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA, ARTESANAL Y CONSCIENTE, MUY AFÍN A NUESTRO PROPÓSITO BIGCRAFT**

## PRINCIPALES LANZAMIENTOS 2023

A lo largo del año, innovamos en nuevos lanzamientos de productos para sorprender a los consumidores y dar respuesta a amplia variedad de gustos y expectativas.

Ampliamos nuestro catálogo con la adquisición de Soul K, la galardonada en el World Kombucha Awards como la mejor Kombucha del mundo, se incorpora a Corporación Hijos de Rivera. Continuamos diversificando nuestra cartera de bebidas sin alcohol.

En junio de 2023 lanzamos una edición limitada de Estrella Galicia **Fresh Summer Ale**, una cerveza estacional, refrescante al más puro estilo American Pale Ale.

También en este mes lanzamos una edición especial de botellas que rinde homenaje a Baleares, con una etiqueta ilustrada por la artista mallorquina Marga Vinyes, inspirada en los paisajes de la costa balear.

En agosto, llegó el turno de Asturias con una edición especial de botellas que celebraban su cultura y estilo de vida.

A lo largo del año, innovamos también en recetas únicas desde La Fábrica de Cervezas que pueden conocerse en el apartado 4.3. *Innovación y creatividad*.



## 4.2. RECONOCIMIENTO A NUESTRO TRABAJO

Este año, recibimos numerosos reconocimientos a nuestra gestión corporativa, a nuestra producción o a nuestra forma de comunicar. Más de 30 galardones que muestran que el buen hacer y hacer de forma diferente tiene reconocimiento y recompensa.

### CORPORATIVO

#### Corporación Hijos de Rivera

Merco Responsabilidad ESG 2023 16º empresa más responsable en España

#### Corporación Hijos de Rivera

Merco Empresas 2023 24º empresa con mejor reputación en España

#### Ignacio Rivera

Merco Líderes 2023 31º líder con mejor reputación de España

#### Corporación Hijos de Rivera

APROEMA (Asociación Profesional de Empresas Medioambientales de Galicia) Premio Medioambiente APROEMA

#### Corporación Hijos de Rivera

Fitur Mejor Partner categoría de Delegaciones Iberia

### MEGA

SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos) Distintivo “Compromiso de Calidad Turística”

#### Identidad Corporativa Corporación Hijos de Rivera

K Design Awards Bronze Communication Design

### PRODUCTO

#### 1906 Black Coupage I 1906 Reserva Especial I 1906 Red Vintage

World Beer Awards Medalla de Oro

#### 1906 Galician Irish Red Ale

World Beer Awards Medalla de Plata

#### 1906 Black Coupage

Brussels Beer Challenge 2023 Oro Categoría Lager German-Style Dunkel Bock

#### Red Vintage 1906

European Beer Star 2023 Bronze en la categoría German-Style Heller Doppelbock

#### Agua de Cuevas

Sociedad Humanitarios de San Martín Medalla de Honor al Compromiso con la Comunidad Asturiana

#### Soul K

World Kombucha Awards Mejor Kombucha Mundial (Bloody Booch) - Mejor Ginger Kombucha (Super Roots)

### MARKETING Y PUBLICIDAD

#### Corporación Hijos de Rivera Brand Design

London Design Awards Gold Winner - Communication Design - Product and Service Branding (Yarza Twins)

#### Yarza Twins I Corporación Hijos de Rivera

Creative Pool Awards Bronze Branding y Diseño Web

#### Yarza Twins I Corporación Hijos de Rivera

Premios ADG Laus 2023 Bronze – Identidad Corporativa Mediana y Gran Empresa

#### Corporación Hijos de Rivera

Premios Nacionales de Marketing (AMKT) Mejor Equipo de Marketing

#### Cervezas 1906

Premios Nacionales de Creatividad Plata apartado CRAFT categoría Dirección de producción “La Escalera”

#### Agua de Cuevas

Premios Eficacia 2023 Plata Mejor Campaña Regional/Local “Cabrones”

#### Corporación Hijos de Rivera

Premios Best! N Food  
Mejor anunciante 2023 – Innovación en acciones de comunicación  
Oro Best Sustainability – Estrella Galicia  
Plata Best Integrated - Estrella Galicia  
Bronze Best Integrated – Cervezas 1906  
Bronze Best Media – Agua de Cuevas Bronze Best PR – Cervezas 1906

#### Estrella Galicia

Premios Shot Bronze Mejor Spot 2022 “Prohibido bajar los brazos”

#### Cervezas 1906

Youtube Works Awards Premio Grand Prix - All Media Orchestration

#### Estrella Galicia

Mejores Anuncios Gallegos 2022 Mestre Mateo Mejor anuncio publicitario - Las Estrellas del Camino

### Agua de Cuevas

Festival Internacional de Publicidad y Humor Mejor Campaña – Premio Especial Anunciante del Año “Cabrones”

### Corporación Hijos de Rivera

Premios Paraugas Premio Mejor Idea – Premio Mejor uso del Social Media “#NonCabreiroarse”

## PACKAGING

### Corporación Hijos de Rivera

Premios Genio Premio Genio Innovación en diseño de producto- No Pack

### Corporación Hijos de Rivera

Premios Inspirational Propósito Corporativo e Impacto Social – No Pack

### Fábrica de Cervezas

IPMARK Innovación Gran Consumo – Milk Stout

### Corporación Hijos de Rivera

Compromiso RSE Sustainability Action 23 Categoría Empresa (Botella de Cabreiroá 100% compostable)

### Estrella Galicia 0,0

Best !N Food Best shopper Marketing - Estrella Galicia 0,0 emisiones

### Corporación Hijos de Rivera

III Premios a la Sostenibilidad Cartonplast Buenas prácticas - Uso de intercaladores



**LA RECONOCIDA CAMPAÑA DE LANZAMIENTO DEL NO PACK TRASLADÓ AL CONSUMIDOR SUS BENEFICIOS: NO PLÁSTICO, NO CARTÓN, NO EXCUSAS Y UN 41% MENOS DE HUELLA DE CARBONO**

<https://www.youtube.com/watch?v=92GjMbbLYHw>



## 4.3. INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD

La innovación y creatividad son parte de nuestro espíritu inconformista que nos impulsa a desarrollar nuevas soluciones para dar respuesta a los grandes retos y expectativas globales, manteniéndonos fieles a nuestra esencia artesana:

### RECETARIO DE INNOVACIÓN TRADICIONAL

Bajo el sello Fábrica de Cervezas hemos elaborado cuatro nuevas ediciones limitadas:

- La Especialista, con laurel “Bernardino” y pimienta de Carmencita.
- La Naranja, una reedición elegida por y para nuestro público de BigCrafters.
- La Bitter, una reinterpretación de este estilo cervecero británico, donde su envase enlatado con nitrógeno marca la diferencia.
- La de Hierbas, que a través de un mix de hierbas aromatizantes o gruit, recupera un estilo cervecero ancestral.

También en 2023 hemos lanzado Fresh Summer Ale, una edición limitada con un fresco toque para el verano.

### INVESTIGACIÓN EN VALORIZACIÓN DE SUBPRODUCTOS

En nuestro reto de generar un impacto positivo para el planeta, buscamos sacar el máximo potencial del bagazo, el principal subproducto restante tras el proceso de elaboración de la cerveza. Aunque actualmente este subproducto se valoriza como alimento animal, hemos iniciado un proyecto de investigación junto al centro tecnológico AINIA, con una subvención del CDTi, para explorar nuevas vías de valorización de alto valor añadido.

### INVESTIGACIÓN EN PRODUCTOS FUNCIONALES

Desarrollamos nuevas líneas de producto que, más allá de sus buenas propiedades organolépticas, aporten una mejora sustancial en la salud de las personas. En este sentido, contamos con dos proyectos de investigación en marcha centrados en la cerveza, subvencionados por CDTi y GAIN, en los que exploramos la incorporación de cereales con los que lograr desarrollos pioneros.

Al mismo tiempo, en otras categorías, trabajamos en el desarrollo de productos que cubran necesidades diarias, como ha sido el caso de Fontarel Zero Sodio, el primer lanzamiento en este eje de productos funcionales.



**LA BOTELLA “PLA” (ÁCIDO POLILÁCTICO) PARA ‘CABREIROÁ’ HA SIDO PRESENTADA EN EL FOOD 4 FUTURE DE BILBAO, UNO DE LOS PRINCIPALES EVENTOS DE INNOVACIÓN ALIMENTARIA EN EUROPA**

## INNOVACIÓN EN PACKAGING

Apostamos por la exploración de nuevos materiales y el desarrollo de envases que cumplan criterios de ecodiseño. Nuestra actitud inconformista nos ha llevado a desarrollar y presentar en 2023 la primera botella vegetal, 100% biodegradable y compostable del mercado nacional. Utilizando el ácido poliláctico (PLA) obtenido a partir de la caña de azúcar, elaboramos una botella que se composta industrialmente en menos de 90 días. Además, su producción reduce en un 70% la huella de carbono respecto a los envases convencionales.

## 4.4. DIGITALIZACIÓN Y EFICIENCIA

Como gran compañía que crece en continua adaptación, estamos inmersos en un proceso de transformación digital que busca la máxima eficiencia.

Uno de nuestros principales retos, en este aspecto, es la maximización del control y análisis de la gran cantidad de datos que obtenemos.

Para hacerle frente a este desafío, sellamos una alianza estratégica con Google que nos permite usar sus servicios de almacenamiento y procesado de información en Google Cloud Platform. Un acuerdo que incluye el uso de herramientas de gran potencial como su plataforma de análisis de datos empresariales, Looker o el almacén de data sin servidor, BigQuery.

## 4.5. DIVERSIFICACIÓN DEL NEGOCIO

Nuestra inquietud, tendencia a la innovación e inclinación hacia el futuro nos lleva a investigar, imaginar e iniciar nuevos caminos. Por eso, complementamos nuestro negocio principal –la producción, comercialización y distribución de bebidas– con otros servicios que nos ayudan a seguir creciendo.

### DISTRIBUCIÓN

Distribuimos nuestros propios productos, pero también los de otras marcas como las cervezas Budvar, Brewdog, O'hara's, Nortada, Erdinger y Halve Maan y productos de bodegas como Cillar de Silos, Dominio del Pidio, Vallobera. Este 2023, las nuevas incorporaciones en distribución son: Barcolobo, Enate, Enate Alt 700, Val de Vid, Rovellats (Cava), Delgado Zuleta, Álvarez Duran y Sierra Cantabria.

### EXPERIENCIAS

MEGA, Mundo Estrella Galicia, se ha convertido, con más de 50.000 visitantes de todo el

mundo en el último año, en un museo emblemático, 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. El Museo celebró su cuarto aniversario en un evento con degustación y maridajes de cerveza y productos locales y rock alternativo.

### HOSTELERÍA

Compartimos momentos de ocio también a través de nuestros propios locales: La Tita Rivera en Madrid, Vigo y A Coruña y la Cervecería de Cuatro Caminos.

### MERCHANDISING

La tienda oficial de MEGA está ligada a nuestras marcas de cerveza más icónicas. En ella se pueden encontrar piezas exclusivas, detalles de coleccionista, kits cerveceros, packs especiales y ediciones limitadas.

### DISEÑO

Trasladamos nuestra experiencia en el sector al diseño de interiores, de la mano de Desymo. 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.



**MEGA CELEBRA EN 2023 UN RÉCORD DE VISITAS Y UNA PUNTUACIÓN DE 4,7 SOBRE 5 EN LAS PLATAFORMAS TURÍSTICAS DE REFERENCIA**

5.



**IMPACTAMOS...  
PARA CREAR VALOR  
COMPARTIDO**

**5.1. CUIDAMOS DE NUESTRO PLANETA**  
**5.2. COMPROMETIDOS CON NUESTRAS**  
**PERSONAS 5.3. IMPLICADOS CON NUESTROS**  
**CLIENTES Y ALIADOS 5.4. CONECTADOS CON**  
**LA SOCIEDAD 5.5. GOBERNANZA ÍNTEGRA Y**  
**TRANSPARENTE**





Nuestra esencia artesana y firme determinación a responder a las preocupaciones y reclamos de nuestros empleados, consumidores, proveedores, distribuidores, aliados y sociedad, sitúan el impacto de nuestra actividad en el núcleo de nuestra estrategia.

**NUESTRA ESTRATEGIA DE IMPACTO POSITIVO**

Contamos con una Estrategia de Impacto Positivo que establece compromisos claros y ambiciosos a nivel social, medioambiental y económico, en torno a cinco ejes: origen, planeta, personas, aliados y gobernanza. En 2023 hemos creado el Comité de Impacto, compuesto por los principales directivos de la organización, para el seguimiento y la toma de decisiones estratégicas. Asimismo, hemos definido compromisos de impacto a largo plazo.

 ORIGEN	 PLANETA	 PERSONAS	 ALIADOS	 GOBERNANZA
Economía local y global Fijación de población a zonas rurales Promoción de nuestro origen gallego Materias primas locales	Descarbonización Economía circular Cuidado de ecosistemas naturales	Cultura de impacto Diversidad, equidad e inclusión Satisfacción y desarrollo profesional	Proveedores sostenibles Clientes sostenibles Inversión de impacto Alianzas de impacto	PTM y propósito Modelo de gobierno corporativo y transparencia Gestión de riesgos Cumplimiento regulatorio Ética y valores Stakeholders y asuntos materiales
 <b>TRANSVERSAL</b>				
Comunicación y marcas	Innovación de impacto	Digitalización	Inversión comunitaria y acción social	Consumo responsable y salud

En 2023, hemos establecido una serie de compromisos aspiracionales para cada uno de los ejes de la Estrategia de Impacto Positivo que nos permitirán seguir avanzando en los próximos años:

 **PLANETA**

Descarbonización, circularidad y cuidado de ecosistemas naturales.

**PERSEGUIMOS LA NEUTRALIDAD DE EMISIONES EN 2040.**

**PERSEGUIMOS UN 95% DE CIRCULARIDAD EN MATERIAS PRIMAS Y ENVASES.**

**NOS COMPROMETEMOS CON EL CUIDADO DEL AGUA, REDUCIENDO SU CONSUMO UN 15%.**

**CONSERVAMOS Y RESTAURAMOS LOS ECOSISTEMAS DE LOS QUE DEPENDEMOS.**

Impulsamos un modelo de crecimiento regenerativo con la naturaleza cuidando los ecosistemas de los que dependemos a través de nuestro **pilar Planeta resistente**. Trabajamos por 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 y luchar por la descarbonización.

 **ORIGEN**

Economía local, promoción del origen gallego y materias primas locales.

**95% COMPRA LOCAL A PROVEEDORES DE LA PENÍNSULA IBÉRICA EN 2040.**

**APOSTAMOS POR INGREDIENTES 100% GALLEGOS.**

**SEGUIMOS SIENDO ACTORES RELEVANTES EN LOS TERRITORIOS QUE OPERAMOS.**

Con el pilar orgullo de Origen, defendemos el origen de nuestros productos, de nuestros territorios y nuestra filosofía gallega y lo hacemos extensible a todas las regiones en

las que estamos presentes, favoreciendo el valor de la economía glocal; promoviendo y estimulando el desarrollo de la agricultura local de una manera sostenible; apoyando, defendiendo y promoviendo la cultura y el patrimonio de las áreas en las que actuamos; luchando contra la despoblación en el rural y fomentando la economía en los pueblos.

## PERSONAS

Diversidad, equidad e inclusión, satisfacción y cultura de impacto.

**40% MUJERES EN PUESTOS DE LIDERAZGO EN 2040.**

**MEJORAMOS LA SATISFACCIÓN DE NUESTRAS PERSONAS AÑO TRAS AÑO, LLEGANDO A 74 PUNTOS.**

**FORMAMOS AL 100% DE NUESTRAS PERSONAS EN IMPACTO POSITIVO.**

**Nuestras Personas** son de gran importancia para nosotros. En este eje, potenciamos una cultura de impacto que promueve el inconformismo en los empleados y consumidores. Actuamos en favor de la satisfacción y el desarrollo profesional y en la reducción de los accidentes y en la salud laboral, promoviendo hábitos de vida saludables; apostamos por mecanismos que aseguren la igualdad de género y las oportunidades de liderazgo; apoyamos el talento joven y el emprendimiento y fomentamos la formación y capacitación de los trabajadores como agentes del cambio.

## ALIADOS

Cadena de valor sostenible e inversión de impacto.

**APOSTAMOS POR UN 100% DE PROVEEDORES SOSTENIBLES EN 2040.**

**INVERTIMOS EN COMPAÑÍAS CON IMPACTO PARA REFORZAR NUESTRA CADENA DE VALOR.**

## AVANZAMOS CON CLIENTES SOSTENIBLES.

Ayudamos a nuestros clientes, proveedores y otros aliados en su propio camino hacia la sostenibilidad, a través de nuestro eje **Aliados responsables**. Establecemos criterios de responsabilidad en las relaciones con nuestros proveedores; somos agentes de cambio con nuestros clientes; promovemos un crecimiento responsable y sostenible; exploramos modelos alternativos de producción y distribución a nivel global; impulsamos esta estrategia en todo nuestro ecosistema de inversiones y establecemos alianzas clave con actores tanto con nuestro sector como con las administraciones públicas, para la consecución de estos objetivos.

## GOBERNANZA

Impacto positivo en la toma de decisiones.

**PROPÓSITO TRANSFORMADOR MASIVO (PTM). EXISTENCIA DE UN PROPÓSITO CORPORATIVO ALINEADO CON EL IMPACTO POSITIVO.**

**GESTIÓN DE RIESGOS. REVISIÓN, INTEGRACIÓN Y SEGUIMIENTO EN CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA.**

**ASUNTOS MATERIALES. REVISIÓN ANUAL DE LA MATRIZ DE MATERIALIDAD.**

**ÉTICA Y VALORES. AJUSTE Y CUMPLIMIENTO DE NUEVAS NORMATIVAS.**

**REPUTACIÓN CORPORATIVA. SITUARNOS EN EL TOP 25 DE MERCOSUR.**

Nuestro compromiso con una gobernanza íntegra, ética y transparente se refleja en nuestro propósito transformador y se materializa en un modelo de gobierno corporativo y de transparencia que permite que los órganos de gobierno operen de acuerdo con nuestra estrategia de impacto positivo.

Junto a estos cinco pilares, contamos con una serie de palancas transversales para impulsar nuestra estrategia:

- **Comunicación y marcas**, para dar visibilidad a nuestros proyectos y esfuerzos en materia de impacto positivo, tanto a empleados como a consumidores.
- **Innovación de impacto**, como medio para lograr la sostenibilidad. Nos ayuda a introducir mejoras operativas y de producto para alcanzar nuestros requerimientos en materia de impacto positivo.
- **Digitalización**, para ofrecer un mejor servicio y agilizar los procesos de gestión e intercambio de información.
- **Inversión comunitaria y acción social**, a través de la que apoyar a diferentes instituciones y organizaciones sin ánimo de lucro.
- **Consumo responsable**, creemos en un consumo moderado del alcohol en un estilo de vida equilibrado. Por eso, defendemos el consumo responsable y apoyamos los esfuerzos del sector en este sentido.

**SOMOS EMPRESA B CORP**



Nuestro camino de esfuerzo y constancia para impulsar el impacto positivo de la Corporación nos ha llevado a incorporarnos en la comunidad B Corp. Más allá de ser una certificación de referencia, ser B Corp nos vincula a un movimiento internacional de empresas que creemos en el poder transformador de nuestros negocios a la hora de responder a los principales retos globales. En definitiva, buscamos ser mejores empresas para el mundo, esforzándonos por ejercer un impacto positivo en las personas y el planeta, cumpliendo con los más altos estándares de desempeño ambiental y social, transparencia y responsabilidad.

**COMPROMETIDOS CON LOS ODS**

Trabajamos para crear el mundo en el que creemos y que queremos. Para alcanzar este fin, alineamos nuestras operaciones con los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, así como con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a lo largo de toda nuestra cadena de valor.





## ODS 2 – HAMBRE CERO

Con la Cátedra Hijos de Rivera-UDC avanzamos en la exploración de modelos innovadores y disruptivos que buscan el equilibrio entre la competitividad, el respeto al medioambiente y el progreso de la sociedad en el entorno rural. Contamos con proyectos de investigación de agricultura regenerativa y nuevas tecnologías aplicadas a la agricultura como motor de desarrollo socioeconómico del rural.

Colaboramos con distintas organizaciones que trabajan para garantizar alimentos a personas en situación de vulnerabilidad, como Banco de Alimentos Rías Altas, Banco de Alimentos de Asturias y Cocina Económica de Ferrol.



## ODS 3 – SALUD Y BIENESTAR

En 2023 continuamos trabajando por una cultura preventiva por un entorno seguro en nuestros centros de producción. Hemos hecho un diagnóstico e implantado líneas de mejora en Aguas de Cabreiroá, Aguas El Pilar y el área de Logística de Hijos de Rivera S.A.U., incluyendo Logística de Bodega y Logística de almacenes. Asimismo, hemos realizado numerosos talleres de cultura preventiva sobre El liderazgo en seguridad y salud y Herramientas de Gestión, dirigidos a directivos y responsables.



## ODS 6 – AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

Hemos implantado en la fábrica de cerveza un ambicioso plan de minimización del consumo de agua, gracias al cual hemos conseguido reducir el consumo en ratio de agua en un 39% desde 2009.

Desde Fontarel estamos trabajando en el desarrollo de una iniciativa conjunta con la comunidad para la recuperación de aguas de aclarado que se podrán reutilizar para riego de los terrenos cercanos o se donará a la comunidad de vecinos.



## ODS 7 – ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

En 2023 hemos instalado una caldera de biomasa que, junto a las existentes – de gas natural y biogás– dotará de energía a nuestra fábrica de cerveza. Así, el 47% del total de la energía térmica consumida en la Planta de Cerveza en 2023 procede de biogás y biomasa sostenible, una contribución a nuestra apuesta por la transición hacia la descarbonización de nuestras operaciones.

Reforzamos nuestra capacidad de autogeneración de electricidad de origen renovable con la instalación de plantas fotovoltaicas en las delegaciones de Coruña y Santiago, paneles que se suman a los ya instalados en la Fábrica de Cerveza, Cabreiroá, Fontarel y las delegaciones de Ferrol, Pontevedra, Vigo y Vimianzo. Además, hemos aumentado la capacidad instalada en Cabreiroá.



## ODS 8 – TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Continuamos apostando por el talento joven y el desarrollo profesional de las personas que forman parte de nuestra compañía, a través de una nueva edición del programa FP Dual en nuestras instalaciones, ofreciendo formación profesional en Química y Mecatrónica industrial. Además, contamos con la certificación Top Employer España, que nos marca el camino hacia la mejora continua en la calidad del empleo.



## ODS 9 – INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

Continuamos las obras de construcción de la nueva fábrica de Estrella Galicia en el Polígono de Morás (Arteixo), un proyecto que supondrá una inversión total de más de 265 millones de euros.

Será una fábrica totalmente automatizada que apuesta por fuentes de energía sustentables y renovables. Esperamos que la planta esté en funcionamiento antes del verano de 2024.



## ODS 12 – PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE

Con el fin de reducir nuestro consumo de recursos naturales y energía, valoramos la viabilidad de implantación de las mejores técnicas disponibles identificadas en el proceso productivo y en procesos auxiliares. Valorizamos los residuos de producción, dándoles una segunda vida siempre que es posible y promovemos la circularidad de envases.

Adoptamos mejoras en el diseño de nuestros envases con iniciativas como el No Pack, la agrupación de latas por puntos de cola que permite eliminar parte del embalaje.

En 2023, presentamos la primera botella vegetal, 100% biodegradable y compostable, del mercado nacional. También iniciamos un proyecto de investigación con el centro tecnológico, subvencionado por CDTi, para explorar nuevas vías de valorización del bagazo.



## ODS 13- ACCIÓN POR EL CLIMA

Autogeneramos electricidad de origen renovable en nuestras instalaciones mediante paneles solares y el 100% de la electricidad adquirida para la fábrica de cerveza y los manantiales es de origen renovable. Además, en nuestro compromiso con el uso responsable de los recursos hídricos, en 2022 realizamos el cálculo de la huella hídrica de nuestra fábrica de cerveza y manantiales.



## ODS 15 – VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES

Junto a WE The Sustainability Project, apoyamos iniciativas locales para promover el cuidado y preservación del medioambiente a través del activismo y la concienciación.

Desde 2022 trabajamos en el proyecto New Life para dar una segunda vida a los residuos generados en todo tipo de eventos, reconvirtiéndolos en material de PLV como mesas, sillas o barras de consumo y concienciando, así, a los asistentes de la necesidad de maximizar la economía circular y la descarbonización.

## 5.1. CUIDAMOS DE NUESTRO PLANETA

En Corporación Hijos de Rivera no solo cuidamos nuestro entorno y el planeta: trabajamos, también, por su regeneración. Nuestra responsabilidad con el medioambiente se materializa en acciones concretas que buscan reducir tanto el consumo de recursos como la cantidad de residuos generados.

### 5.1.1. RESPONDEMOS AL CAMBIO CLIMÁTICO

Conscientes de nuestra responsabilidad en la preservación del medio, hacemos frente al cambio climático asumiendo nuestro papel como agentes del cambio. Trabajamos para garantizar, en alianza con administraciones y sociedad civil, el derecho de las generaciones presentes y futuras a un entorno adecuado.

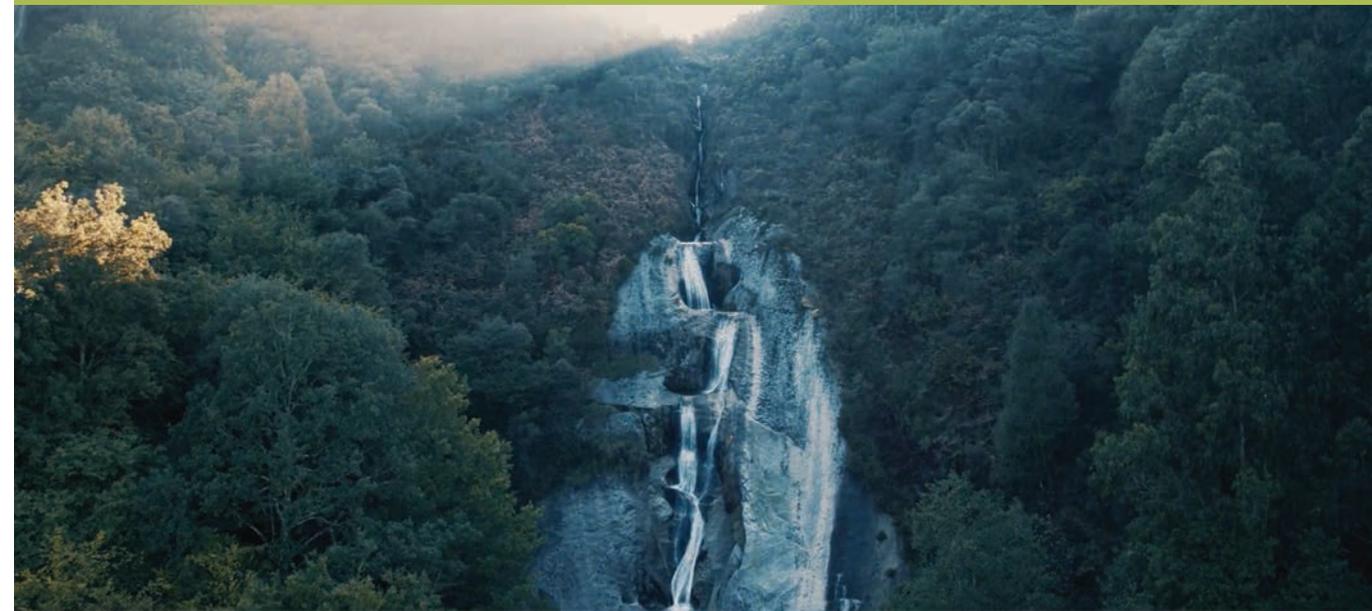
Nuestra determinación con la protección y el respeto al medioambiente se plasma en nuestra Política de Medioambiente y Código de Valores: guías para trabajar bajo la premisa de minimización y prevención de impactos negativos que, a través de la investigación, el diseño y la innovación, mejoran procesos y velan por la adecuada formación de nuestros profesionales y colaboradores en la gestión ambiental, del patrimonio natural y de los riesgos asociados.

Este 2023, hemos alcanzado dos grandes hitos: la certificación ISO 14001:2015 de nuestra planta de Agua de Cuevas y el reconocimiento de la Asociación Profesional de Empresas Medioambientales de Galicia (APROEMA) a la Excelencia Ambiental, una mención especial que destaca el compromiso y la dedicación de las empresas en su gestión ambiental, reconociendo las mejores prácticas y proyectos en materia de sostenibilidad y medioambiente en Galicia.

#### POLÍTICA CORPORATIVA DE MEDIOAMBIENTE

Nuestra [Política Corporativa de Medioambiente](#), aprobada por Consejo de Administración de Corporación Hijos de Rivera, S.L. en 2019, establece el marco de referencia y los principios a respetar para proteger el entorno en el ámbito de las actividades desarrolladas por nuestras empresas. Junto a este marco, contamos con otros mecanismos que se indican a continuación.

**EL RECONOCIMIENTO DE APROEMA A LA EXCELENCIA AMBIENTAL DESTACA NUESTRO COMPROMISO Y DEDICACIÓN EN GESTIÓN AMBIENTAL**



## CON EL MODELO DE CERVEZA DE BODEGA SUMINISTRAMOS EL PRODUCTO EN EL RECIPIENTE PERFECTO: EL ENVASE QUE NO EXISTE



### SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

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.

De acuerdo con nuestro espíritu de transparencia, damos a conocer nuestro desempeño ambiental a la comunidad y los agentes sociales, a través de la publicación de Declaración Ambiental de Hijos de Rivera en nuestra página web y a nuestros trabajadores mediante una formación inicial y cartelería.

Tanto la fábrica de cerveza como las plantas embotelladoras de Cabreiroá y Cuevas, cuentan con un Sistema de Gestión Ambiental certificado. Por su parte, Fontarel aplica sistemas de prevención y control.

#### SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL DE HIJOS DE RIVERA S.A.U.

ISO 14001:2015  
REGLAMENTO (CE) 1221/2009 EMAS, MODIFICADO POR EL REGLAMENTO (UE) 2017/1505 Y EL REGLAMENTO (UE) 2018/2026, CON NÚMERO DE REGISTRO ES-GA-000121

#### AGUAS DE CABREIROÁ

ISO 14001:2015 PARA ACTIVIDADES DE ENVASADO DE AGUA MINERAL NATURAL, AGUA MINERAL NATURAL REFORZADA CON GAS DEL PROPIO MANANTIAL Y AGUA MINERAL NATURAL CON CARBÓNICO AÑADIDO

#### AGUA DE CUEVAS

ISO 14001:2015 ENVASADO DE AGUA MINERAL NATURAL.

### OBJETIVOS TRANSVERSALES

Disponemos de objetivos y pautas de trabajo transversales destinadas a asegurar que el cumplimiento de nuestra política ambiental es efectivo. 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 hemos tenido que registrar provisiones contables para garantías y riesgos ambientales ya que no hemos incurrido en responsabilidades derivadas del incumplimiento de la normativa vigente.

### ECOEficiencia Y Cervecería Circular

Con el sello "Cervecería Circular" nos embarcamos en una transformación sostenible del modelo de negocio de nuestras Cervecerías de Bodega, que ya suman 1.793

establecimientos en 2023. Se trata de un sello que **pone en valor nuestro compromiso** y el de los 269 establecimientos certificados con él, con la **sostenibilidad y con las mejores prácticas ambientales en la gestión del negocio**. Un proyecto en el que trabajamos junto a las cervecerías de bodega adheridas:

- En la reducción del consumo de materias primas vírgenes, de agua y de emisiones de CO<sub>2</sub>.
- En el fomento de una cultura sostenible con el impulso de la economía circular.
- En la aplicación de la eco-innovación.
- En el alcance de una gestión óptima de los residuos.

Una de las claves de la cervecería circular es la distribución de la **cerveza de bodega**, recién elaborada y sin pasteurizar, mediante una red de cisternas refrigeradas, directamente hasta el lugar de consumo.

## CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA

### Emisiones de combustión

En 2023 sumamos una caldera de biomasa a la fábrica de cerveza, el único centro de Corporación Hijos de Rivera al que aplica la normativa que regula el régimen de comercio de derechos de emisión. Esta se suma a dos calderas de combustión que emplean como combustibles gas natural y el biogás generado en la propia instalación.

Periódicamente una entidad externa acreditada realiza mediciones de las tres calderas de diferentes parámetros - Opacidad, SO<sub>2</sub>, CO, NO<sub>x</sub> y partículas- para llevar un control exhaustivo de las emisiones generadas.

### Emisiones acústicas

Contamos con planes de mantenimiento preventivo para todos los equipos e instalaciones 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 desarrollan 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.

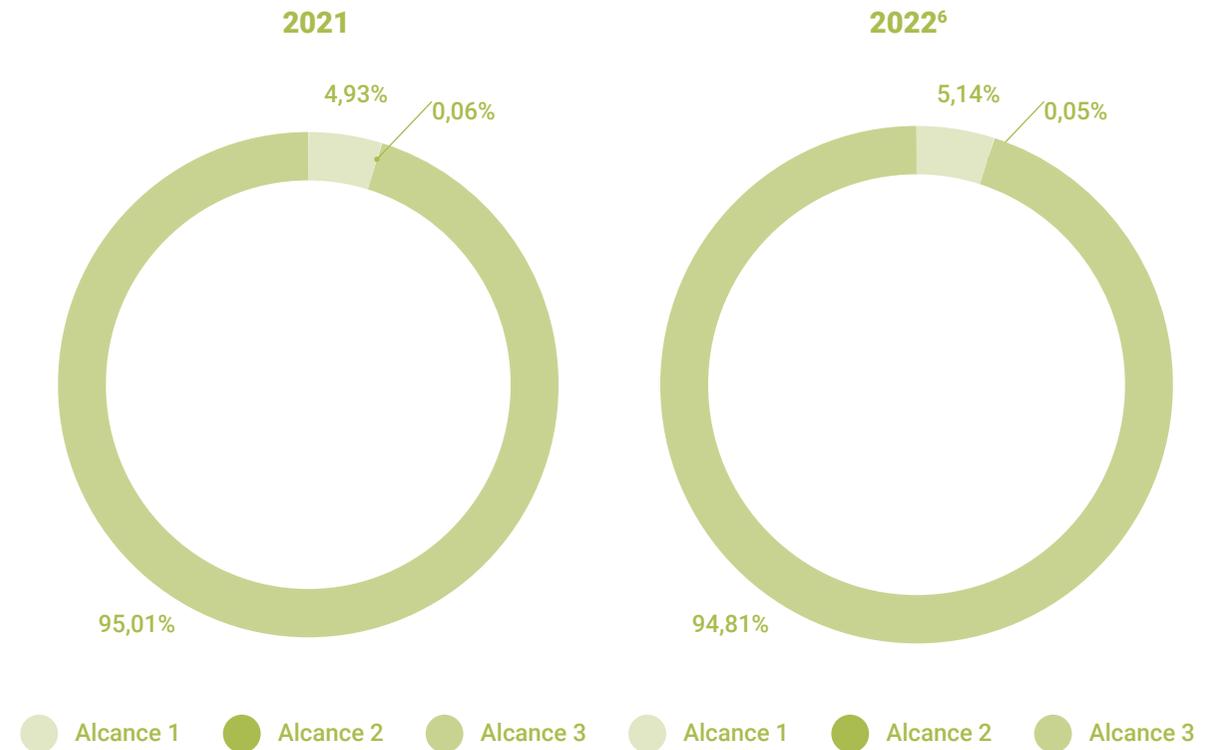
### Huella de carbono

En Corporación Hijos de Rivera respondemos a este importante desafío calculando la huella de carbono de la organización con alcances 1, 2 y 3, para poder, así, identificar oportunidades de mejora y establecer objetivos de reducción de emisiones a lo largo de toda nuestra cadena de valor.

Para reducir nuestra huella de carbono estamos desarrollando 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.
- Electricidad adquirida con Garantías de Origen.
- Recuperación del CO<sub>2</sub> generado durante la fermentación de la cerveza
- Reducción del peso de nuestros envases, que conlleva la reducción de las emisiones correspondientes a su fabricación.
- Incorporación de material reciclado en nuestros envases y embalajes, favoreciendo de esta manera la disminución de las emisiones asociadas a su producción.
- Incorporación de vehículos híbridos destinados a la actividad comercial y en camiones cisterna de cerveza de bodega.
- Renovación de los equipos enfriadores, pasando a utilizar gas ecológico, hidrocarburo que no daña la capa de ozono y que aporta una mayor eficiencia y potencia frigorífica.

## NUESTRA HUELLA DE CARBONO



El cálculo de la huella de carbono se realiza con un decalaje de un año y es verificado por Tüv Süd, entidad externa acreditada, conforme a la UNE-EN-ISO 14064 e inscrito en el Registro de la Oficina Española de Cambio Climático.

<sup>6</sup> En el cálculo de la huella de carbono de 2022 se modificó el límite organizacional respecto al contemplado en años anteriores. Con objeto de asegurar la representatividad de la comparativa interanual, se actualizan los datos de correspondientes a la huella de carbono de 2021.

## HUELLA DE CARBONO – PLANTA DE CERVEZA

	2022		2023	
	ABSOLUTO	ABSOLUTO/ PRODUCCIÓN (HI CERVEZA)	ABSOLUTO	ABSOLUTO/ PRODUCCIÓN (HI CERVEZA)
ALCANCE 1 (T CO <sub>2</sub> E) <sup>7</sup>	14.168	0,0029	12.649	0,0025
ALCANCE 2 (T CO <sub>2</sub> E)	0	0	0	0

## HUELLA DE CARBONO – MANANTIALES

		2022		2023	
		ABSOLUTO	ABSOLUTO/ PRODUCCIÓN (HI CERVEZA)	ABSOLUTO	ABSOLUTO/ PRODUCCIÓN (HI CERVEZA)
ALCANCE 1 (T CO <sub>2</sub> E) <sup>7</sup>	CABREIROÁ	614	0,00056	720	0,00059
	AGUA DE CUEVAS	6	0,00001	7	0,00001
	FONTAREL	9	0,00002	28	0,00006
ALCANCE 2 (T CO <sub>2</sub> E)	CABREIROÁ	0	0	0	0
	AGUA DE CUEVAS	0	0	0	0
	FONTAREL	0	0	0	0

En 2023 continuamos siendo neutrales en emisiones de carbono en nuestras principales instalaciones<sup>8</sup> y flota propia. Una muestra de nuestro compromiso con la sostenibilidad y la generación de impacto positivo que ha sido posible gracias a un ambicioso plan que en los últimos años 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 algunas de las medidas que han contribuido a la disminución progresiva de las emisiones.

Tras la aplicación de estas medidas, y como último paso, hemos compensado las emisiones que no hemos podido evitar participando en proyectos destinados a la conservación forestal del pulmón de nuestro planeta: la Amazonia brasileña. Estos proyectos tienen como objetivo evitar la degradación ambiental y la deforestación, y preservar la biodiversidad, implicando para ello a las comunidades locales.

Junto a estas acciones, continuamos trabajando en identificar y valorar diferentes medidas que nos permitan limitar nuestra vulnerabilidad frente al cambio climático.

### Invertimos en el entorno

	2022	2023
<b>Gasto en protección ambiental: tratamiento de vertidos, residuos y emisiones (€)</b>	127.290,60	142.170
<b>Aportación a sistemas integrados de gestión de residuos de envases (€)</b>	7.364.077,87	7.037.182,32
<b>Inversiones relacionadas con la protección del medioambiente en la fábrica de cerveza y en los tres manantiales (€)</b>	13.060.752,22	7.662.342,93

## 5.1.2. NUESTRO COMPROMISO CIRCULAR

La economía circular es nuestra vía para lograr un modelo de producción y consumo sostenible en el tiempo: reducimos el consumo de materias primas, optimizamos los recursos y aprovechamos los residuos, dándoles una segunda vida o reciclándolos. De acuerdo con esta filosofía, hemos definido los principios y el marco de acción de economía circular de Hijos de Rivera, S.A.U.:

- En la naturaleza está el origen de todo.
- Los formatos y modelos de negocio circulares tienen siempre prioridad
- Orientación de la fabricación y la logística hacia la minimización del impacto ambiental
- Firme apuesta por el residuo cero. El residuo como recurso a revalorizar.

<sup>7</sup> En el cálculo de las emisiones se incluyen algunos consumos adicionales a los reportados en el apartado 5.1.3 Consumo de recursos responsable, que no están directamente asociados al proceso productivo de las plantas, y que no son significativos.

<sup>8</sup> Límite Organizacional: 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.

## 5. Impactamos... Para crear valor compartido

- Impulso de la circularidad en toda la experiencia de consumo.
- Métricas basadas en datos como base para avanzar.
- Confianza en las sinergias locales.
- Concienciación activa de nuestros clientes y consumidores a través de la comunicación con rigor.

En esta línea, en 2023 hemos innovado con nuevas fórmulas de *packaging*:

- Sustitución del envoltorio de plástico por envoltorio de papel en las bandejas de 24 latas de cerveza.
- Reducción del peso de la preforma utilizada para las botellas de 50 cl. de agua mineral natural de Aguas de Cabreiroá.
- Incorporación del 50% de plástico reciclado en las nuevas cajas de botellas de 33 cl. retornables de Cabreiroá.

### PROYECTO ORIGEN Y CIRCULARIDAD

Cabreiroá continúa desde 2021 trabajando en el Proyecto Origen, en busca de mejora continua de la eficiencia, el incremento de la circularidad de los envases y la disminución de la huella de su actividad en base a tres pilares:

- **Manantial Carbono Neutral:** trabajamos por un modelo de producción cada vez más eficiente, sostenible y comprometido.
- **Activismo medioambiental:** buscamos movilizar a la sociedad porque sin su ayuda no podremos llevar a cabo un cambio real.
- **Ecoenvases:** avanzamos en envases que promueven la circularidad.

### RESIDUOS

Priorizamos la prevención de generación de residuos y si no fuera viable, buscamos su reutilización, reciclado y valorización, evitando, siempre que sea posible, su eliminación. Los residuos industriales procedentes de la fábrica de cerveza o manantiales son entregados a gestores autorizados. Los seleccionamos dando prioridad a las operaciones de valorización y cercanía a puntos de retirada.

**EN 2023 HEMOS  
SUSTITUIDO LOS  
TUTORES DE PLÁSTICO DE  
NUESTRAS PLANTACIONES  
DE LÚPULO POR UN  
NUEVO MATERIAL  
BIOCOMPOSTABLE**





## EN 2023 HEMOS REALIZADO EL CÁLCULO DE LA HUELLA AMBIENTAL DE LA CERVEZA ESTRELLA GALICIA ESPECIAL PARA IDENTIFICAR MEJORAS EN ECODISEÑO

### PACKAGING

#### PASO 1

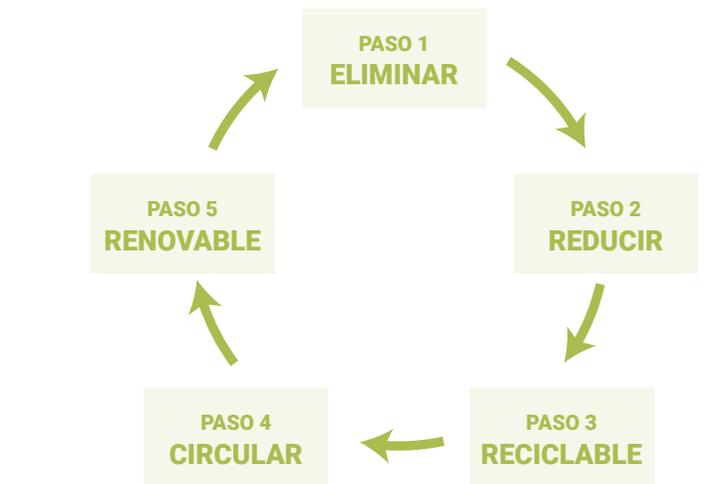
Diseñamos el conjunto del embalaje con el menor número de elementos posible e investigamos para que sean de los mismos materiales.

#### PASO 2

Reducimos la masa de embalaje utilizada para contener, proteger, identificar y transportar el producto.

#### PASO 3

Cada elemento de un conjunto de embalaje debe ser diseñado para maximizar su separación por acción manual, mecánica o química y obligatoriamente debe servir como materia prima para procesos de reciclaje.



#### PASO 4

Maximizamos el uso de embalajes retornables y de materiales reciclados en todos los elementos de embalaje, siempre que no afecte a aspectos de seguridad alimentaria y de personas, eficiencias industriales o logísticas o el aumento en mermas o perjuicio en experiencia de uso.

#### PASO 5

Si es posible, sustituimos los materiales de fuentes no renovables por renovables.

Para reducir el consumo de recursos y minimizar la generación de residuos, aplicamos los **principios de ecodiseño** en los envases de nuestros productos, desde su concepción hasta el uso final:

- Disminución del peso o gramaje de los envases para reducir el residuo originado tras el consumo, facilitando la valorización y el reciclado.
- Incorporación de materiales reciclados en la fabricación de los envases: el 100% en botellas PET Cabreiroá, Agua de Cuevas y Fontarel y el 50% en el film de agrupación de botellas proceden de plástico reciclado.
- Lanzamiento de garrafa de 6,5 l de Agua de Cuevas: nuevo formato de gran tamaño que permite reducir la cantidad de envase por producto (ratio Kr/Kp).
- Diseño del formato 'No Pack' para agrupar latas por puntos de cola. Con ello logramos disminuir al mínimo el embalaje.
- Fomento de la reutilización de envases a través de formatos retornables de cerveza y agua.
- Extensión del modelo de cerveza de bodega que nos permite ofrecer a nuestros consumidores la experiencia de disfrutar de la cerveza sin generar residuos asociados.

Asimismo, estamos adheridos a diversos Sistemas Integrados de Gestión: Ecodidrio, 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.

## RESIDUOS – PLANTA DE CERVEZA

	2022		2023	
	ABSOLUTO	ABSOLUTO/ PRODUCCIÓN (hl CERVEZA)	ABSOLUTO	ABSOLUTO/ PRODUCCIÓN (hl CERVEZA)
ENVASES UN SOLO USO (kg)	97.927.121	44,37	97.435.612	42,94
RESIDUOS NO PELIGROSOS (kg)	6.280.932	1,31	6.060.109	1,20
RESIDUOS PELIGROSOS (kg)	9.588	0,002	10.465	0,002
SUBPRODUCTOS: BAGAZO (kg)	84.501.370	17,56	86.979.870	17,27
SUBPRODUCTOS: LEVADURA (kg)	8.647.780	1,80	8.769.480	1,74
VERTIDOS (M³)	1.341.038	0,28	1.290.905	0,26

## RESIDUOS – MANANTIALES

		2022		2023	
		ABSOLUTO	ABSOLUTO/ PRODUCCIÓN (hl CERVEZA)	ABSOLUTO	ABSOLUTO/ PRODUCCIÓN (hl CERVEZA)
ENVASES UN SOLO USO (kg) <sup>9</sup>	CABREIROÁ	4.432.244	5,60	4.877.282	3,97
	AGUA DE CUEVAS	1.610.744	3,10	1.841.163	3,17
	FONTAREL	1.384.974	2,43	1.183.555	2,45
RESIDUOS NO PELIGROSOS (kg)	CABREIROÁ	742.369	0,68	744.198	0,61
	AGUA DE CUEVAS	33.180	0,06	42.430	0,07
	FONTAREL	58.499	0,10	62.297	0,13
RESIDUOS PELIGROSOS (kg)	CABREIROÁ	2.924	0,003	783	0,001
	AGUA DE CUEVAS	275	0,0005	304	0,0005
	FONTAREL	256	0,0004	155	0,0003
VERTIDOS (M³)	CABREIROÁ	34.282	0,03	45.166	0,04
	AGUA DE CUEVAS	3.616	0,01	3.516	0,01
	FONTAREL	12.010	0,02	7.283	0,02

## 5.1.3. CONSUMO DE RECURSOS RESPONSABLE

El control del consumo de agua, energía eléctrica, combustibles y otros recursos nos permite disponer de información sobre nuestro comportamiento ambiental y nos facilita la identificación de acciones de mejora. En nuestro empeño de reducir consumos y demanda de recursos fijamos anualmente objetivos en la fábrica de cerveza y valoramos la viabilidad de implantación de mejoras técnicas disponibles (MTD), tanto en el proceso productivo como en los auxiliares.

Trasladamos nuestra ambición sostenible a nuestros centros de producción, diez instalaciones que, en la actualidad, concentran nuestra actividad. Debido a su volumen de producción y a las características inherentes a su actividad productiva, la fábrica de cerveza es la que posee los índices de consumo -energético, de agua, de materias primas y

<sup>9</sup> Residuos post consumo correspondientes a los envases de los productos que comercializamos.

otros materiales, de generación de emisiones, de vertidos y de residuos- más significativos. A través de las mejoras implementadas en los últimos años, desde 2009 hasta 2023 hemos reducido los consumos en ratio de la fábrica de cerveza en:

- Electricidad: 26%
- Agua: 39%
- Gas natural: 64%

### Transformación e innovación para potenciar el uso de energías renovables

En 2023 hemos tomado una serie de medidas para promover el uso de energías renovables:

- **Autogeneración de electricidad de origen renovable en nuestras instalaciones mediante paneles solares:** hemos aumentado nuestra ambición en este ámbito año tras año. En 2020 con la primera planta fotovoltaica en la cubierta de la Fábrica de Cerveza; en 2021 en Cabreiroá y en delegaciones de Ferrol, Pontevedra, Vigo y Vimianzo; en 2022 en Fontarel y aumento de la capacidad instalada en la fábrica de cerveza; y en 2023 con una nueva planta fotovoltaica en Cabreiroá y en delegación de Coruña y Santiago.
- **Electricidad con GDOs** (con garantía de origen renovable). Adquisición de electricidad con certificación de origen renovable en la fábrica de cerveza, los manantiales, las delegaciones, los almacenes y las oficinas de Hijos de Rivera, S.A.U.
- **Biogás y biomasa en Fábrica de Cerveza:** en la fábrica de cerveza se incorpora el biogás generado en el proceso anaerobio de depuración de aguas residuales como fuente de energía renovable. Además, en 2023 se ha llevado a cabo la puesta en marcha de una nueva caldera que se alimenta con biomasa certificada sostenible. En 2023 cubrimos el 47% de nuestra necesidad de energía térmica con biogás y biomasa (34% en 2022).

### CONSUMO DE RECURSOS – PLANTA DE CERVEZA

	2022		2023	
	ABSOLUTO	ABSOLUTO/ PRODUCCIÓN (hl CERVEZA)	ABSOLUTO	ABSOLUTO/ PRODUCCIÓN (hl CERVEZA)
ENERGÍA ELÉCTRICA* (KWH)	36.112.637	7,51	37.759.671	7,50
GAS NATURAL (MJ)	251.701.996	52,32	222.317.128	44,14
BIOGÁS* (MJ)	132.269.518	27,49	126.759.488	25,17
BIOMASA* (MJ)	0	0	72.337.512	14,36

**47% DEL TOTAL DE LA ENERGÍA TÉRMICA CONSUMIDA EN LA PLANTA DE CERVEZA EN 2023 PROCEDE DE FUENTES RENOVABLES (BIOGÁS Y BIOMASA).**

TOTAL AGUA SUMINISTRO MUNICIPAL (M³)	1.875.875	0,39	1.878.650	0,37
TOTAL MATERIAS PRIMAS (kg)	92.902.026	19,31	94.800.755	18,82

(\*) Energía de origen renovable

### CONSUMO DE RECURSOS – MANANTIALES

		2022		2023	
		ABSOLUTO	ABSOLUTO/ PRODUCCIÓN (HI CERVEZA)	ABSOLUTO	ABSOLUTO/ PRODUCCIÓN (HI CERVEZA)
ENERGÍA ELÉCTRICA* (KWH)	CABREIROÁ	4.353.079	3,99	4.840.738	3,94
	AGUA DE CUEVAS	1.218.818	2,34	1.305.212	2,23
	FONTAREL	2.158.952	3,68	1.783.688	3,68
GAS PROPANO (kg)	CABREIROÁ	199.448	0,18	237.554	0,19
AGUA SUMINISTRO MUNICIPAL (M³)	CABREIROÁ	4.520	0,004	2.400	0,002
AGUA SUBTERRÁNEA (M³)	CABREIROÁ	146.935	0,13	165.516	0,13
	AGUA DE CUEVAS	55.679	0,11	61.934	0,11
	FONTAREL	84.184	0,14	55.816	0,12

(\*) Energía de origen renovable

### AGUA, FUENTE DE VIDA

**El agua es esencial** no solo en la elaboración de nuestros productos, sino en toda nuestra cadena de valor, desde el cultivo de las materias primas hasta el lavado de los envases reutilizables, así como para las comunidades locales. Es un recurso vital, sobre el que el cambio climático, la contaminación, las prácticas agrarias y los procesos industriales



ejercen una fuerte presión que puede derivar en su contaminación y escasez. **El uso que hagamos de ella es clave en la sostenibilidad del desarrollo de nuestra actividad.**

En nuestro firme compromiso con el uso responsable de los recursos hídricos, nos marcamos **ambiciosos objetivos de reducción de consumo** que alcanzamos **con ayuda de la eficiencia y la innovación**. Queremos asegurar la disponibilidad a largo plazo de un agua saludable y de calidad para todos.

En 2022 llevamos a cabo el cálculo de la **huella hídrica de la fábrica de cerveza y manantiales respectiva a 2021** para el impulso de su gestión responsable a lo largo de la cadena de valor. Este indicador global de apropiación de los recursos de agua dulce se compone de tres tipos: huella hídrica azul (consumo de agua dulce superficial o subterránea), verde (agua de lluvia evaporada o incorporada en el producto) y gris (agua necesaria para que el medio receptor asimile los contaminantes vertidos por la actividad). Además, la huella hídrica puede ser directa o indirecta en función de si el uso y/o contaminación del agua se da en el proceso de producción o procede de la cadena de suministro.

El cálculo fue realizado aplicando la metodología Water Footprint Network para la anualidad de 2021, y fue verificado favorablemente por DNV, entidad de verificación independiente, en el mes de octubre de 2022. En los próximos ejercicios se actualizará el cálculo de la huella hídrica para poder cuantificar las mejoras alcanzadas.

## HUELLA HÍDRICA

PLANTA DE CERVEZA	
DISTRIBUCIÓN POR TIPO	
INDIRECTA	98,57%
DIRECTA	1,43%
DISTRIBUCIÓN POR ORIGEN	
VERDE	67,7%
AZUL	14,6%
GRIS	17,7%
CABREIROÁ	
DISTRIBUCIÓN POR TIPO	
INDIRECTA	51,47%
DIRECTA	48,53%

DISTRIBUCIÓN POR ORIGEN	
VERDE	0%
AZUL	99,4%
GRIS	0,6%
AGUA DE CUEVAS	
DISTRIBUCIÓN POR TIPO	
INDIRECTA	38,35%
DIRECTA	61,65%
DISTRIBUCIÓN POR ORIGEN	
VERDE	0%
AZUL	98,2%
GRIS	1,8%
FONTAREL	
DISTRIBUCIÓN POR TIPO	
INDIRECTA	35,09%
DIRECTA	64,91%
DISTRIBUCIÓN POR ORIGEN	
VERDE	0%
AZUL	95,7%
GRIS	4,3%

## 5.1.4. PROTEGEMOS LA BIODIVERSIDAD

Debido a que la fábrica de cerveza se ubica en un área industrial, no existe afección significativa sobre la biodiversidad. Por su parte, los manantiales tienen establecido un perímetro de protección sobre el que se realizan vigilancias periódicas para verificar que el entorno no se altera en el tiempo.

### PLANTAMOS CARA AL FUEGO

Colaboramos durante 2022 y los primeros meses de 2023 con WWF España en el proyecto 'Plantando cara al fuego' para contribuir a restaurar zonas afectadas por incendios en el

Parque Natural Baixa Lima e Serra do Xurés. Con la plantación de especies autóctonas perseguimos:

- Recuperar las funciones de los bosques (albergues de biodiversidad, facilitadores de aire limpio, protectores frente a inundaciones o termorreguladores del clima)
- Crear bosques autóctonos, de diferentes especies y edades, apostando por la biodiversidad y la variedad de hábitats.
- Potenciar la diversidad en los usos de los bosques como base de la actividad económica en zonas rurales.
- Generar un entorno que apoye nuestra resiliencia frente a retos futuros como el cambio climático o los incendios que este puede derivar.

Especies introducidas en Pinol (Galicia) en 2022 y los primeros meses de 2023:

ESPECIE		Nº DE PLANTONES
NOMBRE COMÚN	NOMBRE ESPECÍFICO	
CASTAÑO	CASTANEA SATIVA	125
CARBALLO	QUERCUS ROBUR	105
PINO MARÍTIMO	PINUS PINASTER	1.170
TOTAL		1.400

### PRESERVAMOS EL MANANTIAL

En 2023 hemos llevado a cabo un diagnóstico de los hábitats y ecosistemas que conforman el entorno del manantial de Aguas de Cabreiroá con el objetivo de conocer el estado actual de la biodiversidad y analizar los factores que influyen sobre la misma y sobre los procesos naturales del ámbito, como son el cambio climático o la actividad humana. En base a este diagnóstico se han identificado diversas acciones para el fomento y la mejora de la biodiversidad.

## 5.2. COMPROMETIDOS CON NUESTRAS PERSONAS

Las personas son un factor fundamental de nuestros proyectos y del éxito de nuestra organización.

## 5.2.1. LAS PERSONAS EN EL EJE DE NUESTRA ESTRATEGIA

En alineación con el Plan estratégico 2022-2024, nuestra estrategia de personas se organiza en un modelo de gestión que sigue 4 ejes de trabajo:

### 1

---

INTEGRAR A LAS PERSONAS COMO UN EJE CLAVE DE LA ESTRATEGIA DE LA ORGANIZACIÓN

La función de Recursos Humanos, a través de sus equipos, forma parte de los órganos de gestión de las distintas unidades de negocio, garantizando así que las decisiones que afectan al negocio se tomen siempre contando con la dimensión humana de la empresa.

### 2

---

GESTIÓN DEL TALENTO: ATRACCIÓN, DESARROLLO, TRANSFORMACIÓN Y ADAPTACIÓN AL CAMBIO

En una empresa en crecimiento constante, no solo garantizamos la incorporación del mejor talento, sino que también velamos por su desarrollo y acompañamos a las personas a través de los continuos procesos de cambio que impactan a los equipos de Corporación Hijos de Rivera.

### 3

---

FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN Y LA CONTRIBUCIÓN DE NUESTROS COLABORADORES

La función del "HRBP" (Human Resources Business Partner) es clave para la escucha constante de las necesidades de los equipos. En contacto directo con su cliente interno, el equipo de HRBP detecta y responde de forma directa a los retos planteados. Completamos esta acción con nuestros canales de comunicación interna, reuniones con los equipos y nuestra encuesta de clima laboral.

### 4

---

MEJORAR NUESTRA PROPUESTA DE VALOR AL EMPLEADO

Año tras año, vamos consolidando y mejorando la propuesta de valor al empleado, integrando distintos elementos como la mejora constante de las condiciones salariales, el tiempo de descanso anual, la conciliación, el trabajo híbrido o la desconexión digital, entre otras muchas medidas. También estamos digitalizando la función ampliando el perímetro de empresas integradas en la plataforma de recursos humanos y ofreciendo cada vez más servicios en línea.

### CIFRAS CLAVE DE LA COMPOSICIÓN DE LA PLANTILLA EN 2023

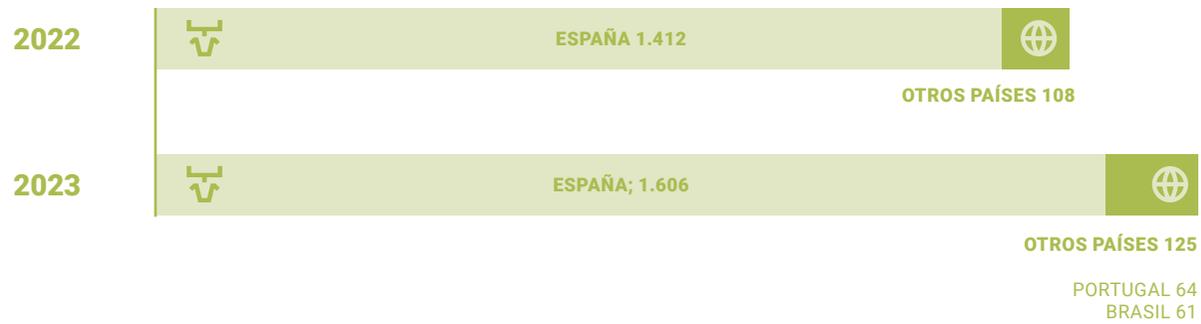
A cierre de 2023 el número de personas en plantilla ha crecido en 279 personas, finalizando el año con 1.809 profesionales de la Corporación. Se informa de 1.731 profesionales, lo que representa un 95,7% del total de la plantilla.

El número promedio y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional del año 2023 no difiere más de un 5% del número al cierre del ejercicio por lo que no se detalla la información sobre datos promedios.

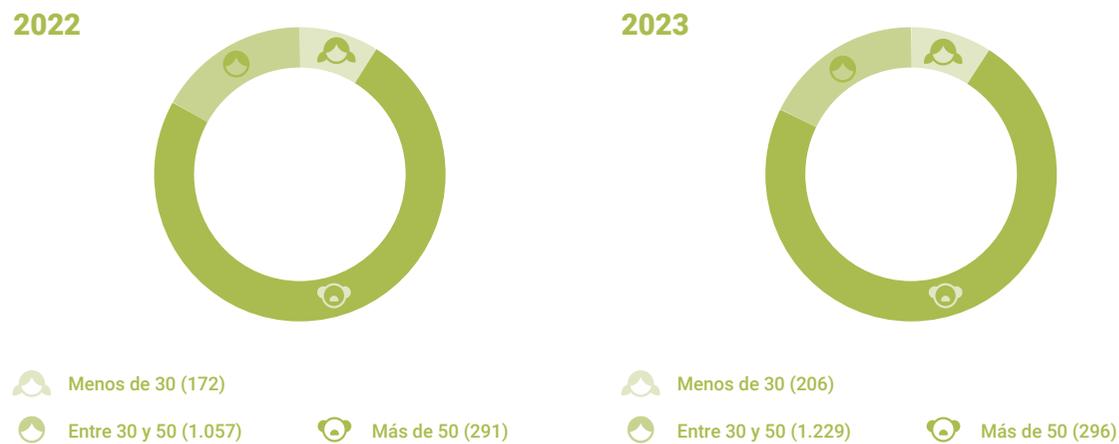
### DESGLOSE POR GÉNERO



### DESGLOSE POR PAÍS



### DESGLOSE POR TRAMO DE EDAD



### DESGLOSE POR CATEGORÍA PROFESIONAL



### MODALIDAD DE CONTRATOS POR GÉNERO

	2022			2023		
	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
INDEFINIDO	290	1.099	1.389	339	1.284	1.623
COMPLETA	267	1.079	1.346	317	1.254	1.571
PARCIAL	23	20	43	22	30	52
TEMPORAL	34	97	131	24	84	108
COMPLETA	29	73	102	21	59	80
PARCIAL	5	24	29	3	25	28
TOTAL	324	1.196	1.520	363	1.368	1.731

### MODALIDAD DE CONTRATOS POR EDAD

	2022				2023			
	<30	30- 50	>50	TOTAL	<30	30- 50	>50	TOTAL
INDEFINIDO	136	987	266	1.389	186	1.171	266	1.623
COMPLETA	105	976	265	1.346	162	1.145	264	1.571
PARCIAL	31	11	1	43	24	26	2	52
TEMPORAL	36	70	25	131	20	58	30	108
COMPLETA	32	67	3	102	20	55	5	80
PARCIAL	4	3	22	29	0	3	25	28
TOTAL	172	1.057	291	1.520	206	1.229	296	1.731

### MODALIDAD DE CONTRATOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL

	DIRECTIVOS Y MANDOS TÉCNICOS TITULADOS		ADMINISTRATIVOS Y COMERCIALES		PERSONAL DE PLANTA Y SERVICIOS AUXILIARES		TOTALES	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
INDEFINIDO	376	428	300	341	713	854	1.389	1.623
COMPLETA	375	422	297	335	674	814	1.346	1.571
PARCIAL	1	6	3	6	39	40	43	52
TEMPORAL	5	14	30	25	96	69	131	108
COMPLETA	4	12	28	22	70	46	102	80
PARCIAL	1	2	2	3	26	23	29	28
TOTAL	381	442	330	366	809	923	1.520	1.731

### DESVINCULACIONES POR EDAD, CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO

	EDAD			CATEGORÍA PROFESIONAL			GÉNERO		
	<30	30-50	>50	DIRECTIVOS Y MANDOS TÉCNICOS TITULADOS	ADMINISTRATIVOS Y COMERCIALES	PERSONAL DE PLANTA Y SERVICIOS AUXILIARES	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
2022	6	29	10	17	11	17	4	41	45
2023	12	35	4	5	15	31	16	35	51

**46° RANKING MERCOTALENTO<sup>2</sup> ↑ 49 POSICIONES EN 3 AÑOS**

**49**



## 5.2.2. SATISFACCIÓN Y CLIMA LABORAL

Durante el segundo año de plan estratégico, hemos continuado reforzando nuestra acción para consolidar y mejorar la satisfacción y el clima laboral en las empresas de Corporación Hijos de Rivera.

Hemos lanzado una **iniciativa global** en las distintas sociedades de la organización para que cada unidad de negocio desarrolle planes de acción concretos destinados a la mejora del clima laboral. Asimismo, hemos **compartido con nuestros empleados los resultados de la encuesta de clima** realizada con la metodología Great Place to Work y realizado reuniones presenciales para compartir la evolución del plan estratégico.

Seguimos mejorando nuestra **comunicación interna** a través de la plataforma integrada en MSTeams. Nuestros trabajadores tienen acceso desde cualquier dispositivo a contenidos sobre la actividad de la compañía (patrocinios, lanzamientos de productos, campañas, etc.), actividades como sorteos o iniciativas de bienestar, e información de interés, como incorporaciones o vacantes en la organización.

Asimismo, hemos lanzado nuevos canales temáticos, entre ellos uno sobre Impacto Positivo y otro dirigido a colaboradores de Brasil. En el marco de las relaciones laborales, seguimos trabajando día a día con las distintas Representaciones Legales de los Trabajadores para fomentar unas relaciones cercanas, fluidas y de mejora continua con los distintos colaboradores incluidos en los convenios de las empresas de Corporación Hijos de Rivera. Aunque el Convenio de HDR S.A.U. cubre el periodo 2021-2024, en 2023 ya hemos logrado avances significativos.

### PRINCIPALES AVANCES 2023

- Mejora en la organización de turnos de trabajo y turnos de vacaciones.
- Mejoras en conciliación
- Consolidación de nuestro modelo de trabajo híbrido flexible en los colectivos elegibles.

## 5.2.3. SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

Basándonos en las líneas estratégicas de la compañía, hemos establecido las prioridades con nuestros profesionales para seguir trabajando, día a día, en la mejora del bienestar global de nuestros equipos. Así, en el ámbito de la seguridad, salud y bienestar, nuestro propósito es continuar invirtiendo en prevención de riesgos y reducir el número de accidentes, así como promover hábitos de vida saludables entre todos los empleados. A lo largo de 2023, hemos trabajado también para seguir mejorando y desarrollando los distintos proyectos orientados a la mejora del bienestar global de nuestros colaboradores.



## 2022-2024 - TRABAJAR= TRABAJAR DE FORMA SEGURA

# OBJETIVO MEJORAR LA CULTURA PREVENTIVA DE LA ORGANIZACIÓN.

### PROCESO INICIADO EN

Hijos de Rivera, S.A.U., en concreto, en su instalación industrial sita en el Polígono de A Grela, y lo hemos continuado con otras empresas y áreas de la Corporación como son Aguas de Cabreiroá, Aguas El Pilar y el área de Logística de HR, incluyendo Logística de Bodega y Logística de almacenes.

### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Realizar un diagnóstico para conocer las características de la cultura preventiva en la Corporación.

2. Definir y poner en marcha un plan de mejora en dicho ámbito:

- Mejorar el liderazgo de la cadena de mando
- Mejorar el equilibrio seguridad/productividad
- Incrementar la participación en seguridad y salud.
- Identificar situaciones en las que se pueda trabajar de una forma más segura.
- Apoyar a nuestros colaboradores para que entre todos podamos trabajar de una forma más segura.

3. Disminuir la siniestralidad y absentismo.

4. Asegurar el cumplimiento legal.

### CULTURA PREVENTIVA

Debido a nuestro marcado carácter industrial, una de las máximas prioridades es crear un entorno seguro en nuestros centros de producción. Continuamos trabajando en la evolución de la cultura preventiva de las empresas de la Corporación, con el propósito de que se convierta en un valor.

En 2023 también hemos puesto en marcha: **Talleres cultura preventiva 'El liderazgo en seguridad y salud' y 'Herramientas de Gestión'** dirigidos a la dirección, responsables y mandos intermedios con el objetivo de fomentar la cultura preventiva y transformar los comportamientos en este sentido.

**Campaña uso de equipos de protección individual** en A Grela, dirigido a empleados de fábrica a través de cartelería, material informativo, fichas y llaveros.

### Acciones certificadas

Respecto a la evolución de los sistemas de gestión, Hijos de Rivera, S.A.U y Aguas de Cabreiroá, S.A.U. continúan con su certificado en la norma internacional de gestión sobre seguridad y salud laboral ISO 45001, y se ha aumentado el alcance a Agua de Cuevas consiguiendo el correspondiente certificado este año 2023. El equipo auditor de esta norma ha puesto en valor la **mejora y robustez del sistema de gestión**, así como su evolución **destacando los siguientes aspectos positivos**:

- 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 a delegados de prevención como a 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.

### Nuestros equipos de cultura preventiva

Continuamos apostando por los Equipos de Cultura Preventiva (ECP) para dar apoyo en la gestión, mejorar la cultura preventiva, la consulta y la participación de las personas. Éstos, 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.

## MEDIDAS DESTACADAS SALUD Y BIENESTAR

- Plan de ayuda Psicológica y social al empleado desde 2020.
- Webinarios psicoeducativos.
- Webinarios Nutricionales.
- Desayunos saludables durante las analíticas de los exámenes de salud.
- Plataforma de bienestar para los empleados desde 2018.
- Organización de actividades deportivas en grupo organizadas desde el área de Seguridad, Salud y Bienestar o desde el grupo Aventura Hijos de Rivera.
- Plan de mejora del bienestar específico en Personal de Bodega

## ACCIDENTABILIDAD<sup>10</sup>

	Nº ACCIDENTES CON BAJA	DÍAS DE BAJA	ÍNDICE DE INCIDENCIA <sup>11</sup>	ÍNDICE DE FRECUENCIA <sup>12</sup>	ÍNDICE DE GRAVEDAD <sup>13</sup>
<b>2022</b>	53	1.473	36,35	20,2	0,56
MUJERES 	5	59	16,78	9,32	0,1
HOMBRES 	48	1.414	40,99	22,77	0,67
<b>2023</b>	64	1.496	38,37	21,4	0,5
MUJERES 	7	138	20,17	11,28	0,22
HOMBRES 	57	1.358	43,15	24,1	0,57

En el año 2022 y en 2023 se incluyó a la empresa Estrella de Galicia Exportação e Importação de Bebidas e Alimentos, Ltda. (Brasil). En 2023 no se ha producido ninguna enfermedad profesional. El índice de incidencia específico de Hijos de Rivera S.A.U. es de 36,69. Por otro lado, el absentismo en el ejercicio 2023 ha sido de 134.657,76 horas. Se incluyen como absentismo todas las horas de ausencia del puesto de trabajo por todos los conceptos excepto las horas de maternidad o paternidad y lactancia.

## 5.2.4. TALENTO Y LIDERAZGO

En una firme apuesta por potenciar el Plan de Formación 2023 y 2024, utilizamos la metodología “70 20 10” para detectar las necesidades de desarrollo. Lo hacemos a través de:

- Una evolución del modelo de Evaluación del Desempeño, que integra la identificación de áreas de desarrollo en el proceso.
- Establecimiento de un sistema de matriz de habilidades en el área de Operaciones.

<sup>10</sup> No incluye in itinere.

<sup>11</sup> Índice de incidencia: nº accidentes en jornada de trabajo con baja/ (nº de trabajadores)\*1.000.

<sup>12</sup> Índice de frecuencia: [nº accidentes en jornada de trabajo con baja/ (nº de trabajadores x horas trabajadas en el periodo)] x 1.000.000.

<sup>13</sup> Índice de gravedad: [nº de días perdidos por accidentes con baja iniciados en el periodo/ (nº de trabajadores x horas trabajadas en el periodo)]\* 1.000.

<sup>14</sup> Los datos de participantes y horas incluyen a las personas de FP Dual, prácticas y becas que han recibido formación.

- Instauración de planes de sucesión para los roles críticos identificados en la organización.
- Desarrollo de un programa de *On Boarding* transversal.
- FP Dual – empleabilidad y talento joven con acceso a nuevos perfiles y áreas de la Organización.

## PRINCIPALES INDICADORES FORMACIÓN<sup>14</sup>

	2022	2023
INVERSIÓN TOTAL	1.561.478 €	1.817.269,00 €
PARTICIPANTES (FTE)	4.569	4.784
HORAS RECIBIDAS	72.556	96.352
INVERSIÓN POR EMPLEADO	1.155 €	1.269,40 €

## FORMACIÓN POR ÁMBITO

	2022		2023	
	PARTICIPACIONES (FTE)	HORAS RECIBIDAS	PARTICIPACIONES (FTE)	HORAS RECIBIDAS
CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA	287	787	559	1.142
CULTURA DE CERVEZA	310	370	243	2.546
IMPACTO POSITIVO Y CULTURA DE COMPAÑÍA	--	--	525	3.052
CULTURA LEAN	519	3.517	353	4.302
DIGITAL	160	291	18	547
EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	351	332	450	464
FORMACIÓN CONTINUA	1.643	6.907	771	4.714
FP DUAL, PRÁCTICAS Y BECAS	58	45.159	74	66.112
HABILIDADES	467	3.834	310	2.992
IDIOMAS	66	2.888	126	1.298
ON BOARDING	103	2.380	136	2.416
ON BOARDING – WELCOME EXPERIENCE	--	--	20	400
PLANES DE DESARROLLO INDIVIDUAL	20	1.058	5	760
SEGURIDAD Y SALUD LABORAL	546	1.739	987	4.203
FORMACIÓN ON THE JOB	39	3.294	207	1.404
<b>TOTAL</b>	<b>4.569</b>	<b>72.556</b>	<b>4.784</b>	<b>96.352</b>

## FORMACIÓN POR CATEGORÍA PROFESIONAL

	2022		2023	
	PARTICIPACIONES (FTE)	HORAS RECIBIDAS	PARTICIPACIONES (FTE)	HORAS RECIBIDAS
DIRECTIVOS, MANDOS Y TÉCNICOS TITULADOS	1.700	10.750	2.571	11.499
ADMINISTRATIVO Y COMERCIAL	1.359	5.582	163	3.352
PERSONAL DE PLANTA Y SERVICIOS AUXILIARES	1.510	56.224	1.976	15.389
<b>TOTAL</b>	<b>4.569</b>	<b>72.556</b>	<b>4.710</b>	<b>30.240</b>

## PLAN DE SUCESIÓN PARA ROLES CRÍTICOS

Asegurar un adecuado relevo en aquellos roles considerados críticos en la estructura de la compañía es esencial para lograr el éxito continuado en los resultados. Por ello, en 2023 hemos trabajado, junto a los responsables de área, en la definición de "rol crítico" e iniciado las actividades formativas necesarias. La revisión definitiva y la implementación de las acciones tendrán lugar en 2024, así como la realización de revisiones trimestrales de su cumplimiento y evaluaciones de acciones concretas con los responsables. A cierre de 2023 contamos con 48 planes de desarrollo activos.

## EMPLEABILIDAD Y TALENTO JOVEN

Para apoyar el talento joven y garantizar su inclusión y empleabilidad, promovemos el emprendimiento y la innovación a través de becas, prácticas y FP Dual. El programa 'Estrellas del futuro' es una de nuestras iniciativas clave para favorecer la empleabilidad y el desarrollo del talento joven. Está dirigido a las personas que, con los planes de Formación Profesional DUAL y nuestros programas de prácticas y becas, dan sus primeros pasos laborales con nosotros. En 2023 se han incorporado por primera vez perfiles de FP Dual en Bodegas y Cervinter.



**30 PARTICIPANTES  
EN EL PROGRAMA  
DE PRÁCTICAS Y  
BECAS 2023**



**44 ALUMNOS  
EN EL PLAN DE  
FORMACIÓN  
PROFESIONAL DUAL**



**+65.000 HORAS  
DE FORMACIÓN**

Además, desde 2017, somos Global Partner de Taleñt, una iniciativa que nace con el propósito de hacer de España la capital global de talento.

## EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO COMO EJE DEL DESARROLLO INDIVIDUAL

Nuestro modelo de evaluación de desempeño ha evolucionado en 2023 para ir más allá de la calificación del cumplimiento. Entablamos una conversación de desarrollo con nuestros colaboradores donde ofrecemos soluciones en forma de actividades formativas, tanto para potenciar fortalezas, como para responder a áreas de mejora. A lo largo de este proceso, hemos realizado más de 35 acciones formativas a *managers*. También hemos evaluado con entrevistas de desarrollo y confeccionado una guía denominada '70 20 10', que incluye un catálogo de 92 actividades formativas y de desarrollo, basada en las competencias más demandadas en la organización:

Presentaciones eficaces  
Formación de formadores  
Gestión del tiempo  
Gestión del cambio

Gestión de proyectos  
Empatía y asertividad  
Trabajo en equipo  
Motivación de equipo

Cultura de cerveza  
Certificaciones programa  
Cicerone

## MATRIZ DE HABILIDADES EN OPERACIONES

Asegurar la formación continua de nuestras personas en el área de Operaciones ha sido siempre prioritario en Corporación Hijos de Rivera, en particular en relación con la seguridad en el puesto de trabajo y la calidad alimentaria. En esta línea, hemos incorporado un sistema de detección y evaluación de las necesidades formativas en habilidades técnicas, mejora continua y habilidades *soft* para potenciar su desarrollo.

Hemos confeccionado las denominadas "matrices de habilidades" para los grupos 1, 3 y 7 de la Instalación industrial sita en el Polígono de A Grela, que forma parte de Hijos de Rivera, S.A.U. y para las áreas de fabricación y envasado de la futura planta de Morás. Estas matrices incluyen una descripción detallada de las habilidades requeridas para la realización de las funciones de cada puesto de trabajo y conllevan entrevistas con cada operador y jefe de equipo para detectar necesidades formativas individuales y confeccionar el correspondiente Plan de formación individual para 2024.

## PLAN DE TRANSFORMACIÓN EN IMPACTO POSITIVO

Hemos puesto en marcha un programa de concienciación para que el Impacto Positivo esté presente en toda la Corporación. Este programa expone los grandes retos a los que nos enfrentamos, promueve el conocimiento del marco global de la sostenibilidad y propone a participantes una serie de experiencias inmersivas.

## PLAN DE APRENDIZAJE CONTINUO

La formación continua y nuestra apuesta por fomentar el interés y el conocimiento, es una prioridad. Así, nuestro Plan de Aprendizaje Continuo incluye formación enfocada al desempeño de las funciones diarias, programas de desarrollo de habilidades, formación para el cumplimiento de los requisitos legales, programas de idiomas *online* a través de LinkedIn Learning.



**+29.000 HORAS IMPARTIDAS  
EN EL PLAN DE APRENDIZAJE  
CONTINUO 2023**



**3.000  
PARTICIPACIONES  
2023**

Asimismo, hemos continuado con los planes de formación asociados a los ejes transversales de nuestro plan estratégico:

- Cultura Cervecera, con el que hemos superado las 1.200 personas certificadas con el CICERONE de nivel Anfitrión.
- Agilidad y Flexibilidad con el proyecto de Cultura Lean para la integración de la mejora continua en nuestro ADN. En este plan se han impartido ya más de 3.000 horas de formación y más de 500 participaciones.

## PROGRAMA DE ON BOARDING TRANSVERSAL

Fomentamos una integración cultural completa y transversal, a través de nuestro modelo de *On boarding*, dirigido a las nuevas incorporaciones, independientemente de su nivel, ubicación o área de incorporación. Actividades formativas que introducen el Plan estratégico y el modelo cultural de Corporación Hijos de Rivera -Impacto positivo, cultura y valores de Hijos de Rivera Cultura Lean-, ofrecen una sesión de autoconocimiento y autoeficacia, información laboral y normativa, presentan el código de valores, repasan los riesgos digitales y dan a conocer la estructura de sociedades de la compañía y la Cultura de Cerveza. Un proceso completado con un seguimiento anual, formación y *mentoring* interno.

## 5.2.5. DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN

Trabajamos para establecer mecanismos de garanticen la igualdad, la diversidad y la igualdad de oportunidades de liderazgo.

### BRECHA SALARIAL

Nuestra política retributiva 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 de Corporación Hijos de Rivera y los países en los que se encuentran localizadas, entre otros.

El salario bruto anual medio no es representativo en la valoración de la diferencia entre la retribución de la mujer y la del hombre en nuestra Corporación, 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 de la Corporación el salario mediano, que divide al número de trabajadores en dos partes iguales. La brecha salarial de la Corporación es del -1,85% (-6,5% en el ejercicio anterior). El signo negativo significa que la remuneración de las mujeres es inferior a la de los hombres. Se ha obtenido por diferencia entre la remuneración mediana de las mujeres y la de los hombres, expresado como un porcentaje sobre la remuneración mediana de los hombres. La brecha salarial obtenida de la media de las retribuciones brutas anuales es el -12,25%, (-18,63% en el ejercicio anterior).

En la Corporación no existen empleados con la categoría de alta dirección. El Consejo de Administración de la Corporación está constituido por diez miembros, nueve hombres y una mujer, por lo que la remuneración no se reporta desagregada por sexo. Las remuneraciones percibidas por el Consejo de Administración de Corporación Hijos de Rivera S.L. en el ejercicio 2023 ascienden a 4.715.242,30 €.

### REMUNERACIONES MEDIAS POR GÉNERO (€)

	2022	2023
MUJERES	32.848	35.841
HOMBRES	40.371	40.842

### REMUNERACIONES MEDIAS POR RANGO DE EDAD (€)

	2022	2023
<30	22.746	24.985
30 - 50	35.410	37.143
>50	60.445	61.102

### REMUNERACIONES MEDIAS POR GRUPO PROFESIONAL (€)

	2022	2023
DIRECTIVOS, MANDOS Y TÉCNICOS TITULADOS	70.539	69.981
ADMINISTRATIVOS Y COMERCIALES	28.714	29.900
PERSONAL DE PLANTA Y SERVICIOS AUXILIARES	27.880	29.260

### PLANES DE IGUALDAD

En 2023 continuamos avanzando en el desarrollo de los planes de igualdad y la incorporación progresiva de sociedades a este proceso de búsqueda de equidad. Ha sido un año marcado por la revisión y readaptación a la evolución de la organización, tanto en los diagnósticos como en el trabajo de coordinación con las diferentes mesas de negociación, de avances en la identificación y acuerdo sobre las áreas de mejora y de implementación de un plan de medidas enfocadas al bienestar de las personas.

En concreto, en las Mesas Negociadoras, hemos registrado los Planes de Igualdad de Cabreioá, Bares y Estrellas y Cervinter, adquiriendo, así, el compromiso de seguir avanzando en el cumplimiento de las acciones de mejora negociadas durante la vigencia de los planes.

Continuamos trabajando para mejorar los aspectos pendientes de mejora, con el reto que plantea el perfil industrial y nuestra ubicación. En este sentido, somos conscientes de que tenemos que mejorar en algunos aspectos y estamos trabajando para conseguirlo, aunque nuestro perfil industrial y nuestra ubicación son un reto a la modificación de estas tendencias.

### CONTRATACIONES POR EDAD 2023



Menores 30 años: 53 (19%)  
 Mayores 50 años: 21 (8%)  
 Entre 30 y 50 años: 205 (73%)

### CONTRATACIONES POR GÉNERO EN 2023



Mujeres (56) 20%  
 Hombres (223) 80%

### DISCAPACIDAD

En 2023, continuamos con el Programa INSERTA de la Fundación ONCE, un convenio de colaboración que tiene como objetivo la contratación, por parte de nuestra Corporación, de personas con discapacidad. Una iniciativa que nos permite avanzar en la inclusión laboral de personas con capacidades diferentes y que implica también la inserción indirecta, a través de la adquisición de bienes y contratación de servicios a centros especiales de empleo. Asimismo, estamos comprometidos con la adaptación de las instalaciones necesarias para la inclusión de personas con discapacidad a nuestra plantilla.

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

	2022						
	ADMINISTRATIVOS Y COMERCIALES			PERSONAL DE PLANTA Y SERVICIOS AUXILIARES			TOTAL
	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	
ENTRE 30 Y 50	1	3	4	0	1	1	5
MÁS DE 50	0	1	1	0	5	5	6
TOTAL GENERAL	1	4	5	0	6	6	11
	2023						
	ADMINISTRATIVOS Y COMERCIALES			PERSONAL DE PLANTA Y SERVICIOS AUXILIARES			TOTAL
	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	
ENTRE 30 Y 50	0	3	3	1	5	6	9
MÁS DE 50	0	0	0	0	5	5	5
TOTAL GENERAL	0	3	3	1	10	11	14

## 5.3. IMPLICADOS CON NUESTROS CLIENTES Y ALIADOS

Año tras año, trabajamos para mantener una relación de cercanía y confianza con nuestros consumidores, clientes y proveedores.

## 5.3.1. JUNTO A NUESTROS CLIENTES

Gran parte de la confianza que nuestros clientes han depositado en nosotros responde a nuestra capacidad de atender sus necesidades. Nuestra clave para dar una buena respuesta reside en escucharlos y en proporcionar las vías necesarias para que sepan que estamos cerca. En este sentido, el papel de nuestra red comercial, con 29 áreas distribuidas por toda la geografía española y Portugal, es fundamental.

En 2023, se ha llevado a cabo una encuesta de satisfacción de entrega y evaluación del servicio, con una tasa de participación del 14% (28% en 2022). De las 5.539 respuestas recibidas (5.731 respuestas en 2022), el 76% de los clientes han valorado la experiencia de compra y el servicio de entrega como excelentes (72% en 2022) y el 22% como satisfactorio (21% en 2022). De esta forma, logramos nuestro objetivo para este año de lograr una valoración media de excelente en un 75% de las respuestas.

Además, se ha realizado otra encuesta sobre el grado de satisfacción de los clientes con los productos. A cierre de año, de los 39.249 pedidos realizados, se recibieron un 14% de valoraciones en las cuales los consumidores se manifestaron en un 78% como muy satisfechos (74% en 2022) y en un 18% como satisfechos (20% en 2022).

### VÍAS DE CONTACTO

Nuestro departamento de Servicio al Cliente (SAC), atiende a la red de distribuidores nacionales e internacionales, a los canales de alimentación y hostelería, las comunicaciones de consumidores y las recibidas desde punto de venta, además de hacerse cargo de la resolución y cierre de incidencias.

Los clientes y consumidores cuentan con varias vías para contactar con nosotros: a través de correo electrónico, *chatbot*, formularios de contacto web, redes sociales y teléfono. El SAC gestiona todas las comunicaciones recibidas, categoriza cada caso y lo deriva a los departamentos correspondientes para su gestión.

**13.415 COMUNICACIONES RECIBIDAS  
VÍA CORREO ELECTRÓNICO, CHATBOT  
Y TELÉFONO**

COMUNICACIONES CON CLIENTES	2022	2023
COMUNICACIONES B2B (DISTRIBUIDORES, CLIENTE DIRECTO)	140.017	159.375
COMUNICACIONES B2C (CONSUMIDORES FINALES Y DETALLISTAS)	10.126	12.452
SOLICITUDES DE INFORMACIÓN	8.479	9.238
RECLAMACIONES	1.647	3.214



CANAL B2C (CONSUMIDORES FINALES Y DETALLISTAS) COMUNICACIONES RECIBIDAS	2022	2023
LOCALES DE HOSTELERÍA Y CONSUMIDORES	61%	70%
CLIENTES POTENCIALES	29%	21%
OTROS PERFILES (COLABORACIONES Y PATROCINIOS)	9%	9%

### RECLAMACIONES DE PRODUCTO

En caso de recibir una reclamación sobre productos, contamos con un protocolo de actuación:

- 1. CONTACTO CON EL USUARIO PARA AMPLIAR O CONFIRMAR INFORMACIÓN.**
- 2. GESTIÓN DE RECOGIDA DE MUESTRAS.**
- 3. COMUNICACIÓN DE LA INCIDENCIA A LA LISTA DE DISTRIBUCIÓN "INTERACCIONES DEPARTAMENTO DE CALIDAD – SAC", SI PROCEDE.**
- 4. EL DEPARTAMENTO DE CALIDAD DE LA PLANTA CORRESPONDIENTE INVESTIGA Y ANALIZA LA RECLAMACIÓN Y PLASMA SUS CONCLUSIONES EN UN INFORME QUE ENVÍA AL SAC.**
- 5. CONTACTO DESDE EL SAC AL CONSUMIDOR CON EL INFORME CORRESPONDIENTE ELABORADO DESDE EL DEPARTAMENTO DE CALIDAD.**

### CANAL E-COMMERCE

El *e-commerce* [Bigcrafters.com](https://www.bigcrafters.com), *marketplace* de alimentación y bebidas impulsado por Corporación Hijos de Rivera, acoge ya a más de un centenar de productores con espíritu artesano. De esta forma, la tienda *online* se ha convertido en la referencia para los usuarios más inconformistas, que buscan productos auténticos y de calidad.

### CANAL B2C (CLIENTE FINAL E-COMMERCE)

Nº total de pedidos; 39.249

Nº total de reclamaciones; 2.107



El promedio de reclamaciones por total de pedidos es del 5%. Por otro lado, a 11 de marzo de 2024, están pendientes de cierre 23 reclamaciones.

### TIPO DE RECLAMACIONES RECIBIDAS EN CANAL B2C (CLIENTE FINAL E-COMMERCE)



- Mercancía con entrega incompleta
- Retrasos
- Mercancía rota
- Mercancía errónea
- Motivos económicos
- Problemas con repartidores

### AGILIDAD DIGITAL

Con el fin de ofrecer un mejor servicio y agilizar los procesos de gestión e intercambio de información, seguimos apostando por la digitalización. 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 que se pueden consultar en tiempo real.

Las principales 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 del cual pueden crear sus pedidos digitales B2B y hacer seguimiento de su actividad.
- Automatización para las ventas de los distribuidores.
- Facturación electrónica.
- Mensajería electrónica.

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 a través de la red comercial, del servicio de asistencia técnica y del departamento de atención al cliente no sea de calidad. Prevenir estos riesgos 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 Postventa que nos permite asegurar su correcto funcionamiento para que los consumidores disfruten de la máxima calidad de nuestros productos.

## 5.3.2. ALIADOS RESPONSABLES

Mantenemos con nuestros proveedores una estrecha relación, esencial para alcanzar nuestros objetivos. Juntos, trabajamos desde la confianza y la honestidad, tal y como se establece en nuestro código de valores, resistiendo unidos frente a cualquier eventualidad y, sobre todo, compartiendo una perspectiva colaborativa de co-creación en la que sumamos fuerzas.

El 2023 ha estado marcado por la volatilidad e inestabilidad del contexto al igual que los años precedentes: la continuación de la guerra en Ucrania, nuevos conflictos bélicos, la inflación persistente y las inclemencias meteorológicas, nos han llevado a continuar identificando e implementando medidas que garanticen la continuidad de las operaciones, así como la competitividad económica de las mismas, en los siguientes ámbitos:

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

Pero la coyuntura no nos ha hecho descuidar uno de los principales objetivos de nuestra organización: el desarrollo sostenible, siempre presente tanto en la realización de iniciativas de impacto positivo como en la valoración de nuestros proveedores por sus esfuerzos en este ámbito.

### DESDE LA TRANSPARENCIA

Trabajamos con nuestros proveedores para 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. 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, todos nuestros proveedores cuentan con canales de comunicación, como el nuevo Canal Ético, para trasladar cualquier conducta anómala. Más información en el apartado 5.5.5. Criterio ético e íntegro.

El departamento de Compras es el responsable de dirigir el proceso de búsqueda y selección de proveedores, teniendo en cuenta las siguientes etapas:

#### 1 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. Este proceso de selección de proveedores puede llevar asociada la necesidad de homologación de estos o de las referencias a suministrar.

#### 2 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.

### 3 ADJUDICACIÓN

A uno o varios proveedores, que tendrá lugar en el Comité de Compras de forma consensuada entre los implicados.

### 4 CIERRE DE ACUERDOS

Formalización de la compra. 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.

### 5 SEGUIMIENTO

Compras velará por el cumplimiento de las condiciones pactadas en el acuerdo, tomando acciones correctivas si fuese necesario. También, de forma periódica, se lleva a cabo una evaluación de los proveedores según el grado de cumplimiento de estos.

En 2023, hemos concluido 21 procesos de homologación e implementado más de 15 acciones encaminadas a disminuir los riesgos de desabastecimiento en el suministro.

## POLÍTICA DE PROVEEDORES

Contamos con una Política de Proveedores de Bienes y Servicios aprobada por el Consejo de Administración de Corporación Hijos de Rivera desde el 27 de enero de 2023. Ésta contempla los **requisitos que deben cumplir los nuevos proveedores**:



**RESPECTO POR LOS VALORES HUMANOS, EL MEDIOAMBIENTE Y ASPECTOS LEGALES.**



**CALIDAD DEL PRODUCTO**



**NIVEL DEL SERVICIO PLAZO DE ENTREGA, COMPROMISO A LARGO PLAZO, ALCANCE DEL ACUERDO.**



**SOLIDEZ FINANCIERA.**



**SOSTENIBILIDAD SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL.**

Los criterios de sostenibilidad social y ambiental están especialmente presentes en nuestra toma de decisiones. Algunas de las acciones destacadas en este sentido son:

- Inclusión de criterios de sostenibilidad social y ambiental en la toma de decisiones.
- Respeto de los derechos humanos (cumplimiento normativo, acuerdos de la OIT, etc.) y del medioambiente (emisión de gases de efecto invernadero, gestión de residuos o huella hídrica, etc.).
- Cercanía geográfica al lugar de suministro o la especial consideración hacia proveedores vulnerables (productores primarios, empresas pequeñas y/o locales, bien por su dependencia económica o de cualquier otra índole).
- Promoción del conocimiento del Pacto Mundial de las Naciones Unidas mediante la realización de mesas de sostenibilidad con nuestros proveedores principales.
- Establecimiento de alianzas que promuevan el carácter familiar y de tradición de la Corporación. Los acuerdos con proveedores no solo tienen en cuenta aspectos económicos y de servicio, sino también elementos que encajen con la estrategia de la compañía. De igual forma, potenciamos los acuerdos con compañías con las que compartamos valores y/o trayectoria, como empresas familiares.
- Fomento del desarrollo socioeconómico en las comunidades donde desarrollamos nuestra actividad.
- Potenciación de las relaciones de larga duración con proveedores mediante contratos a varios años.

Transmitimos nuestros valores a los proveedores a través nuestra web corporativa, desde donde se puede acceder a nuestra Política de Proveedores de Bienes y Servicios y de una comunicación proactiva vía *e-mail*. Asimismo, las condiciones generales de compra que acompañan a todos nuestros pedidos incluyen un enlace a esta política, así como al código de valores, para que pueda ser consultada en cualquier momento.

Además, anualmente realizamos auditorías internas y externas de verificación de procesos, en concreto, en el ámbito de la certificación UNE-EN ISO 9001:2015 Sistemas de Gestión de la Calidad (Hijos de Rivera S.A.U.; Aguas de Cabreiroá S.A.U.; Aguas de Cuevas S.A.U.; Customdrinks S.LU. y Aguas del Pilar S.L.).

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 en 2023 para alinearse a los pilares detallados en la Política de Proveedores.

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 y para disminuir su impacto en el medioambiente.

## RESPONSABILIDAD COMPARTIDA

Velamos por que el compromiso con las personas y la sostenibilidad se extienda también en la forma de trabajar de nuestros colaboradores, trabajando para asegurar los máximos niveles de integridad y responsabilidad. Por ello, nuestro Código de Valores incluye una serie de directrices relacionadas con los procesos de compra que compartimos y son aceptadas por nuestros proveedores en el proceso de contratación:

- Objetividad en los procesos de selección de proveedores y contratistas.
- No influencia sobre la voluntad de terceros, directa o indirectamente, a través de favores, para obtener beneficios o ventajas en su propio interés o en el de la Corporación.
- Diligente actuación y debidas prácticas comerciales.

La Corporación y su personal deberán guardar especial diligencia y cuidado en las relaciones comerciales mantenidas con proveedores, contratistas o terceros que resulten especialmente vulnerables bien por su propia naturaleza y estructura, tales como productores primarios, bien por su dependencia económica o de cualquier otra índole, respecto de la Corporación, evitando, en todo caso, cualquier acto o conducta que pudiera resultar abusiva, desleal o contraria a la buena fe para con éstos.

De igual forma, nos preocupamos por reducir el impacto medioambiental de nuestras operaciones y proveedores, por eso, hemos mantenido más de 50 reuniones para hacer revisiones regulares con nuestros principales proveedores enfocadas a:

- 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.

Asimismo, hemos recopilado información de los proveedores, para el 68% de las compras de la Corporación, para conocer su actividad, planes y concienciación en materia de diversidad, ética y medioambiente —emisión de gases de efecto invernadero, huella hídrica, impacto en biodiversidad, generación y gestión de residuos, utilización de sustancias restringidas según REACH e identificar líneas de acción para progresar en dichos ámbitos.

Este mayor conocimiento de nuestros proveedores nos ha ayudado a entender y a reevaluar los riesgos de nuestra cadena de suministro, siguiendo las directrices de la Guía para la Gestión Responsable de la Cadena de Suministro, publicada por la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, que analiza el origen, concentración y exposición para los diferentes suministros, especialmente, aquellos que forman parte del producto final ofertado al cliente. Esta evaluación nos ha permitido extraer unas primeras conclusiones sobre el nivel de riesgo de nuestra cadena de suministro:

- Solo un 0,69% del volumen total de compras ha sido realizado a proveedores ubicados en países considerados de riesgo, porcentaje que se reduce al 0,25% si tenemos en cuenta las compras realizadas a países fuera de la OCDE.
- Esas operaciones, han consistido en actividades destinadas a potenciar nuestra presencia en dichos mercados, no afectando, por tanto, a nuestro ciclo productivo.

Podemos concluir que el nivel de riesgo de nuestra cadena de suministro en base a los tres parámetros anteriormente mencionados es bajo. Adicionalmente, a partir de esta evaluación hemos podido identificar los ámbitos prioritarios en los que trabajar con nuestros proveedores: políticas de igualdad de género y planes de reducción de consumo de agua y de impacto en la biodiversidad.

Asimismo, con el objetivo de asegurar una cadena de suministro lo más robusta posible desde el ámbito del aseguramiento de suministro, en 2023, hemos diseñado y puesto en marcha una metodología que nos permitirá sistematizar la evaluación de nuestro riesgo de desabastecimiento, identificando las categorías de suministro críticas, y las potenciales tipologías de riesgo para cada una de ellas, así como la valoración actual de los mismos, y la tolerancia máxima aceptable. Esta metodología nos ha permitido concluir que el nivel actual de riesgo es bajo.

### La fuerza de lo nuestro

El secreto del éxito de nuestros productos reside en las materias primas con las que los elaboramos. Conscientes de ello, y de los beneficios de la economía de proximidad, trabajamos junto a productores locales, contribuyendo a la sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de valor. 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.

El 85,4% de las adquisiciones de bienes y servicios de la Corporación ha sido realizada a proveedores ubicados en la Península Ibérica (80,88% en 2022). Esta cifra se incrementa si consideramos el ámbito europeo, en el que radican el 99,56% de nuestras compras (99,03% en 2022). Estos datos excluyen únicamente la información respectiva a las unidades de negocio de Brasil y HR Incorp.

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 alcanzan el 25,3%, un 5% superior al año anterior.

Además, hemos retomado la práctica de auditorías presenciales para detectar oportunidades de mejora en los procesos desarrollados con nuestros proveedores. Si bien este 2023 hemos celebrado 4, las cuales han concluido con un resultado favorable, estamos llevando a cabo una revisión de la metodología, criterios y alcance de estas, que se materializará en 2024.

## 5.3.3. INVERSIÓN DE IMPACTO

Creemos firmemente en la colaboración y el trabajo conjunto para multiplicar nuestro impacto positivo. Dos ejemplos son la comunidad Bigcrafters y el impacto social alcanzado con la incorporación de Auara.

## BIGCRAFTERS

La plataforma, comprometida con el desarrollo de los pequeños productores y la lucha contra la estandarización del consumo, **reinvierte un 5% de su facturación en ayudar a que productores de espíritu artesano mejoren su presencia, visibilidad y ventas online mediante un programa de aceleración digital**. A medida que la plataforma crezca, más relevante será el impacto positivo que generamos.

El proyecto, que en 2023 ha cumplido su primer aniversario, tiene un propósito claro: construir un comercio de impacto positivo que reconecte a la sociedad con la comunidad de pequeños y grandes artesanos. Se trata, además, del único *marketplace* impulsado por una marca de cerveza española que comercializa sus propias marcas y productos de terceros.

Así, ponemos a disposición de productores, con los que compartimos y compartimos filosofía y valores de Bigcrafters, un canal digital que les permite impulsar sus ventas y a llegar a nuevos públicos, un único lugar donde los consumidores más exigentes encuentran la variada oferta de un *marketplace* gastronómico.

Bigcrafters está impulsando una comunidad de productores que tienen un compromiso artesano claro y ambicioso, así como de consumidores amantes de productos hechos con pasión. Es una plataforma donde la propia comunidad toman decisiones de manera descentralizada, acerca de qué productos producir, qué experiencias desarrollar o incluso el propio futuro de la plataforma.

## AUARA

Auara es nuestra marca social de aguas y zumos certificada como Social Enterprise Mark, que destina la totalidad de sus beneficios al fin por el que fue creada: facilitar el acceso a agua potable a comunidades en situación de pobreza extrema situadas principalmente en África, Asia y América Latina. A medio camino entre la figura de empresa tradicional y la ONG, Auara contabiliza un impacto social de más de 26.104 personas, 15.536 de ellas nuevos beneficiarios, que, gracias a su labor, tienen acceso a agua potable.

## 5.4. CONECTADOS CON LA SOCIEDAD

En nuestro compromiso de generar un impacto positivo, ponemos en marcha diversas acciones y colaboraciones para ejercer un efecto positivo en la sociedad. Llegamos a la ciudadanía desde nuestras marcas, pero también participando en actividades de sensibilización, acompañamiento e inclusión para permanecer junto a quienes más nos necesitan, cuando más falta hacemos.

También trabajamos en proyectos de investigación e innovación y apoyamos la creación cultural, a través del arte, la gastronomía, la música y el deporte.

**NOS HEMOS REUNIDO  
CON PROVEEDORES QUE  
REPRESENTAN MÁS DEL  
40% DE LAS COMPRAS  
TOTALES DEL GRUPO PARA  
TRATAR CUESTIONES  
VINCULADAS A IMPACTO  
POSITIVO.**



**SABEMOS QUE SOLOS NO VAMOS A CAMBIAR EL MUNDO, PERO HACEMOS TODO LO QUE ESTÁ EN NUESTRAS MANOS PARA CONSEGUIRLO.**

**IGNACIO RIVERA, PRESIDENTE EJECUTIVO DE CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA**

## 5.4.1. CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL

La investigación, difusión de los hallazgos y el encuentro de distintos puntos de vista, son esenciales para impulsar el desarrollo sostenible y la transformación de lo rural en un medio más próspero.

### CÁTEDRA HIJOS DE RIVERA-UDC DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En su objetivo de contribuir a **fomentar una actividad económica competitiva y sostenible**, la Cátedra de Hijos de Rivera junto con la Universidad de La Coruña, ha presentado en 2023 **las conclusiones de una investigación sobre agricultura regenerativa**, realizada de la mano de la Fundación Galicia Sustentable.

Tras cuatro años de trabajo, esta investigación concluye que mediante técnicas de agricultura regenerativa es posible recuperar la vida del suelo y la productividad agroalimentaria del 75% de las plantaciones intensivas de eucalipto, convirtiéndolo en suelo apto para el cultivo de alimentos.

Otros proyectos en los que la Cátedra ha participado o dinamizado en 2023 son:

- Conferencia **“Estrategia empresarial y ODS: del alineamiento a la certificación”**, dedicada al fomento de la actividad económica competitiva y sostenible, con especial atención al sector agrario gallego.
- **Premio de la Cátedra Hijos de Rivera-UDC**, que cada año reconoce una tesis doctoral relacionada directamente con el desarrollo sostenible, que haya supuesto un avance significativo en el conocimiento en este campo. En 2023 ha sido otorgado a una tesis sobre materiales ecológicos que generan y almacenan frío y calor.
- **Participación** en la entrega de los **III Premios a Proyectos de Innovación Docente** en Aprendizaje-Servicio de la Universidade da Coruña, con el patrocinio de la **categoría de Sostenibilidad**.
- Promoción de la **generación de bioplástico** a partir del bagazo, a través del impulso de un proyecto de investigación centrado en el aprovechamiento de subproductos y residuos procedentes de la actividad industrial para su transformación en otros productos de alto valor añadido.
- Participación en una **jornada de difusión** sobre los proyectos ambientales llevados a cabo en la última década en la Reserva de Biosfera Mariñas Coruñesas y Tierras del Mandeo, con motivo del **Día Internacional de las Reservas de la Biosfera**.

### MERCADO DE LA COSECHA

Con el **Mercado de la Cosecha** continuamos dando a conocer **proyectos inspiradores que transforman el entorno rural en un medio más próspero y sostenible**. Este año, desplegamos un espacio propio en el marco de la Feria Histórica de Arteixo, donde dimos a conocer iniciativas ejemplares del rural gallego, como los quesos de autor de Cortes de Mular, la avicultura tradicional de Galo Celta, el aprovechamiento del sabugueiro (saúco) de Carabuñas, los postres artesanales de Versos da Ruda y la creatividad culinaria de A Castrexa, entre otros.

Asimismo, participamos en la séptima edición del **Galicia Market Place**, evento celebrado en el Círculo de Empresarios de Galicia para exponer nuestra **visión transformadora del mundo**

**rural**, así como las diferentes iniciativas en las que estamos avanzando. Reflexionamos junto al sector empresarial de Galicia sobre las posibilidades del campo gallego y compartimos su visión sobre la sostenibilidad socioeconómica rural, tras más de 10 años impulsando su desarrollo.

También en **FITUR**, la mayor feria turística de Europa, el **Mercado de la Cosecha** tuvo un espacio desde donde dar a conocer la propuesta de un rural próspero y sostenible, determinante en la conservación de los recursos y del paisaje.

## THE HOP

El ecosistema de The Hop, formado por startups, partners tecnológicos y escuelas de negocio internacionales, sigue evolucionando y creciendo en 2023. Desde 2020, nuestro laboratorio digital colabora con el IE Business School para abordar distintos retos vinculados a negocio y tecnología, a través de sus dos programas insignia: el **International MBA** y el **Tech MBA**.

## FORO RURAL SUSTENTABLE

Este año, desde Corporación Hijos de Rivera, impulsamos la **primera edición del Foro Rural Sustentable**, organizado por la Fundación Galicia Sustentable.

Esta primera edición reunió a iniciativas rurales, investigadores, sector empresarial y representantes de la sociedad civil como Casa Grande de Xanceda, Galo Celta, Pazo de Vilane, Airas Moniz, Horta da Lousa, Daveiga, DATALife, Arqueixal, Espacio Vilaseco, Estación Agroecológica Vieiro, Cortes de Muar, A Cernada, la Fundación Juana de Vega y el Cluster del ecommerce Galego. Con este **panel de ponentes de diversos perfiles** analizamos el contexto actual para desarrollar propuestas concretas y recomendaciones de **cara a la promoción de la sostenibilidad a nivel local y global**.



## 5.4.2. APOYO A LA CULTURA

Transmitimos nuestro **inconformismo y originalidad a través del apoyo a la cultura en todas sus formas, desde el arte, hasta la música y el deporte, pasando por la gastronomía**. Queremos dejar un legado social que transmita nuestros valores y lo hacemos impulsando el valor de la deportividad, ensalzando la gastronomía y celebrando la música.

### CULTURA

En el ámbito de la cultura, promovemos a lo largo del año proyectos y actividades que fomentan la creación artística en todas sus modalidades.

- **Creadores para una inmensa minoría** de Qultu.org con Cervezas 1906 Ayuda al crecimiento profesional de artistas emergentes.
- **Estrellas del Camino** Salto a Reino Unido con el Camino Inglés. 126 kilómetros expositivos y 5 nuevos murales de David Speed.
- **Ediciones especiales con artistas**
  - Edición Noche de San Juan Valencia (Inés Vázquez)
  - Edición Primavera Andalucía (Cris Segura)
  - Edición San Isidro Madrid (Clara Cábez)
  - Edición Sant Jordi Barcelona (Branda)
- Apoyo al **Encuentro Mundial de Humorismo (EMHU)**.
- Puesta en marcha del I Ciclo Cultural Malasaña





## GASTRONOMÍA

En 2023, impulsamos y participamos en múltiples iniciativas para impulsar el origen gallego y la cultura artesana y gastronómica.

- **Imperfectxs de Cervezas 1906**  
Consejos de chefs en web y en La Sexta sobre desperdicio cero e identidad gallega mediante la cocina.
- **Solpor a Bocados**  
Ruta marítima por la ría de Vigo.  
Menú de Vigo Gastronómico, maridado con nuestras cervezas.
- **Salón Gourmets**  
**II Campeonato de España de Pizzas Gourmet by 1906 Red Vintage**  
**Final del III Desafío XChef:** más de 70 restaurantes con propuestas gastronómicas de impacto positivo.
- **Experiencias MEGA**  
**Aniversario de “La vuelta al mundo en 80 días”:** Degustación de platos y cervezas internacionales.  
**Final concurso tapas “La Coruñesa de Toda la Vida”** (Asociación de Hostelería de A Coruña).

- Fórum Gastronómico de Barcelona
- **II Fiesta de la Vendimia en Ponte da Boga**  
Actividades sobre sostenibilidad, música y gastronomía.
- **III festival gastronómico Gastronomy Month** en UK e Irlanda.
- **Etiqueta Negra**  
Iniciativa gastronómica en el Mercado de Abastos de la ciudad para ensalzar la labor de los pequeños productores  
Maridaje de Xosé Magalhaes con productos de proximidad y Cervezas 1906.

Además, hemos colaborado en eventos como el **II Campeonato de España de Hamburguesas**, el concurso de **tapas CTV**, la **Beer Máster Session de Gastronomía** Valencia, los premios 55 Mejores Restaurantes de la Comunidad Valenciana, las **Jornadas del Bonito da Lonxa da Coruña**, **Petisquiño 2023**, el **Concurso de Tapas de Primavera de Ourense**, las **colaboraciones gastronómicas la Tita Rivera** con La esencia de la Ribeira Sacra “desembarca” o la continuación de “#LosFindesTiteros”.

## MÚSICA

A lo largo del año, hemos impulsado y apoyado diversos eventos musicales en directo, rodeados de experiencias artísticas, cultura de cerveza e impacto positivo.

- Festival **SON Estrella Galicia Posidonia**  
Neutro en carbono por 2º año.  
Compensación de emisiones con reforestación en Galicia.
- Festival **Sinsal SON Estrella Galicia**  
Proyecto New Life para convertir recipientes de plástico usados en mobiliario para eventos.  
Mural de arte plástico con la colaboración del público.
- Musgo SON Estrella Galicia
- **Agenda musical Km. C**  
20 citas musicales en A Coruña de artistas emergentes locales.
- Colaboración con **Paper Dress Vintage de Londres**.
- Intercambio cultural con medios y artistas de la escena musical londinense.
- **Nosa Verbena**  
Recuperación de 6 fiestas gallegas en riesgo de desaparición.

- Presencia de SON Estrella Galicia en **Esmorga Fest, Wakana Reunión, Morriña Fest, PortAmérica 2023, Resurrection Fest Estrella Galicia**, MIRA Digital Arts y maratón musical de **La Radio Encendida**.
- **Conciertos en museo MEGA**  
Carmen Boza, Río Azul o El Cigala.

Junto a estos, hemos apoyado otros eventos musicales como las fiestas populares de Pardiñas o Carballeira de Zas, el festival Son do Camiño, las Noites do Porto o el Purple Weekend. También, hemos activado distintas localizaciones a través del FANZINE Fest y promovido las X Jornadas de la guitarra española en el Molino del Manto.

## DEPORTE

A través del deporte **transmitimos y fomentamos** valores como la perseverancia o el trabajo en equipo, a continuación, destacamos las principales novedades en el ámbito del patrocinio y eventos deportivos en 2023.

- Renovación del **apoyo de Estrella Galicia 0,0 a Álex Márquez**.
- **Centenario del RC Celta**: presentamos junto al club una colaboración audiovisual con C Tangana.
- **Real Valladolid CF**: campaña “**Estamos ahí**” para reforzar la vinculación con el club y su afición.



- **Cabreiroá**, patrocinadora y **agua oficial de LaLiga Santander, LaLiga Smartbank y LaLiga Genuine Santander en 2022/23**.
- **F1 Lunch**: maridaje especial para prescriptores ingleses con nuestras cervezas y un menú inspirado en los platos favoritos del piloto español de F1, **Carlos Sainz**, elaborado por la estrella Michelin, **Nieves Barragán**.
- Estrella Galicia *presenting* sponsor del EDP Vissla Ericeira Pro, la prueba más importante del surf mundial el Portugal.

**Además, Estrella Galicia y Cabreiroá han sido las bebidas oficiales** del Club Cisne Balonmano y Frigoríficos del Morrazo Balonmán Cangas. Estas marcas también han patrocinado al Noia Fútbol Sala, de la primera división del fútbol sala masculino; al Poio Pescamar FS; club pontevedrés de fútbol sala femenino; y al club coruñés de hockey sobre patines Deportivo Liceo.

## 5.4.3. ALIANZAS COLABORATIVAS

**Colaboramos con organizaciones profesionales con las que compartimos objetivos, intereses y retos comunes**, tanto a nivel nacional como local.

En 2023, nos unimos al nodo de ciberseguridad CIBER.gal, pasando a formar parte de un espacio de colaboración que agrupa a más de 50 entidades públicas y privadas de Galicia comprometidas con la sensibilización, capacitación y mejora del nivel de ciberseguridad en la comunidad. En el marco de esta adhesión, asistimos al III Encontro Galego de Ciberseguridad de CIBER.gal.

### IGNACIO RIVERA SE INCORPORA AL CONSEJO DE DIRECCIÓN DE FIAB

Desde diciembre de 2023, Ignacio Rivera, presidente ejecutivo de Corporación Hijos de Rivera, forma parte del Consejo de Dirección de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB).

FIAB representa al sector de alimentación y bebidas, primer sector industrial de España y con un rol fundamental en la vida de las personas y el desarrollo sostenible.

## ASOCIACIONES DE LAS QUE FORMAMOS PARTE

<b>CERVECEROS DE ESPAÑA</b>	<b>CONSELLO REGULADOR DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE GALICIA (CRAEGA)</b>
<b>ANEABE: ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE AGUA ENVASADA</b>	<b>AECOC: ASOCIACIÓN DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES</b>
<b>VLB (INSTITUTO CERVECERO DE INVESTIGACIÓN Y ENSEÑANZA DE BERLÍN)</b>	<b><u>GRUPO IFA</u></b>
<b>ANALYTICS-EBC</b>	<b>FUNDACIÓN BENÉFICO DOCENTE DE LA ESCUELA SUPERIOR DE CERVEZA Y MALTA</b>
<b>LGC STANDARDS</b>	<b>AUTOCONTROL (ORGANISMO INDEPENDIENTE DE AUTORREGULACIÓN DE LA INDUSTRIA PUBLICITARIA DE ESPAÑA)</b>
<b>ECOVIDRIO</b>	<b>ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ANUNCIANTES</b>
<b>ECOEMBES</b>	<b>ASOCIACIÓN PARA LA DEFENSA DE LA MARCA</b>
<b>CLÚSTER DE LA FUNDACIÓN LOGÍSTICA DE GALICIA</b>	<b>INTERNATIONAL TRADEMARK ASSOCIATION</b>
<b>ACE (ASOCIACIÓN DE CARGADORES DE ESPAÑA)</b>	<b>PLATAFORMA TECNOLÓGICA DEL VINO</b>
<b>ASOCIACIÓN GALLEGA DE LA EMPRESA FAMILIAR</b>	<b>CONSELLO REGULADOR DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN DE VINOS DE GALICIA: RIBEIRA SACRA, RIBEIRO, RÍAS BAIXAS Y MONTERREI</b>
<b>INSTITUTO DE EMPRESA FAMILIAR</b>	<b>CALIDALIA</b>
<b>ADP: ASOCIACIÓN PARA EL PROGRESO DE LA DIRECCIÓN</b>	<b><u>WATER SOMMELIER UNION</u></b>
<b>CÍRCULO DE EMPRESARIOS DE GALICIA</b>	<b>FUNDACIÓN FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS</b>
<b>ASOCIACIÓN FORO ECONÓMICO DE GALICIA</b>	<b><u>CEAPI: CONSEJO EMPRESARIAL ALIANZA POR IBEROAMÉRICA</u></b>
<b>ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS AGRELA</b>	<b><u>ASOCIACIÓN CÍRCULO DE EMPRESARIOS DE GALICIA</u></b>
<b>CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE A CORUÑA – CEC</b>	<b><u>AED: ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DIRECTIVOS</u></b>
<b>AUSAPE (ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE SAP EN ESPAÑA)</b>	<b><u>CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE GALICIA</u></b>
<b><u>CIBERGAL: NODO GALLEGO DE CIBERSEGURIDAD</u></b>	
<b>AESI: ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE SIDRAS</b>	
<b>ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE CHANTADA</b>	
<b>CLUSAGA: CLÚSTER ALIMENTARIO DE GALICIA</b>	
<b>CONSELLO REGULADOR DE AGUARDIENTES Y LICORES TRADICIONALES DE GALICIA</b>	

Se subrayan las nuevas adhesiones en 2023.

## 5.4.4. PROYECTOS CON IMPACTO SOCIAL

Impulsamos diversos proyectos sociales a lo largo del año que tienen como objetivo promover el bienestar de las personas y el desarrollo social local. A continuación, se destacan las principales iniciativas en 2023.

### WE R EL QUIOSCO DE DOWN EXPERIENCE

Desde La Tita Rivera O Portiño, en colaboración con We Sustainability y Down Experience, lanzamos We R El Quiosco de Down Experience, una jornada de ocio e inclusión social para toda la familia donde disfrutar de actividades y juegos de conciencia-acción medioambiental y de los famosos bocadillos de El Quiosco.

### 'ANDAINA' SOLIDARIA

En 2023 organizamos una caminata solidaria de 5 km para impulsar, junto a Eroski Center de Betanzos, la venta de botellas AUARA en una recaudación conjunta para construir un pozo en Lima, Haití, que facilitará el acceso a agua potable a alrededor de 2.500 personas.

### ESTRELAS NO CAMIÑO

Este evento gastronómico solidario ha alcanzado en 2023 un récord al reunir a 27 chefs con 68 estrellas Michelin y 5 asociaciones gastronómicas gallegas. Esta novena edición ha conseguido recaudar más de 40.000 euros, cuyos beneficios se destinarán a la Asociación Galega Síndrome Frágil.

### SISTEMAS DE MONITORIZACIÓN EN VIÑEDOS Y PLANTACIONES DE LÚPULO

Como novedad, este año hemos instalado estaciones meteorológicas, desde la perspectiva de explotación agrícola, para la mejora de gestión agraria. Gracias a su ubicación en localizaciones que nos permiten maximizar la captación de información, recogemos big data aplicable a la agricultura de precisión y el IoT aplicado a la agricultura. Un proyecto que comprende la instalación, gestión y mantenimiento de distintos sistemas de monitorización de variables ambientales y de cultivo.

### VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Un año más, hemos contado con un maravilloso grupo de voluntariado corporativo que, gracias a su compromiso con las causas justas, nos permite mejorar el bienestar de personas en situación de vulnerabilidad o en riesgo de exclusión social.

Utilizando el marco LBG España –que nos permite medir, gestionar, evaluar y comunicar

las contribuciones, logros e impactos de nuestra compañía en la sociedad y en el planeta— hemos podido estimar el impacto económico de las colaboraciones puestas en marcha junto a diversas fundaciones.

Según este análisis, en 2023 el importe vinculado a la inversión corporativa en la comunidad ha sido de 1.218.176 euros (1.621.524 euros en 2022) y el número de horas de los empleados involucrados en estas iniciativas ha ascendido a 4.298 (4.158 horas en 2022).

### APORTACIONES POR TIPOLOGÍA (%) 2022- 2023

	2022	2023
INICIATIVA ALIENADA CON EL NEGOCIO	76%	81%
INVERSIÓN SOCIAL	4%	7%
APORTACIÓN PUNTUAL	20%	12%

### DISTRIBUCIÓN DE CONTRIBUCIONES POR TEMÁTICA 2022-2023

	2022		2023	
	TOTAL	%	TOTAL	%
MEDIOAMBIENTE	770.559 €	47,5%	261.058 €	21,0%
ARTE Y CULTURA	236.716 €	14,6%	234.353 €	19,0%
SALUD	232.006 €	14,3%	74.849 €	6%
DESARROLLO SOCIOECONÓMICO	194.411 €	12,0%	277.841 €	23,0%
BIENESTAR SOCIAL	99.046 €	6,1%	131.160 €	11,0%
EDUCACIÓN	39.298 €	2,4%	120.709 €	10,0%
AYUDA HUMANITARIA	2.789 €	0,2%	662 €	0,1%
OTROS	46.698 €	2,9%	117.545 €	10,0%

Este año, hemos llevado a cabo las acciones de voluntariado junto a las siguientes entidades:

**ASOCIACIÓN PARTICIPA POR LA INCLUSIÓN SOCIAL**

**ASOCIACIÓN ACCIÓN SOLIDARIA DE GALICIA**

**CENTRO FOGAR MARÍA INMACULADA DE BAÑOBRE**

**ASOCIACIÓN PRO PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL DE GALICIA**

**RESIDENCIA DE MAYORES LA OBRA DE LA SEÑORA**

**COOPERACIÓN INTERNACIONAL**

**BANCO ALIMENTOS RÍAS ALTAS**

**CENTRO DE MENORES SAN JOSÉ DE CALASANZ**

**ASOCIACIÓN DE PADRES DE DISCAPACITADOS PSÍQUICOS DE OLEIROS**

**CÁRITAS**

Entre las principales acciones de voluntariado, destacan:

### CAMPAÑA TERREMOTO TURQUÍA Y SIRIA

Nos sumamos a la campaña #HelpTurquíaYSiria del Banco de Alimentos Rías Altas para ayudar a los afectados por los fuertes terremotos que sacudieron estos países.

### JORNADA DE PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD Y RECUPERACIÓN AMBIENTAL

Junto a Grupo Naturalista Hábitat nuestro voluntariado se suma al plan de Recuperación del entorno natural de nuestro manantial Cabreiroá en una jornada de retirada de residuos y especies exóticas invasoras en su entorno y la instalación de cajas nido para aves.

### TALLER DE ESTAMPACIÓN FLORAL

Compartimos en las instalaciones de WE Sustainability una tarde de ocio y creatividad con personas mayores en riesgo de vulnerabilidad o aislamiento social de ASDEGAL (Asociación Solidaria de Galicia).

### BAUTISMOS DE SURF

Junto a WE Sustainability, organizamos una jornada de acompañamiento a personas usuarias de ASPADISOL (Asociación de Padres de Discapacitados Psíquicos de Oleiros).

### BAUSTISMOS DE MAR

Organizamos 7 jornadas de navegación en las que 15 voluntarios acompañaron a 60 jóvenes y niños en situación de vulnerabilidad, de los centros de menores San José de Calasanz (A Coruña), Santa María Inmaculada (Bañobre) y de la Asociación Participa para la Inclusión Social.

### UNA SONRISA POR NAVIDAD

Desde todos nuestros centros productivos colaboramos en esta campaña de Cooperación Internacional para hacer llegar regalos navideños a 173 niños y niñas en situación de vulnerabilidad de Galicia, Asturias y Granada.

### OCIO INCLUSIVO EN LA ECOGRANJA CASA GRANDE DE XANCEDA

Nuestro equipo de voluntariado hizo posible que 30 niños entre 3 y 12 años en situación de vulnerabilidad disfrutasen sin barreras de una visita a esta ecogranja.

### DÍA SOLIDARIO DE LAS EMPRESAS

Nos sumamos nuevamente a esta iniciativa organizada por Cooperación Internacional y ATRESMEDIA para resaltar la importancia del voluntariado corporativo y fortalecer la solidaridad en el entorno laboral. Lo hicimos participando en una actividad de acompañamiento e inclusión junto a un grupo de personas usuarias de ASPRONAGA, entidad para la atención a personas con discapacidad.

### EL COMPROMISO SOCIAL DE NUESTRAS MARCAS

Trasladamos a través de nuestras marcas nuestra naturaleza inconformista, solidaria y de arraigo. A través de ellas, desarrollamos campañas comprometidas con el origen y con las personas, compartiendo experiencias e intereses.

### AUARA y GoodNews conciencian sobre la falta de acceso a agua potable en el mundo en el Día Mundial del Agua

Coincidiendo con el Día Mundial del Agua, lanzamos una campaña de sensibilización conjunta centrada en el reparto de 5.000 ejemplares del periódico 'Today is a day of Good News' en los 21 quioscos de GoodNews. En él se recogen contenidos positivos sobre avances en materia de agua, cooperación y ciencia.

### La mirada de las mujeres cineastas se proyecta en Madrid. ¡Vuelve Cine por Mujeres con el respaldo de Maeloc!

Esta cita con la igualdad en el cine ha celebrado su sexta edición en Madrid, con el respaldo de Maeloc un año más, y en el que se pudo disfrutar de múltiples estrenos y compartir con una multitud de invitadas.

## 5.4.5. CONSUMO RESPONSABLE

Una parte importante de nuestro impacto social pasa por **apoyar y fomentar el consumo responsable de los productos alcohólicos**. En este sentido, además de cumplir con la normativa legal y administrativa vigente, formamos parte de la Asociación de Cerveceros de España. Como miembros, respetamos una serie de principios vinculados a evitar el consumo de alcohol en menores, las buenas prácticas de promoción y promoción de un consumo moderado. Junto a estas medidas, Corporación Hijos de la Rivera demuestra su compromiso con el consumo responsable a través de sus patrocinios deportivos con su cerveza 0,0 (0% alcohol).

Por otro lado, nuestras bodegas están asociadas a los Consejos Reguladores gallegos de las denominaciones de origen: Ribeira Sacra, Monterrei, Rías Baixas y Ribeiro, que, a su vez, son miembros de WiM (vino con moderación), un programa de responsabilidad social puesto en marcha por el sector vitivinícola europeo, cuyo objetivo es promover la moderación y la responsabilidad en el consumo de vino, contribuyendo a la prevención del consumo excesivo o inadecuado de bebidas alcohólicas.

## 5.5. GOBERNANZA ÍNTEGRA Y TRANSPARENTE

### 5.5.1. UNA ESTRUCTURA SÓLIDA

Los órganos de gobierno de Corporación Hijos de Rivera son los siguientes:

#### ESTRUCTURA DE GOBIERNO

#### CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA, S.L.

<b>Presidente ejecutivo</b>	Ignacio Rivera Quintana
<b>Vicepresidente</b>	Fernando José Hernández Rivera

#### Vocales

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

#### Asesores independientes

María Teresa Aranzábal Harreguy	Jorge Lucaya Forcada
---------------------------------	----------------------

<b>Secretario</b>	<b>Vicesecretaria</b>
Pedro Regojo Balboa	Loreto García-Garabal Sánchez-Harguindey

## CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE HIJOS DE RIVERA, S.A.U.

<b>Presidente ejecutivo</b>	Ignacio Rivera Quintana
<b>Vicepresidente</b>	Carlos Blanco–Rajoy Rivera
<b>Vocales</b>	
María Romero Rivera	Pilar Zulueta de Oya <sup>15</sup>
Pedro Ojea Duarte	María Fanjul Suárez <sup>15</sup>
Luis Rey Rey	

<b>Secretario</b>	<b>Vicesecretaria</b>
Pedro Regojo Balboa	Loreto García- Garabal Sánchez- Harguindey

En el resto de las sociedades participadas directa o indirectamente en el 100% del capital social, el órgano de administración se corresponde con administradores únicos. Asimismo, existen comités asesores vinculados a diferentes negocios como es el caso del Comité Asesor de Hijos de Rivera Inversiones Corporativas, S.L.U. o el del Comité Asesor de Estrella de Galicia Importação e Comercialização de Bebidas e Alimentos, LTDA.

## NUESTRA ORGANIZACIÓN EVOLUCIONA

En el contexto de nuestro plan trianual 2022 – 2024, damos un paso más en la evolución de la organización para seguir construyendo un futuro donde nuestros negocios crezcan apoyándose en nuestra capacidad de diferenciación, agilidad y talento, internacionalización, impacto positivo y digitalización.

Esta transformación se concreta en cuatro grandes novedades en la gobernanza de la Corporación en 2023:

### 1. Gobierno

Pedro Regojo, actual secretario general, es ahora responsable del desarrollo de nuestro

marco empresarial de *Compliance* y Gestión Ética, y Antonio Castelo asume el puesto de Adjunto a Presidencia.

### 2. Corporación Ejecutiva

Francisco Ucha asume el cargo de director general de la Corporación para liderar la supervisión ejecutiva de Hijos de Rivera, MOVE, Estrella Galicia Internacional, Estrella Galicia Brasil y Craft Stars of the World, colaborando y creando sinergias con Hijos de Rivera Inversiones Corporativas, ocupándose al mismo tiempo del consolidado de todas las sociedades de la Corporación y de la coordinación de los servicios corporativos.

### 3. Negocios

Juan Paz asume el cargo de director general de Hijos de Rivera y de las unidades de negocio Estrella Galicia Internacional, Estrella Galicia Brasil, MOVE, Craft Stars of the World.

### 4. Gabinete de la Presidencia

Se ha constituido un nuevo Gabinete de la Presidencia responsable de la relación con las instituciones públicas y empresariales, comunicación con la prensa y gestión de las redes sociales corporativas, responsable, también, de la Secretaría de Presidencia.

### COMISIONES

Dentro del Consejo de Administración de Corporación Hijos de Rivera se han constituido las comisiones de trabajo que se especifican a continuación, siendo estas de apoyo, informativas y de control, sin poder de decisión y con una competencia transversal, que alcanzará a todas las unidades de negocio y sus sociedades filiales, siendo los Presidentes de las mismas profesionales independientes:

### COMISIÓN DE AUDITORÍA Y CONTROL DE GESTIÓN

Integrada por cinco miembros:

<b>Presidente</b>	<b>Andrés Lucendo Monedero</b>	Secretario	Pedro Regojo Balboa
	Fernando José Hernández Rivera		
	Ramón Blanco–Rajoy Rivera		
	Ramon Rodriguez Rubiños		
	Antonio Castelo Ares		

Entre sus principales funciones se encuentran la supervisión y control tanto del proceso de formulación de cuentas de las sociedades de la Corporación como de la información no financiera consolidada del Grupo, así como la supervisión del sistema de control interno y de la gestión de riesgos. También supervisa el proceso de las auditorías de las cuentas de las empresas del Grupo como la independencia del Auditor de Cuentas.

Por otro lado, también es responsable de elevar al Consejo de Administración las propuestas de selección, nombramiento, reelección y sustitución del Auditor de Cuentas, responsabilizándose del proceso de selección.

### COMISIÓN DE NOMBRAMIENTOS Y RETRIBUCIONES

Está integrada por cinco miembros:

<b>Presidenta</b>	<b>María Teresa Aranzábal Harreguy</b>	Ramón Blanco-Rajoy Rivera Pilar Zulueta de Oya	
Santiago Ojea Rivera Fernando Hernández Rivera	Secretario		Pedro Regojo Balboa

Entre sus principales funciones se destaca el apoyo y el análisis que realiza al Consejo de Administración sobre el nombramiento, reelección y destitución de los cargos internos del Consejo de Administración de la Sociedad (Presidente y Vicepresidente, Secretario y Vicesecretario, en su caso), así como de las propuestas de nombramiento y separación de altos directivos y las condiciones básicas de sus contratos

Asimismo, también tiene encomendada la función de proponer al Consejo de Administración la política de retribuciones de los Consejeros y de los directores generales o de quienes desarrollen sus funciones de alta dirección bajo la dependencia directa del Consejo de Administración, de la Comisión Delegada o de Consejeros delegados, así como la retribución individual y las demás condiciones contractuales de los Consejeros ejecutivos, velando por su observancia.

### COMISIÓN DE ESTRATEGIA FINANCIERA CORPORATIVA

Está integrada por seis miembros:

<b>Presidente</b>	<b>Jorge Lucaya Forcada</b>	Jorge Montero Escuder Pedro García-Bernal Lence	
Ignacio Rivera Quintana José María Rivera Trallero	Secretario		Pedro Regojo Balboa

Entre sus principales funciones se encuentran la elaboración de informes a someter al Consejo relacionados con operaciones materiales de inversión o desinversión en negocios o sociedades, todo ello de acuerdo con los criterios y procedimientos previamente acordados por el Consejo de Administración, así como todos los aspectos financieros y

estratégicos que, a juicio del Consejo o su Presidencia Ejecutiva, considerasen oportuno someter a la Comisión.

Por otro lado, también proponen al Consejo de Administración y a su Presidencia Ejecutiva las decisiones de endeudamiento que en su caso correspondan, tomando en consideración las políticas de endeudamiento establecidas al efecto.

## 5.5.2. NUESTRO SISTEMA INTEGRAL DE GESTIÓN

El sistema integral de gestión constituye nuestro ordenamiento interno con una visión integrada del triple impacto (ambiental, social y de gobernanza). Se estructura en torno al propósito y valores de la compañía como columna vertebral del sistema e incluye los temas con mayor impacto para la Corporación Hijos de Rivera y para nuestros grupos de interés identificados en el estudio anual de materialidad.

- Promueve las buenas prácticas y brinda soporte en la gestión interna para la definición y evolución de procesos de la Corporación.
- Contribuyen a la **mejora continua** de la gestión de los **riesgos**, los resultados de la **Certificación B Corp** y la **reputación** de la compañía.
- Permiten la identificación de **buenas prácticas y tendencias** a través del seguimiento de los principales índices de referencia.
- Facilitan la incorporación de **estándares marco** de actuación en la gestión interna para la **mejora de procesos** e identificación de **normativas** de relevancia por su impacto en los mismos.

### COMPROMISOS CERTIFICADOS

Disponemos de certificaciones que nos permiten demostrar la implementación y robustez de nuestro sistema, construido sobre ámbitos de gestión esenciales en nuestro desempeño: la seguridad alimentaria y la calidad de nuestros productos, el bienestar y la seguridad de las personas y la protección del medioambiente, minimizando el impacto ambiental de todas nuestras actividades.

Nuestro foco en la mejora continua de nuestro negocio y en la robustez de nuestro sistema de calidad y seguridad alimentaria, el bienestar y seguridad de las personas y la protección del medioambiente, nos ha llevado a contar con numerosas certificaciones que avalan nuestro compromiso.



Continuamos trabajando para alcanzar nuestros objetivos de certificarnos en el 100% de nuestras instalaciones, siguiendo los pilares de Personas, Medioambiente, Seguridad Alimentaria y Calidad.

En 2023 hemos mantenido nuestras certificaciones y ampliado su alcance: Agua de Cuevas ha obtenido la certificación en las normas de sistema de gestión ambiental UNE-EN ISO 14001:2015 y sistema de gestión de seguridad y salud laboral UNE-EN ISO 45001:2018. También ha comenzado la implantación de los nuevos requisitos de la versión 6.0 del esquema FSSC 22000 que entrará en vigor en abril de 2024.

	HIJOS DE RIVERA, S.A.U.					
	FÁBRICA DE CERVEZA	DELEGACIONES COMERCIALES, CENTROS CIP Y ALMACÉN DE SPV	AGUAS DE CABREIROÁ	AGUA DE CUEVAS	AGUAS EL PILAR	CUSTOM DRINKS
UNE-EN ISO 9001:2015 SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD	●		●	●	●	●
UNE-EN ISO 22000:2018 SISTEMAS DE GESTIÓN DE SEGURIDAD ALIMENTARIA	●		●	●	●	●
FSSC 22000 V5.1	●			●	●	
UNE-EN ISO 45001:2018 SISTEMAS DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL	●	●	●	●		
UNE-EN ISO 14001:2015 SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL	●		●	●		
EMAS III VALIDACIÓN DE LA DECLARACIÓN AMBIENTAL	●					
UNE-EN ISO 14064-1:2019 VERIFICACIÓN DEL CÁLCULO DE LA HUELLA DE CARBONO	●	●	●	●	●	
GALICIA CALIDADE	●		●			●
ORUJOS DE GALICIA						●

### 5.5.3. GESTIÓN DE RIESGOS

Nuestro Modelo de Riesgos busca proteger a la Corporación frente a los riesgos críticos, minorando la exposición en términos de impacto y probabilidad.

En el contexto de nuestro proyecto empresarial, la Corporación se expone a innumerables riesgos en el desarrollo de su actividad, que pueden afectar a la consecución de su propósito y objetivos empresariales en diferentes niveles y magnitudes. La clasificación y gestión de estos riesgos en función de su tipología y categoría nos permite construir y coordinar estrategias de respuesta adecuadas.



Hemos diseñado las estrategias para abordar los principales riesgos identificados. Además, hemos definido los procesos de reporte y monitorización de los indicadores clave de riesgos (KRIs por sus siglas en inglés) y determinamos la metodología de cálculo de impactos y las actividades de seguimiento.

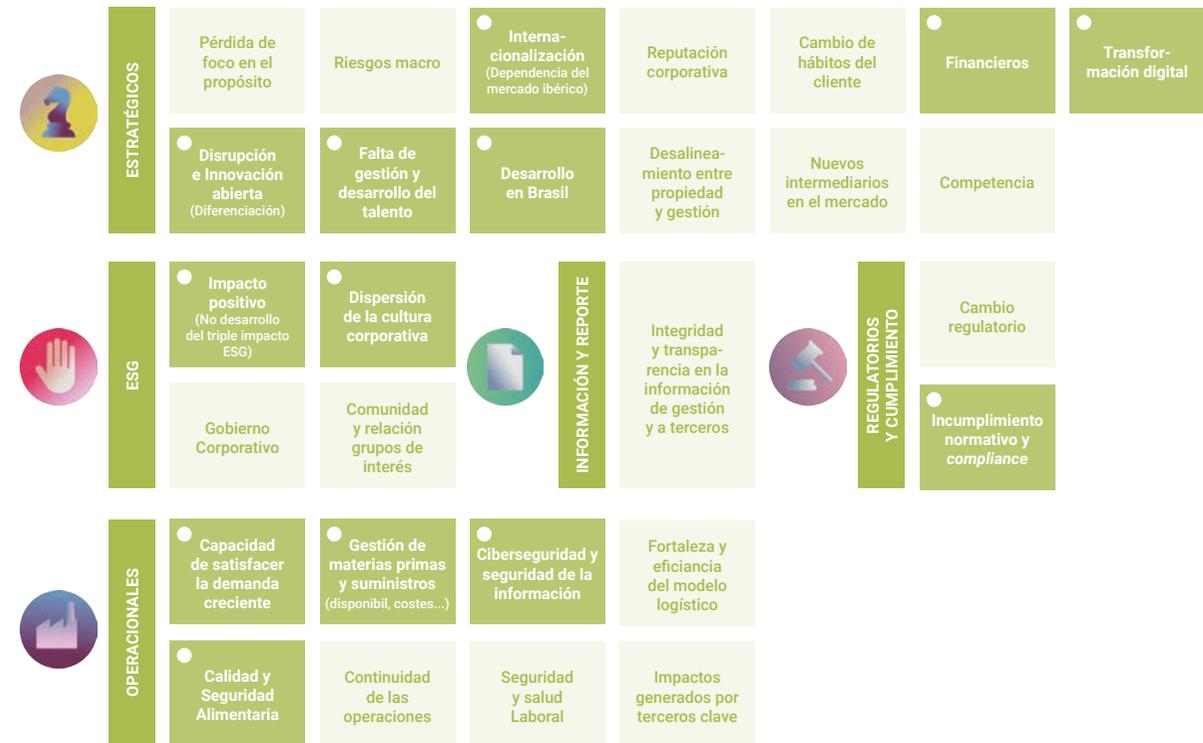
#### GOBERNANZA DEL MODELO DE RIESGOS

A partir de este modelo, se definen cuatro líneas de defensa como estrategia para la gestión de riesgos:

- Primera línea: la gestión directa del riesgo se realiza, en la mayoría de los casos, desde el área ejecutiva de la propia actividad. Además, los riesgos se tienen en cuenta en el diseño de los planes estratégicos.
- Segunda línea: el área ejecutiva cuenta con políticas y normativas que establecen el marco para la gestión de los riesgos.
- Tercera línea: el Comité de Riesgos vela por todo el modelo y define la estrategia de gestión de los riesgos.
- Cuarta línea: profesionales independientes otorgan apoyo al Comité de Riesgos en trabajos de reporte y supervisión. También llevan a cabo la verificación periódica del modelo de riesgos.

#### MAPA DE RIESGOS PRIORITARIOS PARA LA CORPORACIÓN

##### ● TOP 10 RIESGOS DESARROLLADOS EN 2023



#### ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE RIESGOS

A partir del modelo de riesgos y teniendo en cuenta las diferentes tipologías de riesgos, se establece una estrategia para su gestión, basada en la monitorización y seguimiento continuos:

- **Modelo de gestión:** políticas, normativa interna y seguimiento
- **Seguimiento de KRIs:** exposición de la información y materialización
- **Respuesta al riesgo** y continuidad de la actividad.
- **Verificación externa:** estándares y certificaciones.

Este último año hemos trabajado con los *Risk Owners* en el desarrollo de los elementos de gestión de los riesgos principales riesgos para 2023:

- 1. Priorizamos eventos y mapeamos las unidades de negocio expuestas** a ellos e involucramos a toda la Corporación en gestión de riesgos.
- 2. Asignamos el apetito por evento y unidad de negocio** para regular la intensidad de la respuesta al evento de riesgo, mayor en función del apetito.

**3. Definimos y calculamos el KRI** para obtener una visión objetiva y cuantitativa de la evolución de la exposición al riesgo y obtener una visión actual de la situación de la Corporación.

**4. Establecimiento de tolerancia** para identificar cuándo la exposición a un evento ha superado el límite y debe comunicarse al Comité de Riesgos, junto con el plan de acción.

A lo largo de 2024, continuaremos avanzando en el desarrollo, seguimiento y actualización del mapa de riesgos y su gestión.

## 5.5.4. SALUD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS

En nuestro firme compromiso con las personas que confían en Corporación Hijos de Rivera, estamos comprometidos con ofrecer productos de máxima seguridad y calidad.

Trabajamos para garantizarlo, apoyándonos en un Modelo Corporativo de Seguridad Alimentaria y Control de Calidad, aplicado en todas las unidades de negocio, plantas productivas y cadena de valor, desde el diseño de los productos, hasta la experiencia final del consumidor, pasando por las materias primas empleadas y las etapas de producción y distribución.

De esta forma, fabricamos y distribuimos de acuerdo con el Reglamento (CE) N.º 852/2004 relativo a la higiene de los productos alimenticios, implementando en nuestras instalaciones un Sistema de Análisis de Peligros y Control de los Puntos Críticos (APPCC), revisado anualmente por los Equipos de Seguridad Alimentaria.

Nuestro Modelo de Seguridad Alimentaria establece los siguientes principios:

- Respetar rigurosamente la normativa regulatoria y sectorial vigente, así como los requisitos exigidos por los estándares a los que nos sumamos por convicción propia
- Gestionar los riesgos de manera proactiva para facilitar la evaluación de posibles peligros potenciales y el establecimiento de planes de acción para su mitigación
- Escuchar y atender lo que nuestros clientes y consumidores esperan de nosotros, esforzándonos por ir un paso más allá para satisfacer sus expectativas y asegurar la confianza en todos nuestros productos
- Promover una cultura de seguridad alimentaria transversal a todas las personas que forman parte de la Corporación
- Comunicarnos con honestidad y claridad, ofreciendo la información que corresponda de manera transparente y directa



## **PARA FACILITAR LA CONSULTA Y ACCESIBILIDAD AL CÓDIGO DE VALORES:**

**DISPONIBLE EN WEB CORPORATIVA  
E INTRANET.**

**TALLERES FORMATIVOS A EMPLEADOS  
Y DIRECTIVOS DEL GRUPO.**

### **5.5.5. CRITERIO ÉTICO E ÍNTEGRO**

Nuestros sólidos valores se continúan transmitiendo de generación en generación: integridad, respeto, sostenibilidad y ética son los cimientos que nos han acompañado a lo largo de nuestra historia y que compartimos con socios, administradores, directivos, trabajadores y todos aquellos que contribuyen a consolidar nuestra Corporación como un referente de calidad empresarial y humana.

Estos valores se reflejan en un modelo de gestión ético que garantiza la integridad y la honorabilidad de todas nuestras acciones. Este modelo se compone de tres elementos clave: Código de Valores, Comité Ético Corporativo y Canal Ético. Además contamos con Políticas Corporativas que complementan estos elementos con pautas de conducta para poner en práctica los valores y principios recogidos en el Código de Valores.

Este modelo está alineado con el cumplimiento de los derechos humanos y laborales, establecidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y en la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo. Cada una de las empresas que integra la Corporación respeta la dignidad personal, la privacidad y los derechos personales de las personas trabajadoras y se compromete a ofrecer un lugar de trabajo libre de discriminación o acoso verbal o físico, con un nivel de tolerancia cero ante estas actitudes. En esta misma línea, nos comprometemos a la integración de todas las personas, con su complejidad y diversidad, en la cultura corporativa.

#### **CÓDIGO DE VALORES**

El Código de Valores constituye una declaración expresa de los principios, valores y pautas de conducta que deben guiar y promover el comportamiento ético de las sociedades que conforman la Corporación, en general, y de todas las personas que integran la misma, en particular. Resulta de aplicación a todas las personas que mantengan una relación laboral con cualquiera de las sociedades que integran el Grupo, en cualquier lugar que opere, entendiendo por estos, los directivos y empleados de esta, incluyendo los becarios, así como aquellas otras personas cuya actividad se someta expresamente al Código. Este Código establece, asimismo, 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.

El Código de valores, disponible en nuestra página web corporativa, garantiza la aplicación colectiva de los compromisos de toda la Corporación con el efectivo cumplimiento de los derechos humanos y laborales, y la integración de todo el colectivo de personas, con su complejidad y diversidad, en la cultura corporativa. El Código vigente fue aprobado por el Consejo de Administración en 2023 a la luz de la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción; ha entrado en vigor durante este ejercicio y se revisará anualmente a propuesta del Comité Ético Corporativo.

## COMITÉ ÉTICO CORPORATIVO

Este órgano colegiado, depende directamente del Consejo de Administración de la Corporación, y es el elemento clave en el adecuado funcionamiento, implementación, difusión, actualización, interpretación, supervisión y seguimiento del sistema ético y cumplimiento normativo, en general, y del Código de Valores, en particular, estableciendo, asimismo, las medidas necesarias a fin de prevenir su vulneración.

Sus competencias son las siguientes:

1. Consultiva: encargado de interpretar los términos y sentido del Código de Valores, así como resolver cualesquiera dudas en relación con el mismo, en general, y con su cumplimiento y contenido, en particular;
2. Resolutiva: responsable del SII, en los términos previstos en la Ley 2/2023, o normativa que le sustituya, y su Canal ético;
3. Preventiva y de vigilancia: velar por el cumplimiento del Código de Valores de la Corporación y su normativa interna, así como establecer, coordinar y hacer seguimiento de las medidas de prevención pertinentes a fin de evitar su incumplimiento;
4. De promoción e información: encargado de difundir y promover los valores y comportamientos recogidos en el Código de Valores de la Corporación, así como de informar al respecto de este y su cumplimiento;
5. De publicidad: el Comité Ético, a través de su Responsable Delegado, se asegurará de proporcionar de manera clara y fácilmente accesible la información necesaria para que los informantes puedan hacer uso del Canal ético.

## SISTEMA INTERNO DE INFORMACIÓN (SII) Y CANAL ÉTICO

El SII tiene por objeto proteger a las personas que informen sobre acciones u omisiones que constituyen incumplimientos y fomentar la cultura de información como mecanismo para prevenir y detectar conductas irregulares y reaccionar frente a ellas. El Canal Ético es el cauce preferente habilitado para la recepción de las comunicaciones relativas a incumplimientos, a través del cual se pueden comunicar:

- Acciones u omisiones que puedan constituir infracciones en los términos previstos por la normativa europea en materia de contratos, medioambiente, privacidad de los datos personales y seguridad de las redes y los sistemas de información que afecten al mercado interior y, en general, a los intereses financieros de la Unión Europea.
- Acciones u omisiones que puedan ser constitutivas de delito o infracción administrativa
- Cualquier conducta contraria al Código de Valores de la Corporación y de sus sociedades

Un gestor externo del SII recibe las comunicaciones, elabora un registro detallado con las denuncias recibidas, así como una evaluación preliminar para reportar al Responsable

de SII, con propuestas de admisión a trámite o archivo de las denuncias, y una vez el Responsable de SII admite o no la denuncia, comunica al informante la decisión adoptada. Por último, asiste y apoya al Responsable de SII en el inicio, tramitación y propuesta de resolución del expediente de investigación.

El Comité Ético Corporativo es el responsable del SII. Se destaca la designación como Responsable Delegado del SII a Pedro Regojo Balboa, en su condición de miembro del Comité Ético, en los términos del artículo 8.2 de la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción.

## PROCEDIMIENTO DE USO DEL CANAL ÉTICO

1. Acceso al canal ético.
2. Alojamiento y recepción de las comunicaciones y *reporting*.
3. Tramitación de instrucción del expediente de investigación.
4. Resolución del expediente y comunicación
5. Registro.
6. Publicación.

El acceso al Canal Ético puede realizarse a través de:

- Formulario en la página web de la Corporación, accesible también desde otras páginas web de las sociedades integrantes de la Corporación.
- Comunicación escrita por correo electrónico o correo postal.
- Comunicación verbal por teléfono.
- Reunión presencial.

En 2023, no ha habido denuncias a través de los canales disponibles relacionados con la vulneración de los derechos humanos.

## PREVENCIÓN DE DELITOS Y FRAUDE

A fin de evitar actividades fraudulentas, la Corporación y su personal se comprometen a velar por la transparencia de toda la información que las compañías del Grupo transmitan a los mercados, a la sociedad, a sus auditores y a las instituciones públicas, prestando especial atención a la información financiera y no financiera. Por su parte, la Corporación está en proceso de elaboración del Plan de Prevención de Delitos, que implementará próximamente, con cuyos términos, formación, puesta en marcha, gestión y procedimientos, el personal del Grupo estará plenamente comprometido.



**6.1. PERFIL DE LA MEMORIA Y EINF**

**6.2. ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI**

**6.3. ÍNDICE DE CONTENIDOS DE LA LEY 11/2018**



## 6.1. PERFIL DE LA MEMORIA Y EINF

Desde hace 10 años, publicamos nuestra Memoria de sostenibilidad y Estado de Información No Financiera, como un ejercicio de transparencia y rendición de cuentas a nuestros principales grupos de interés.

La Memoria incluye el Estado de información no financiera consolidado de Corporación Hijos de Rivera, S.L y Sociedades dependientes. 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.

Además, se consideran como referencia los estándares de *Global Reporting Initiative* (GRI), marco internacional de reporte. Seguimos los Principios para la elaboración de informes recogidos en GRI y reportamos aquellos indicadores, vinculados a los temas materiales, que permitan reforzar y completar la información requerida en la Ley 11/2018. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los contenidos 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”.

En 2023, se ha ampliado el número de indicadores GRI reportados, como parte de nuestro compromiso con la mejora continua del reporte de sostenibilidad. Todas las cuestiones recogidas en la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad han sido identificados por la Corporación como materiales.

La información incluida en el Estado de información no financiera, que forma parte del Informe de Gestión Consolidado y que acompaña a las Cuentas Anuales Consolidadas correspondientes al ejercicio 2023, está verificada por KPMG Auditores S.L.

### Perímetro de la información:

La información financiera que se incluye en la Memoria de sostenibilidad 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 2023, qué estaba integrado a dicha fecha por las sociedades que se detallan en el apartado 3.3 *Visión estratégica*.

La información relativa a Personas del año 2023 no incluye al personal de las empresas del Grupo Balearic Beverage Distributors Inc. (EE.UU.), Bares & Estrellas Wine & Food Services Corporation (Filipinas), Rivera Business Trade Shanghai Co. Ltd. (China), Cervezas Estrella Galicia México, S. de R.L., de C.V. (México), Auara Empresa Social, S.L., Grandes Pagos Gallegos de Viticultura Tradicional, S.L., Quinta Couselo, S.L.U., Fragas do Lecer, S.L.U., Bodega y Viñedos Pazo Casanova, S.L.U., Pagos de Mandín, S.L.U. y Formentera Mediterranean Spirits, S.L., que representan un 4,3% 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 de la Corporación.

## 6.2. ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

DECLARACIÓN DE USO	CORPORACIÓN HIJOS DE RIVERA, S.L HA PRESENTADO LA INFORMACIÓN CITADA EN ESTE ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI PARA EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 1 DE ENERO DE 2023 Y EL 31 DE DICIEMBRE DE 2023 UTILIZANDO COMO REFERENCIA LOS ESTÁNDARES GRI.
GRI 1 USADO	GRI 1: FUNDAMENTOS 2021

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN
CONTENIDOS GENERALES		
GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021	2-1 Detalles organizacionales	3.3 Tradición artesana con presencia global 3.4 Visión estratégica 5. Impactamos para crear valor compartido 5.5.1 Arraigados con firmeza 6.2 Perfil de la Memoria y EINF
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	6.2 Perfil de la Memoria y EINF
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	01/01/2023 – 31/12/2023 Publicación anual Punto de contacto: Calle José María Rivera Corral, 6, Polígono Industrial de A Grela. 15008, A Coruña. Teléfono: +34 981 901 906
	2-4 Actualización de la información	6.1 Perfil de la Memoria y EINF
	2-5 Verificación externa	6.1 Perfil de la Memoria y EINF Informe de verificación
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	3.3 Tradición artesana con presencia global 3.5 Una cartera con carácter 5. Impactamos para crear valor compartido 5.3.2 Aliados responsables
	2-7 Empleados	5.2 Comprometidos con nuestras personas
	2-9 Estructura de gobernanza y composición	5.5.1 Arraigados con firmeza
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	5.5.1 Arraigados con firmeza
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	1.1 Carta del presidente

	2-23 Compromisos y políticas	5.5.6 Criterio ético e íntegro
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	5.5.6 Criterio ético e íntegro
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	5.5.6 Criterio ético e íntegro 5.3.1 Junto a nuestros clientes
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	En 2023 no se han registrado casos de incumplimiento significativos.
	2-28 Afiliación a asociaciones	5.4.3 Alianzas colaborativas
	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	3.8 Conexión con nuestros grupos de interés
	2-30 Convenios de negociación colectiva	5.2 Comprometidos con nuestras personas
<b>TEMAS MATERIALES</b>		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	3.7 Doble materialidad: nuestros impactos
	3-2 Lista de temas materiales	3.7 Doble materialidad: nuestros impactos
<b>ORIGEN GALLEGO Y CULTURA ARTESANA</b>		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	3.3 Tradición artesana con presencia global
<b>CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA</b>		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	3.2 Principales magnitudes
GRI 201: DESEMPEÑO ECONÓMICO 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	3.2 Principales magnitudes
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	3.2 Principales magnitudes
<b>ECONOMÍA CIRCULAR</b>		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5.1.2 Nuestro compromiso circular
GRI 301: MATERIALES 2016	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	5.1.2 Nuestro compromiso circular 5.1.3 Consumo de recursos responsable
GRI 306: RESIDUOS 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	5.1.2 Nuestro compromiso circular 5.1.3 Consumo de recursos responsable
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	5.1.2 Nuestro compromiso circular 5.1.3 Consumo de recursos responsable
	306-3 Residuos generados	5.1.2 Nuestro compromiso circular 5.1.3 Consumo de recursos responsable
<b>BIODIVERSIDAD</b>		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5.1.4 Protegemos la biodiversidad

	304-1 Sitios operacionales 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	5.1.4 Protegemos la biodiversidad
<b>HUELLA DE CARBONO</b>		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5.5.1 Respondemos al cambio climático
GRI 302: ENERGÍA 2016	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	5.1.3 Consumo de recursos responsable
GRI 305: EMISIONES 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	5.5.1 Respondemos al cambio climático
	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	5.1.3 Consumo de recursos responsable
	305-5 Reducción de emisiones de GEI	5.5.1 Respondemos al cambio climático
<b>HUELLA HÍDRICA</b>		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5.1.3 Consumo de recursos responsable
GRI 303: AGUA Y EFLUENTES 2018	303-1 Interacción con el agua como recurso compartido	5.1.3 Consumo de recursos responsable
	303-5 Consumo de agua	5.1.3 Consumo de recursos responsable
<b>SATISFACCIÓN Y CLIMA LABORAL</b>		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5.2.2 Satisfacción y clima laboral
GRI 401: EMPLEO 2016	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	6.1 Indicadores adicionales sobre personas
<b>TALENTO Y LIDERAZGO</b>		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5.2.5 Talento y cultura corporativa
GRI 404: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN 2016	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	6.1 Indicadores adicionales sobre personas 5.2.5 Talento y cultura corporativa
	404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	5.2.5 Talento y cultura corporativa
<b>DIVERSIDAD, EQUITAD E INCLUSIÓN</b>		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5.2.4 Diversidad, equidad e igualdad
GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES 2016	405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	5.5.1 Arraigados con firmeza 6.1 Indicadores adicionales sobre personas
	405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	6.1 Indicadores adicionales sobre personas
GRI 406: NO DISCRIMINACIÓN 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	5.5.6 Criterio ético e íntegro

SEGURIDAD Y SALUD LABORAL		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5.2.3 Salud, seguridad y bienestar laboral
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	5.2.3 Salud, seguridad y bienestar laboral
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	5.2.3 Salud, seguridad y bienestar laboral
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	5.2.3 Salud, seguridad y bienestar laboral
	403-9 Lesiones por accidente laboral	6.1 Indicadores adicionales sobre personas
	403-10 Las dolencias y enfermedades laborales	6.1 Indicadores adicionales sobre personas
CONSUMO RESPONSABLE Y VIDA SALUDABLE		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5. Impactamos para crear valor compartido 5.5.2 Salud y seguridad de los productos
SERVICIO Y RELACIÓN CON CLIENTES Y DISTRIBUIDORES		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5.3.1 Junto a nuestros clientes
GESTIÓN DE RIESGOS		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5.5.3 Gestión de riesgos
BUEN GOBIERNO, TRANSPARENCIA Y ÉTICA		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5.5.2 Nuestro sistema integral de gestión 5.5.3 Compromisos certificados 5.5.6 Criterio ético e íntegro
ACCIÓN SOCIAL		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5.4 Conectados con la sociedad
CULTURA Y DEPORTE		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5.4.2 Apoyo a la cultura y el deporte
DESARROLLO SOSTENIBLE Y RESPONSABLE DEL SECTOR		
GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	5.3.1 Junto a nuestros clientes 5.4.1 Conocimiento e innovación social

## 6.3. ÍNDICE DE CONTENIDOS DE LA LEY 11/2018

INFORMACIÓN SOLICITADA POR LA LEY 11/2018	MATERIALIDAD	UBICACIÓN	CONTENIDOS GRI SELECCIONADOS
INFORMACIÓN GENERAL			
Una breve descripción del modelo de negocio que incluye su entorno empresarial, su organización y estructura	Material	8, 12-14	GRI 2-6 (2021)
Mercados en los que opera	Material	10-12	GRI 2-1 (2021) GRI 2-6 (2021)
Objetivos y estrategias de la organización	Material	12-13; 30-32	GRI 2-1 (2021) GRI 2-22 (2021)
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	Material	84-88	GRI 3-3 (2021)
Marco de reporting utilizado	Material	92-93	GRI 1 (2021)
Principio de materialidad	Material	16-20	GRI 3-1 (2021) GRI 3-2 (2021)
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	36-37	GRI 3-3 (2021)
INFORMACIÓN GENERAL DETALLADA			
Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medioambiente y en su caso, la salud y la seguridad	Material	36-37	GRI 3-3 (2021)
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	Material	36-37 84-86	GRI 3-3 (2021)
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	Material	40	GRI 3-3 (2021)
Aplicación del principio de precaución	Material	37	GRI 2-23 (2021)
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	Material	40	GRI 3-3 (2021)
CONTAMINACIÓN			
Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medioambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	Material	38-39	GRI 3-3 (2021)
ECONOMÍA CIRCULAR Y PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS			
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	Material	41-44	GRI 306-1 GRI 306-2 GRI 306-3

Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	Material	33; 43	GRI 3-3 (2021)
<b>USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS</b>			
Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	Material	34; 44-47	GRI 303-1 GRI 303-5
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	Material	46	GRI 301-1
Consumo, directo e indirecto, de energía	Material	45-46	GRI 302-1
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	Material	45	GRI 3-3 (2021)
Uso de energías renovables	Material	7; 34-35; 38; 45-46	GRI 302-1
<b>CAMBIO CLIMÁTICO</b>			
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	38-40	GRI 305-1 GRI 305-2
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	Material	36-40	GRI 3-3 (2021)
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	7; 9; 36-40 31	GRI 3-3 (2021) GRI 305-5
<b>PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD</b>			
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	Material	47-48	GRI 3-3 (2021)
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	Material	47-48	GRI 3-3 (2021) GRI 304-1
<b>CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL</b>			
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	49	GRI 3-3 (2021)
<b>EMPLEO</b>			
Número total y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional	Material	7; 9; 50-51	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	50-52	GRI 2-7 (2021) en lo que respecta a empleados por contrato laboral y tipo, por sexo y edad
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	Material	52	GRI 3-3 (2021) GRI 401-1 en lo que respecta al número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional

Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	Material	60	GRI 3-3 (2021)
Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	Material	59	GRI 3-3 (2021) GRI 405-2 en lo que respecta a remuneración media por sexo, edad y clasificación profesional
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	59	GRI 3-3 (2021)
Implantación de políticas de desconexión laboral	Material	49, 53-55	GRI 3-3 (2021)
Número de empleados con discapacidad	Material	61	GRI 3-3 (2021) GRI 405-1 en lo que respecta al número de empleados con discapacidad
<b>ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO</b>			
Organización del tiempo de trabajo	Material	52-53	GRI 3-3 (2021)
Número de horas de absentismo	Material	55	GRI 3-3 (2021) 403-9 en lo que respecta al número de horas de absentismo
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	Material	52-53	GRI 3-3 (2021)
<b>SALUD Y SEGURIDAD</b>			
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	Material	53-55	GRI 3-3 (2021); GRI 403-1; GRI 403-3; GRI 403-7
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo	Material	55	GRI 403-9 en lo que respecta a número y tasa de accidentes; GRI 403-10 en lo que respecta a enfermedades profesionales
<b>RELACIONES SOCIALES</b>			
Organización del diálogo social incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	Material	52	GRI 3-3 (2021)
Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación	Material	21; 52	GRI 3-3 (2021)
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	Material	52	GRI 2-30 (2021)
Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	Material	52	GRI 3-3 (2021)
<b>FORMACIÓN</b>			
Políticas implementadas en el campo de la formación	Material	55; 57-59	GRI 404-2 (2016)

Cantidad total de horas de formación por categoría profesional	Material	56	GRI 3-3 (2021) GRI 404-1 en lo que respecta a horas de formación por categoría profesional
<b>ACCESIBILIDAD UNIVERSAL</b>			
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	Material	61	GRI 3-3 (2021)
<b>IGUALDAD</b>			
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	Material	59-60	GRI 3-3 (2021)
Planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	Material	60	GRI 3-3 (2021)
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	Material	60	GRI 3-3 (2021)
<b>RESPECTO DE LOS DERECHOS HUMANOS</b>			
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	89-91	GRI 3-3 (2021)
<b>APLICACIÓN DE PROCEDIMIENTOS DE DILIGENCIA DEBIDA</b>			
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	89-91	GRI 2-23 (2021) GRI 2-26 (2021)
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	Material	91	GRI 3-3 (2021) 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	89-91	GRI 3-3 (2021)
<b>LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO</b>			
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	89-91	GRI 3-3 (2021)
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	Material	91	GRI 3-3 (2021) GRI 2-23 (2021) GRI 2-26 (2021)
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	Material	89-91	GRI 3-3 (2021) GRI 2-23 (2021) GRI 2-26 (2021)
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	Material	7; 78	GRI 2-28 (2021) GRI 201-1 en lo que respecta a aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

<b>INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD</b>			
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	71-80	GRI 3-3 (2021)
<b>COMPROMISOS DE LA EMPRESA CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE</b>			
El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	Material	71-80	GRI 3-3 (2021)
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	Material	71-80	GRI 3-3 (2021)
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	Material	21; 71-80	GRI 2-29 (2021)
Las acciones de asociación o patrocinio	Material	76-77	GRI 3-3 (2021)
<b>SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES</b>			
Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	Material	66-69	GRI 3-3 (2021)
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	Material	7; 66-69	GRI 2-6 (2021)
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	Material	68-69	GRI 2-6 (2021)
<b>CONSUMIDORES</b>			
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	Material	62; 88-89	GRI 3-3 (2021)
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	Material	7; 62-64	GRI 3-3 (2021)
<b>INFORMACIÓN FISCAL</b>			
Los beneficios obtenidos país por país	Material	15	GRI 3-3 (2021)
Los impuestos sobre beneficios pagados	Material	15	GRI 3-3 (2021)
Las subvenciones públicas recibidas	Material	15	GRI 201-4 en lo que respecta a subvenciones públicas recibidas

