

IGNACIO RIVERA

PRESIDENTE EJECUTIVO DE HIJOS DE RIVERA

“Entendemos la innovación como un factor para la diferenciación”

Horizontes

Este año 2026 creo que se asentarán las tendencias que hemos ido viendo surgir en los últimos años. Las preferencias están cambiando: el consumo se convierte en un acto consciente y planificado, con la calidad y la experiencia como principales factores de decisión. En nuestro sector, vemos cómo la cerveza sin alcohol ya no es una alternativa, sino una bebida de consumo habitual, y también cómo el hogar va ganando peso frente a la restauración.

Pilares estratégicos

Contamos con un plan estratégico a 2030 con el objetivo de duplicar nuestra facturación sin dejar de lado nuestra esencia y lo que nos hace diferentes. Los pilares de esta estrategia son la internacionalización y la diversificación, adaptándonos a las nuevas necesidades y preferencias de los consumidores. Buscamos estar presentes en más ocasiones, aportando valor y diferenciación.

Marcas

Las marcas tienen capacidad de aportar valores y propósito, y de generar un vínculo con sus consumidores que va más allá de la simple compra. Pero es fundamental que el propósito sea real, y no dé lugar a marcas huecas o vacías de contenido. El propósito debe orientar las decisiones y la estrategia y generar un impacto positivo que vaya más allá de las palabras y que cuide del origen, las personas, los aliados y el planeta.

Innovación

La innovación es uno de nuestros pilares estratégicos, y nosotros la entendemos como un factor para la diferenciación, no como una mera incorporación de nuevas tecnologías. En Hijos de Rivera apostamos por la innovación para desarrollar productos con propósito, y así se refleja en nuestros últimos lanzamientos. Desde Auara, nuestra marca de agua y zumos que dedica el 100% de los dividendos a desarrollar proyectos de agua potable; nuestra cerveza Lupia, con lúpulo gallego para proteger el medio rural; las aguas Fontarel Next H2.O, con un proceso innovador de filtrado y electrolitos añadidos; o la

cerveza Rivera Reposada, que cuenta con los procesos más largos de elaboración de nuestro portfolio en el cocinado, fermentación y maduración.

Personas

Las personas están en el centro de todo lo que hacemos, como no puede ser de otra forma. Son un pilar de nuestro enfoque de impacto positivo, por el que cuidamos nuestro origen, personas, aliados y planeta. Nuestro enfoque en torno al talento parte de generar empleo de calidad y cuidar del bienestar de nuestros colaboradores, potenciando sus capacidades e impulsando su desarrollo profesional. Estamos en los principales rankings de empleo en España, como ‘Great Place to Work’ y ‘Top Employers’.

Desafíos

El principal desafío es conocer y entender las nuevas necesidades de nuestros clientes y consumidores para aportar más valor en cada momento y acompañarlos en más ocasiones. Y lo queremos hacer para cumplir nuestro objetivo, que sigue sin ser vender más litros, sino ser los más queridos. Vemos un consumo moderado, mucho más diversificado y consciente, con nuevas rutas como el tardeo.

