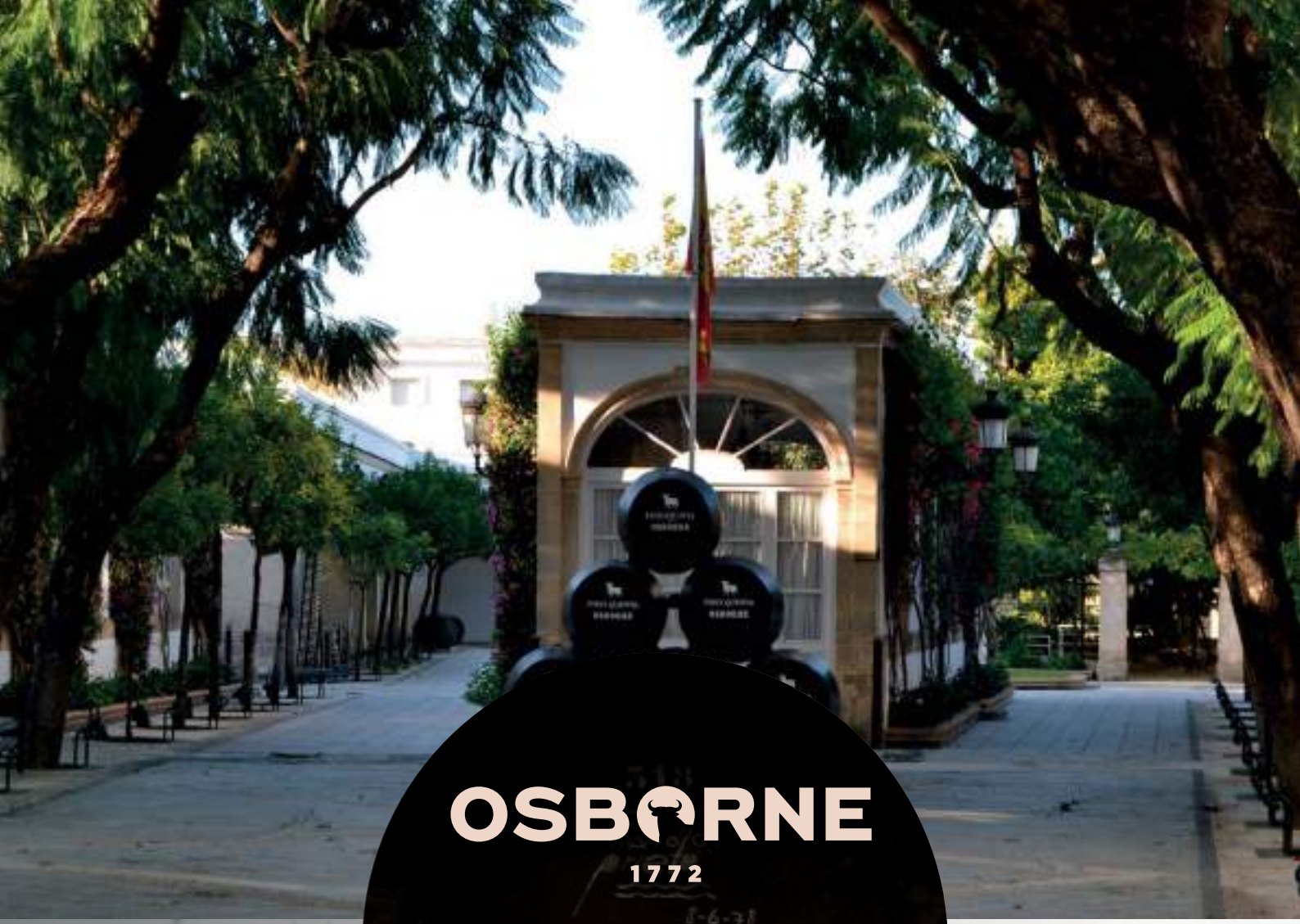
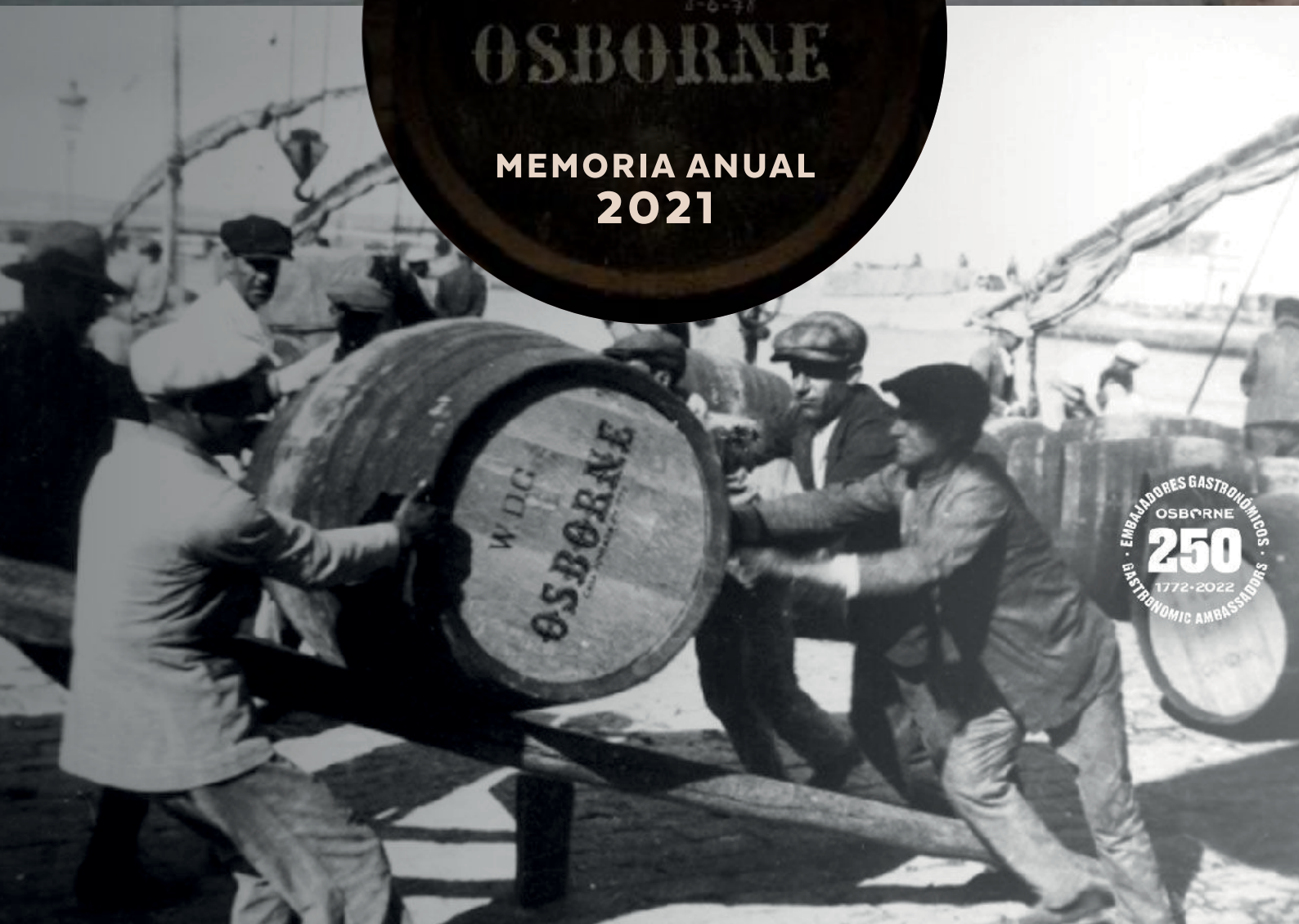


OSBORNE

1772

MEMORIA ANUAL 2021



EMBAJADORES GASTRONÓMICOS · GASTRONOMIC AMBASSADORS · OSBORNE 250 1772·2022

OSBORNE

1772

ÍNDICE

MENSAJE DEL PRESIDENTE.....4

RESULTADOS Y PRINCIPALES HITOS 2021 6

Contexto y resumen ejecutivo 8
Resultados financieros.....9
Principales hitos 2021 11

Evolucionar el portafolio 12
Principales hitos de marcas en 2021

Crecimiento Internacional. 20
Principales hitos en Internacionalización 2021

Eficiencia operativa y transformación digital 26
Principales hitos industriales 2021
Principales hitos en el mercado nacional 2021
Consolidación de la nueva llegada al mercado en España 2021

Refuerzo de la marca corporativa Osborne.....33



MODELO DE NEGOCIO..... 34

Historia de Osborne.....36
Visión, propósito y valores 38
Estrategia de portafolio.....40
Marcas icónicas 41
Experiencias compartidas 48

SOSTENIBILIDAD 50

Introducción 52
La sostenibilidad en el ADN de Osborne 52

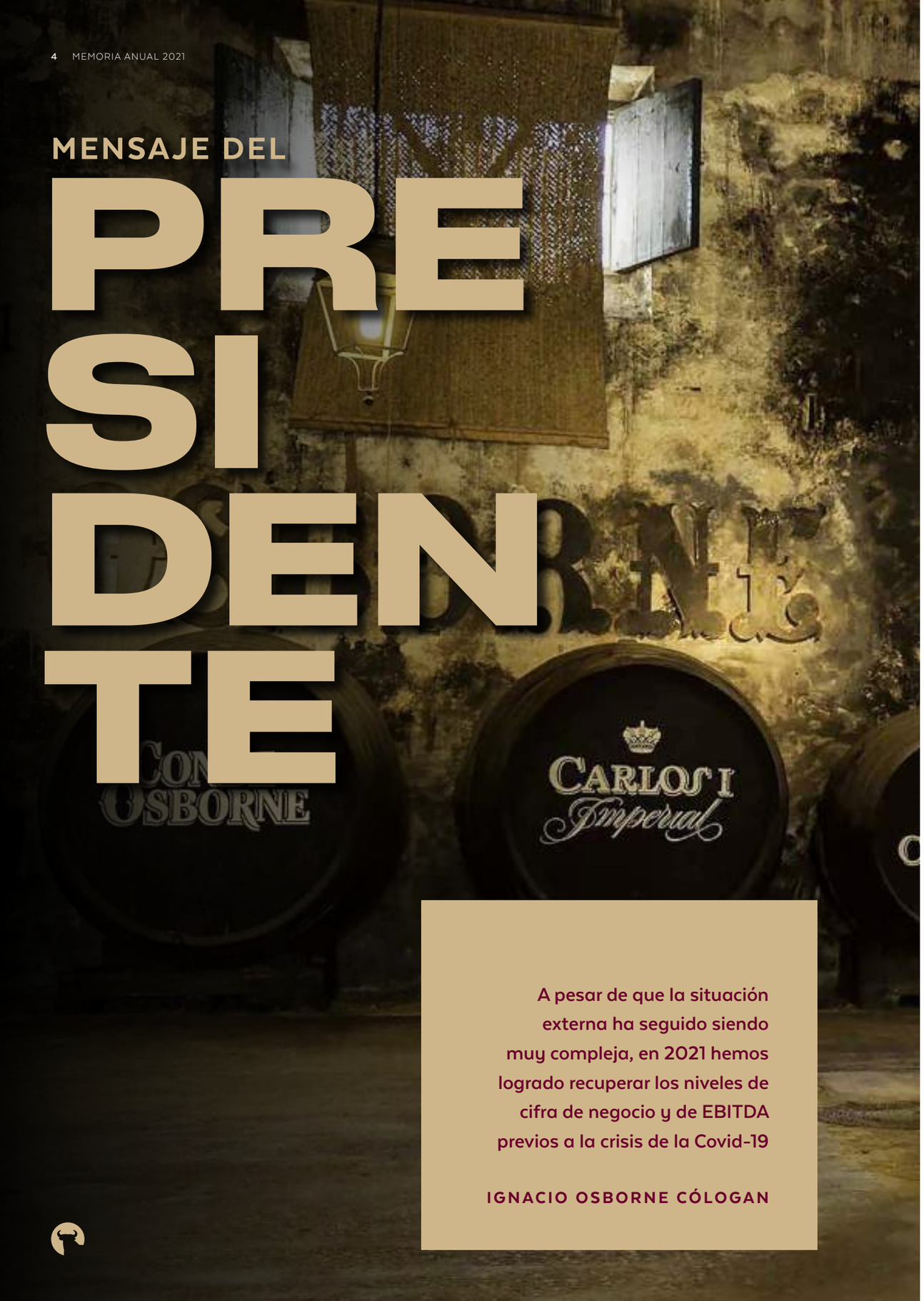
Ambiental..... 54
Nuestro compromiso con el medio ambiente 54

Social 62
El empleado en el centro de la transformación.....62

Comprometidos con la Sociedad y Fundación Osborne 72

Gobernanza..... 82
Nuestros principios de gobierno corporativo 82

MENSAJE DEL PRESIDENTE



A pesar de que la situación externa ha seguido siendo muy compleja, en 2021 hemos logrado recuperar los niveles de cifra de negocio y de EBITDA previos a la crisis de la Covid-19

IGNACIO OSBORNE CÓLOGAN

Conviene que todos recordemos que en 2020 nos enfrentamos a una situación extraordinaria y absolutamente imprevisible: una pandemia global que provocó una crisis mundial, sanitaria y económica, sin precedentes. En Osborne, no sólo no fuimos ajenos a esta crisis sino que la sufrimos especialmente por nuestra especial exposición a la hostelería y al turismo.

Afortunadamente, en 2020 aceleramos nuestro plan estratégico y tomamos todas las medidas necesarias para mejorar la eficiencia de nuestro negocio, recuperar los niveles históricos de rentabilidad y reducir la deuda, todo ello sin poner en riesgo ni el potencial de nuestras marcas ni la renovación de nuestro portafolio ni los proyectos de internacionalización. La adopción y ejecución de aquellas decisiones dieron sus frutos y hoy podemos decir, sin ningún género de dudas, que 2021 ha sido el año de la recuperación en Osborne. A pesar de que la situación externa ha seguido siendo muy compleja -con limitaciones para la hostelería, un turismo internacional muy limitado e importantes problemas de suministro-, en 2021 hemos logrado recuperar los niveles de cifra de negocio y de EBITDA previos a la crisis del covid-19. Y además, con un negocio en mi opinión aún más sólido del que disfrutábamos en 2019: mayor peso de las marcas propias, mayor peso del negocio internacional, mayor relevancia de las marcas más premium y un portafolio reforzado con innovaciones internas y con las adquisiciones de caviar Riofrío, el vermut Domingo y Gold gin.

Por todo lo anterior, creo que podemos afrontar el 2022 con "moderado optimismo" aunque sin duda seguimos viviendo una situación macroeconómica y geopolítica muy compleja (por todos conocida) que provoca una extraordinaria volatilidad y unos importantes riesgos. No podemos prever el impacto de la situación que vivimos sobre la evolución de unos precios históricamente altos de la energía y de las materias primas o sobre la demanda. Es por ello que la prudencia sigue siendo una exigencia prioritaria. Tenemos que seguir asegurándonos de que perseveramos en lo que nos ha hecho salir reforzados de una crisis en la que aún seguimos inmersos: la visión de largo plazo; una organización ágil, eficiente y flexible que nos permita reaccionar rápidamente ante escenarios imprevisibles e incluso modificar los planes "sobre la marcha"; y por supuesto, la fidelidad permanente hacia nuestra misión y nuestros valores. Todo ello sin dejar de acometer nuevos proyectos de crecimiento, tanto orgánicos como inorgánicos, aprovechando nuestra buena situación financiera.

Hoy podemos decir, sin ningún género de dudas, que 2021 ha sido el año de la recuperación en Osborne

Quiero terminar recordando que 2022 es un año muy especial en el que se cumple un hito único: nuestro 250 aniversario. Un aniversario que poquísimas empresas familiares pueden celebrar y que no es fruto de la casualidad. Suelo recordar en distintos foros que Osborne ha superado múltiples vicisitudes a lo largo de su historia, inevitables en una trayectoria empresarial tan longeva, y que las ha superado con éxito por el hecho de ser una compañía fiel a sus principios, intrínsecamente sostenible, y que siempre ha contado con el permanente compromiso de las personas. Por esto quiero aprovechar esta oportunidad para agradecer la implicación mostrada siempre, y muy especialmente en estos dos últimos años, por nuestros accionistas, empleados, clientes y proveedores. Estoy convencido de que la pervivencia de esta filosofía nos permitirá celebrar muchos más aniversarios en el futuro.

250

¡FELIZ 250 ANIVERSARIO!



RESULTADOS

HITOS 2021

CONTEXTO Y RESUMEN EJECUTIVO

2021, EL AÑO DE LA RECUPERACIÓN

Los resultados financieros del ejercicio 2021 son fruto de las decisiones tomadas durante los ejercicios 2020 y 2021, sin duda uno de los más duros de la historia de nuestra compañía. En el transcurso de estos dos últimos años, probablemente de los más duros de la historia reciente de nuestra compañía, con toda una serie de medidas como confinamientos y restricciones a la movilidad, con una hostelería que se ha visto muy perjudicada en su funcionamiento, adicionalmente con un derrumbe considerable del turismo, sobre todo del turismo internacional; todo ello ha provocado una abrupta caída del PIB en nuestro país y en el resto de los mercados en los que operamos y que nos han afectado gravemente al consumo de nuestras marcas, sobre todo en el ejercicio pasado.

Las circunstancias nos obligaron entonces a acelerar una serie de decisiones estructurales planificadas, que han sido claves par alcanzar unos resultados que podemos calificar de excelentes:

1. Revisión del modelo comercial y la llegada al mercado
2. Integración industrial
3. Impulso a las marcas y mercados estratégicos
4. Adquisiciones de negocios y marcas
5. Desinversión de activos no estratégicos
6. Reducción de gastos generales

Gracias a la ágil ejecución de las citadas decisiones, en el 2021 Osborne ha vuelto a niveles de facturación y Ebitda equiparables a los años previos a la pandemia y, además, se coloca en una situación mucho más robusta en la medida en que:

FACTURACIÓN MARCAS PROPIAS

La facturación de la compañía se apoya en mayor medida en las marcas propias, en las categorías premium y en el negocio internacional.

NEGOCIO RECURRENTE

El beneficio de explotación depende en su práctica totalidad del negocio recurrente.

ENDEUDAMIENTO INFERIOR

El endeudamiento es significativamente inferior al de los años previos a la pandemia.

RESULTADOS FINANCIEROS

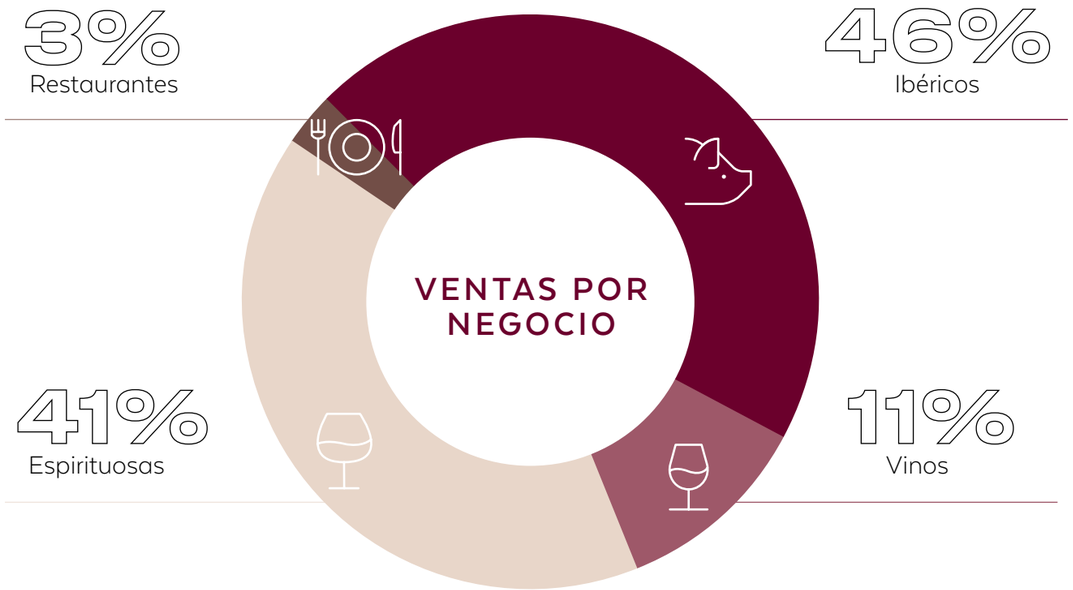
2021 EN CIFRAS

PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS

Venta Neta Total	**211,3 MM€** 222,4 MM€ (-5% vs 2019) 158,6 MM€ (+33% vs 2020)
Venta Neta Marcas Propias	**180,9 MM€** 178,8 MM€ (+1% vs 2019) 129,4 MM€ (+40% vs 2020)
EBITDA	**35,4 MM€** 33,2 MM€ (+6% vs 2019) 14,2 MM€ (+150% vs 2020)
Beneficio Neto	**12,5 MM€** 11,9 MM€ (+4% vs 2019) -7,4 MM€ (vs. 2020)
Deuda Neta	**85 MM€** -29 MM (-26% vs 2020)

+29 MM€
Flujo Libre de Caja
+45% vs. 2020

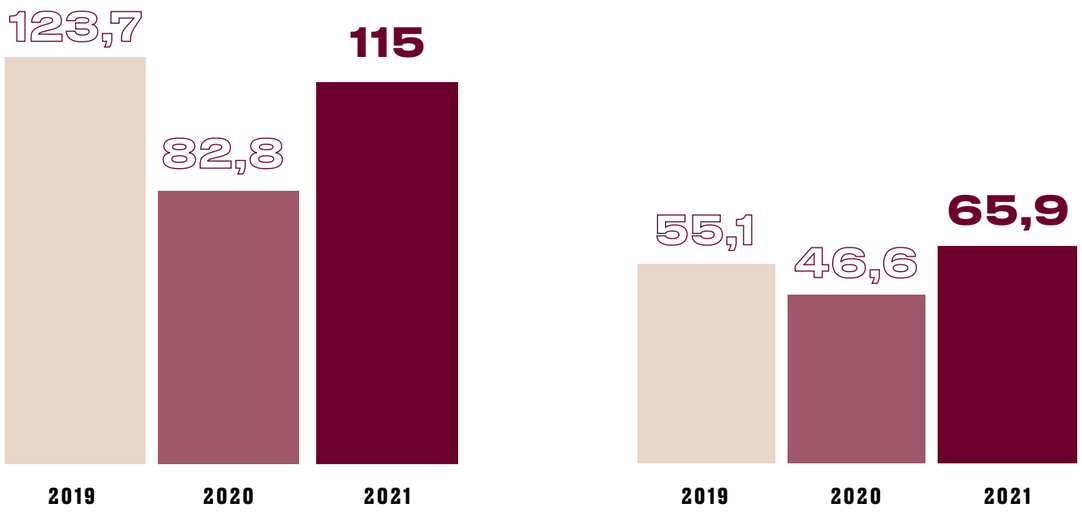
7 MM€
Inversiones
Capex



EVOLUCIÓN DE LA CIFRA DE NEGOCIO MARCAS PROPIAS POR MERCADO (MM€)

Nacional ▶ 180,9 ◀ Internacional

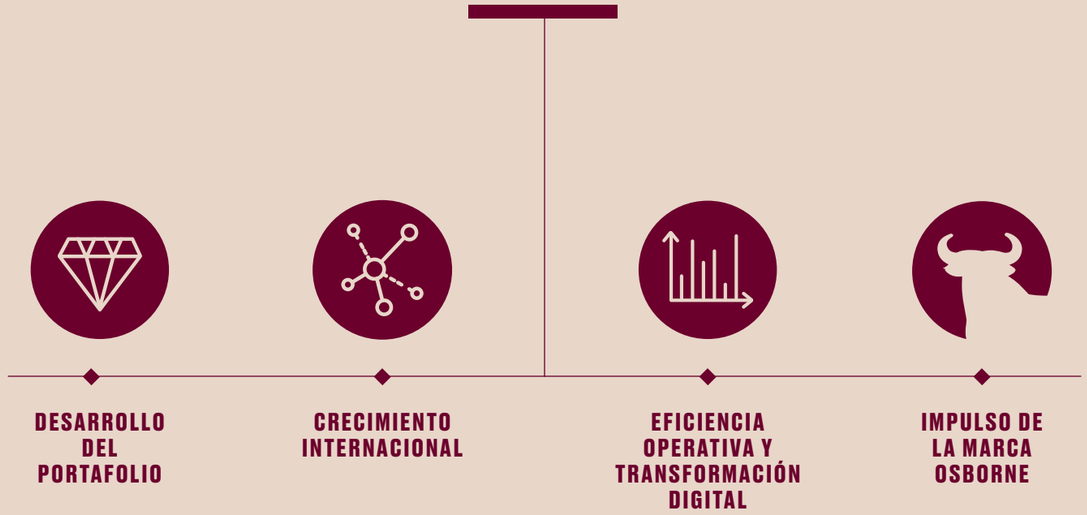
Total 2021



PRINCIPALES HITOS 2021

Durante el 2021, a pesar de que la economía y el consumo aún sufrían los efectos del Covid, hemos consolidado la recuperación de los negocios acelerando decisiones estructurales previamente planificadas, a la vez que hemos definido un nuevo Plan Estratégico 2021-2023 con las siguientes palancas:

LÍNEAS DE ACCIÓN



DESARROLLO DEL PORTAFOLIO

Desarrollo del portafolio que nos permita seguir siendo un referente gastronómico y nos asegure un negocio sostenible en el largo plazo:

LIDERAZGO MARCAS POPULARES

Ganando cuota de mercado en nuestras marcas tradicionales, gracias al buen comportamiento de Anís del Mono en España y Veterano en Alemania.

IMPULSO MARCAS ESTRATÉGICAS

Acelerando el crecimiento de nuestras marcas estratégicas, con especial foco en Nordés y Cinco Jotas.

PRESENCIA EN NEGOCIO GOURMET

Incrementando la presencia de Osborne en el segmento de la alimentación Gourmet, con la adquisición de la empresa de caviar Riofrío.

NUEVAS MARCAS, NUEVOS CONSUMIDORES

Lanzando e integrando nuevas marcas y productos que nos permitan acceder a nuevos consumidores en categorías dinámicas con nuevas propuestas de espirituosas, gracias a la incorporación de Gold Gin, el vermut Domingo y el lanzamiento de nuestra participada Galician Original Drinks de la ginebra Lolitas dentro de la categoría de *low alcohol*.

DISTRIBUCIONES SINÉRGICAS

Incorporando nuevas marcas de distribución que complementen sinérgicamente el portafolio en aquellos mercados que controlamos la distribución, en Nacional integrando el Vodka Roberto Cavalli.

ENOTURISMO Y RESTAURACIÓN, DESARROLLO RENTABLE

Desarrollando de una forma rentable el negocio de restauración y enoturismo, al servicio de nuestra visión.

PRINCIPALES HITOS DE MARCAS 2021

1 Incorporación de nuevas marcas



RIOFRÍO, NUEVO MIEMBRO EN LA FAMILIA

La marca de caviar Riofrío pasa a formar parte del portafolio de Osborne contribuyendo al crecimiento y diversificación en categorías gourmet de alto valor añadido, permitiendo a Osborne avanzar en su objetivo de reforzar su portafolio de marcas gastronómicas.

Riofrío es una compañía española, fundada en 1963, que elabora el primer caviar ecológico certificado del mundo -*The World's First Organic Caviar (WFOC)*- y que ha recibido el Premio Alimentos de España a la Producción Ecológica en el año 2020, concedido por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.



DOMINGO, HOMENAJE AL DÍA DEL APERITIVO POR EXCELENCIA

Osborne adquiere la marca de vermut rojo Domingo, elaborado de manera artesanal, a base de combinar excelentes vinos con una selección de extractos. Este vermut es un homenaje a los bares y al día del aperitivo por excelencia, y complementa al vermut Osborne en nuestro portafolio con una propuesta organoléptica y con un posicionamiento diferentes.



DISTRIBUCIÓN DEL VODKA ROBERTO CAVALLI

Nuestra compañía sigue avanzando en el negocio de la distribución con la incorporación del Vodka Roberto Cavalli, que estará disponible por primera vez en España.

GOLD, UNA GINEBRA SUPER PREMIUM INTERNACIONAL

Osborne incorpora a su portafolio la ginebra súper premium Gold 999.9, presente en países como Bélgica, Dinamarca, Austria o Suiza.

Gold refuerza y renueva nuestro portafolio de espirituosas, complementando en España a Brockmans en la categoría súper premium de ginebra.



2 Lanzamientos y ediciones especiales



OSBORNE CAPTURA LA ESENCIA DEL MARCO DE JEREZ EN SUS NUEVOS VINOS EN RAMA

La familia Osborne pone por primera vez a disposición de los amantes del vino una colección inédita de tres vinos de Jerez en rama: Coquinero Fino en Rama, La Honda Fino en Rama y La Honda Amontillado, embotellados desde la misma bota donde se han criado. Este lanzamiento, refuerza el prestigio de Osborne como elaborador de grandes vinos de Jerez desde 1772.



NUEVA EDICIÓN ANÍS DEL MONO 150 ANIVERSARIO

Con motivo de su 150 aniversario, la icónica marca lanza una botella única de la que solo se han producido 3.000 botellas, inspirándose en los orígenes de la marca, rescatándose la receta original que creó Vicente Bosch en 1870, y en su estrecho vínculo con el mundo del arte y, en particular, con el modernismo.



MONTECILLO CONMEMORA SUS 150 AÑOS CON EL LANZAMIENTO DE UNA EDICIÓN LIMITADA

Una edición de menos de 60.000 botellas numeradas, que reflejan la filosofía enológica de Mercedes García, enóloga de Bodegas Montecillo. Un vino que sorprende por sus intensas notas afrutadas y por ser un vino fresco y de perfil contemporáneo.

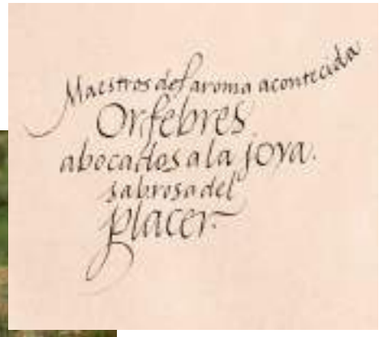




NORDÉS LANZA SU EDICIÓN ESPECIAL CONMEMORATIVA DEL XACOBEO

Nordés rinde un homenaje a Galicia con una edición especial inspirada en el Camino de Santiago, para festejar el año Xacobeo.





ODA AL SABOR CINCO JOTAS

La colección exclusiva del diseño de Navidad de Cinco Jotas de este año, ha contado con tres españoles, el poeta Fernando Beltrán, el ilustrador Fernando Vicente y el calígrafo Oriol Miró.

LANZAMIENTO DE LA EDICIÓN LIMITADA CINCO JOTAS POR ANGEL SCHLESSER

El diseñador de la firma Ángel Schlesser ha creado una pieza de alta costura, 50 unidades de un maxi bolso que contiene un jamón Cinco Jotas, fusionando así la tradición, calidad, artesanía, versatilidad y elegancia que caracterizan a ambas marcas.



3 Renovación de marcas





DOBLE V ESTRENA NUEVA IMAGEN

Bajo el claim “Vive al Doble”, la marca de whisky Doble V invita al consumidor a vivir cada momento con intensidad, a valorar más lo que tenemos, y a aprovechar cada minuto al máximo con la gente que queremos.



1866 COMO SIEMPRE, COMO NUNCA

1866, nuestro brandy que más consumidores fieles atesora, estrena nueva imagen con una espectacular botella que refleja la sofisticación del líquido que guarda, a la altura de los brandis más preciados, buscando seducir a un público más joven, moderno y sofisticado.



MAGNO Y ALMA DE MAGNO, “VOLVAMOS A LO NUESTRO”

La imagen de estas marcas de brandy, que llevan más de 60 años en el portafolio de Osborne, se actualizan, rejuveneciéndolas y haciéndolas más contemporáneas, a la vez que mantienen su esencia intacta. Con el *claim* de marca: *“Volvamos a lo nuestro”,* se busca resaltar el carácter auténtico y artesano de estos brandis.

4 Eventos y colaboraciones





EL CHEF RODRIGO LA CALLE CREA UN HOMENAJE A LA GINEBRA MÁS GASTRONÓMICA

Rodrigo de la Calle, chef con una estrella Michelín y “padre de la gastrobotánica”, ha creado un menú inspirado en los botánicos gallegos de Nordés, en el que se fusionan las esencias, la frescura y el aroma de Nordés con una selección de platos flexi vegetarianos.

CARLOS I Y FORMAGE SE ALÍAN PARA CREAR UNA EXPERIENCIA ÚNICA

Carlos I se alía con la quesería Formage para explorar nuevos maridajes y crean una experiencia única donde disfrutar de los mejores brandis y los quesos más artesanales en una cata vertical inolvidable.







WANG YONG NUEVO EMBAJADOR DE CINCO JOTAS EN CHINA

El reconocido chef chino Wang Yong es nombrado embajador de Cinco Jotas en China, por su imparable labor de desarrollo de la marca Cinco Jotas, integrando el jamón en la alta cocina y cultura china.



CINCO JOTAS FIEL COLABORADOR DE 50 BEST RESTAURANTS

Cinco Jotas celebró los premios de la gastronomía con The World´s 50 best Restaurants, en un emotivo evento que reunió a los máximos exponentes del sector. Cinco Jotas también ha participado en el *50 Best Asia* y ha patrocinado el premio "Mejor Chef Femenina de Asia 2021" que recalló en la chef DeAille Tam, del restaurante Obscura de Shanghái, única chef de la ciudad con estrella Michelín.

UNA NUEVA DE EDICIÓN DE CINCO JOTAS GATRO TOUR CONQUISTA NUEVA YORK

El gastrotour de Cinco Jotas ha triunfado una vez más en Nueva York, con la participación de chefs tan reconocidos como Jose Andrés, Daniel Bould, Gabriel Kreuther o Dani García, cuyas creaciones con nuestro icónico jamón han estado disponibles en las cartas de sus restaurantes.







CINCO JOTAS CONTINÚA APOYANDO A LAS JÓVENES PROMESAS DE LA GASTRONOMÍA

Una nueva edición del *Cinco Jotas Cooking Challenge* ha enfrentado a cinco estudiantes del prestigioso Basque Culinary Center, en la que un jurado presidido, por el chef Pedro Subijana, ha valorado las propuestas de estos jóvenes alumnos y elegido a Víctor Martín con su plato "Geometrías rusas y Cinco Jotas" como ganador.

5 Premios y reconocimientos

NUESTROS VINOS SIGUEN CONQUISTANDO A LOS AMANTES DEL VINO

Nuestros vinos de Rioja y Jerez han obtenido los siguientes reconocimientos:

- Tres medallas **Gran Bacchus de Oro** además de un Bacchus de Oro: Montecillo Reserva 2014 Amontillado Solera AOS y Pedro Ximénez Venerable
- **Gran medalla de oro y Medalla de oro en Concurso Mundial de Bruselas**: Montecillo Gran Reserva 2005 y Viña Monty Garnacha respectivamente.
- ***Decanter***: ha reconocido a nuestro Amontillado Solera AOS como el mejor Jerez del mundo con el premio ***Best in Show*** **y la Medalla de Platino.**
- **Gran Medalla de Oro Concurso Mundus Vini en Alemania**: Montecillo Gran Reserva 2011 y Montecillo Reserva 2014.





CARLOS I Y LOS BRANDIS DE OSBORNE, ENTRE LOS MÁS RECONOCIDOS A NIVEL MUNDIAL

El brandy de Jerez Carlos I ha sido reconocido por los principales bartenders del mundo como uno de los favoritos y uno de los más utilizados en mixología, según el Informe Anual 2022 de Marcas publicado por la revista Drinks International.



SÁNCHEZ ROMERO CARVAJAL VUELVE A SER GALARDONADA CON EL PREMIO SUPERIOR TASTE AWARD CON 3 ESTRELLAS DE ORO

Los productos galardonados con tres estrellas por el International Taste Institute de Bruselas, vuelven a ser el Jamón, Chorizo y Salchichón de Bellota 100% Ibéricos que han conseguido una puntuación por encima de los 90 puntos.





CRECIMIENTO INTERNACIONAL

Como referente de la marca España, apostamos por acelerar el peso de nuestro negocio internacional, para continuar impulsando nuestras marcas, diversificar geográficamente nuestra actividad y capturar nuevas oportunidades de negocio:

ALEMANIA SE CONSOLIDA COMO #1 MERCADO INTERNACIONAL

Alemania se consolida como primer mercado internacional y principal motor de crecimiento del negocio internacional, en el que nuestras marcas de Brandy Veterano y Carlos I siguen ganando cuota de mercado, el vino Solaz sigue capturando el potencial de la marca en el mercado de alimentación y Nordés continúa incrementando su presencia.

INCREMENTAMOS NUESTRA PRESENCIA EN CHINA

Seguimos incrementando la presencia de Osborne en el mercado chino que se consolida como el segundo mercado internacional de la compañía, gracias a la evolución del negocio de Cinco Jotas y el buen comportamiento de Nordés en el mercado asiático.

PUESTA EN VALOR DEL NEGOCIO EN BRASIL

Puesta en valor del negocio de Brasil, gracias al desarrollo del portafolio de cachazas premium, y el crecimiento de marcas de importación propias como Nordés y asociadas como los productos de la compañía William Grant & Sons.

NORDÉS, PRINCIPAL PALANCA DE CRECIMIENTO

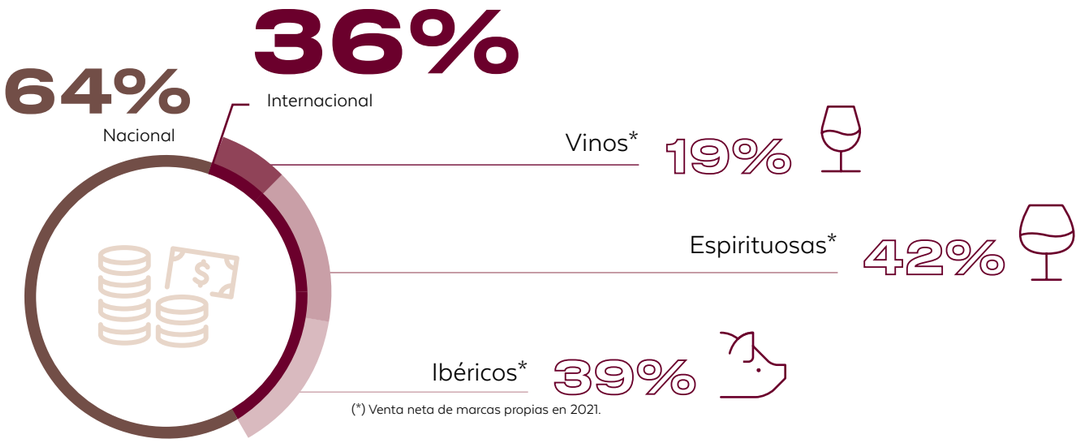
Nordés se consolida como principal oportunidad de crecimiento a nivel internacional, alcanzando un volumen de 48 mil cajas de 9l.

HITOS EN INTERNACIONALIZACIÓN 2021

La apuesta por el mercado internacional, que ya supone un 36% de la facturación de Osborne es, sin duda, una de las claves que ha facilitado a la compañía resistir mejor los efectos de la pandemia. El fuerte crecimiento orgánico de nuestras marcas estratégicas, nuestra destacada presencia en el canal de alimentación, la sólida recuperación de marcas altamente dependientes del canal de hostelería y el crecimiento generalizado en todos los países y regiones claves, **ha permitido que el negocio internacional experimente el mayor crecimiento en su historia, con un incremento en Venta Neta del +20% respecto al cierre 2019 (Pre-Covid).**

Nuestra base, construida a través del desarrollo de marcas sobresalientes, la gestión activa de un equipo comprometido, una inversión inteligente y orientada al "sell out", y una cultura de eficiencia y compromiso diario, han sido una ventaja competitiva clave para conseguir estos resultados que nos permiten mirar con optimismo al 2022, a pesar de los desafíos que tenemos por delante.





(*) Venta neta de marcas propias en 2021.

MERCADOS CLAVE
Alemania

Impacto del Covid y contexto del negocio 2021.
Al igual que otros mercados, Alemania se ha visto afectada por los efectos del Covid: Cierre de la hostelería y problemas en la cadena de suministro. No obstante, el peso importante del canal de Alimentación (85%) ha permitido que el mercado de espirituosas crezca un +4% (IRI panel, YTD Nov.2021 OFF+C&C, Espirituosas), liderado por la Ginebra con +7%, mientras que el Brandy/Cognac se mantiene estable -0,2%.



2021
AÑO HISTÓRICO

Veterano crece un
11%

Carlos I crece un
15%

Nordés dobla sus ventas

Nordés en Alsterhaus (KaDeWe) en Hamburgo, Julio 2021.

HITOS ALCANZADOS EN EL EJERCICIO 2021

Nuestras marcas, tras un excelente 2020 con fuertes crecimientos, muestran solidez y resiliencia. Unido al fuerte compromiso de la distribución y consumidores leales, nos permiten experimentar de **nuevo un año histórico** alcanzando así los mejores resultados de la historia:

- **Veterano crece +11%**, liderado por nuestros consumidores tradicionales, si bien comenzamos a testar selectivamente oportunidades de reclutamiento entre jóvenes de 20-30 años del norte de Alemania.
- Extraordinario comportamiento de **Carlos I, que crece un +15%,** consiguiendo por primera vez entrar en el selecto ranking como una de las Top 10 marcas de espirituosas Premium en Alemania.
- **Nordés** excelente resultado al **doblar ventas**, fundamentalmente por listings en cadenas claves como Metro (líder Cash & Carry), Kaufland (líder en hipermercados) o tiendas de lujo como KaDeWe.
- **Vinos**: **Solaz e Inspiración** mantienen su volumen, tras crecer +19% en 2020. **Montecillo** obtiene un muy buen resultado (+31% en embarques), gracias a un gran programa de activaciones en cuentas de alimentación Premium y al negocio online.
- Destacamos este año también, la renegociación y firma del acuerdo de distribución con nuestro actual importador Eggers & Franke, lo que junto con la incorporación de un nuevo "Brand Development Manager", contando así con un equipo total local de 4 personas, reafirma nuestro compromiso de seguir apostando por este mercado clave (#1) para Osborne.

MERCADOS CLAVE
China

Impacto del Covid y contexto del negocio 2021.
Durante el año 2021 la política de tolerancia cero hacia el Covid y las estrictas medidas de control en frontera, han convivido con una actitud más flexible hacia la gestión de brotes. Esto ha resultado en muy pocos casos locales de Covid que han sido controlados de manera expeditiva y localizada sin que se viera afectada de forma sostenida la actividad económica general. Especialmente la restauración sólo ha sufrido cierres muy localizados y temporales, con un impacto mucho menor al experimentado en 2020.

Las fuertes restricciones a la entrada y salida del país han tenido un efecto neto positivo para la demanda local, dado que gran parte de la población, incluyendo la de alto poder adquisitivo, ha mantenido su gasto dentro de China impulsando el consumo local. Por otro lado, la práctica desaparición de las visitas de negocio y turismo desde el extranjero y la salida del país de gran número de extranjeros residentes, ha resultado en una pérdida importante de negocio para hoteles de 5 estrellas en ciudades como Shanghai, Beijing y Shenzhen, o en restaurantes de primer nivel que estaban muy orientados a clientes internacionales. Se ha notado especialmente en el cierre de varios restaurantes icónicos en la zona del Bund, algunos clientes de Cinco Jotas. En cualquier caso, el balance total para el consumo en China ha sido muy positivo tanto para Cinco Jotas como Nordés, nuestras marcas con mayor volumen en China.



61%
de crecimiento respecto al 2020

47%
de crecimiento respecto al 2019



Evento de promoción de Nordés en la ciudad de Chengdu.

HITOS ALCANZADOS EN EL EJERCICIO 2021

2021 ha supuesto un año de rápido crecimiento y consolidación para las dos principales marcas de Osborne en China, Cinco Jotas y Nordés. Ambas han alcanzado un posicionamiento y reconocimiento de marca que es el fruto de muchos años de inversión y esfuerzo, permitiéndonos un **crecimiento del 61% respecto al 2020 y 47% respecto al 2019.**

A nivel estructura, seguimos avanzando en la configuración del modelo comercial que nos dota de los recursos y perfiles que serán claves en la consecución de los objetivos estratégicos a largo plazo, integrando los equipos comerciales de Cinco Jotas y de Vinos y Espirituosas en un solo equipo especializado por regiones y canales.

MERCADOS CLAVE
EE.UU.

Impacto del Covid y contexto del negocio 2021.
Nuestras marcas han experimentado un excelente comportamiento en todas las categorías en las que participamos, a pesar de que Estados Unidos ha sido el país con un mayor número de casos de Covid, lo que nos permite cerrar con un crecimiento del +22% respecto al año anterior.

A pesar de nuestra fuerte dependencia en la hostelería, que ha continuado afectada severamente por el Covid, Cinco Jotas ha alcanzado prácticamente los niveles pre-pandemia.



Cinco Jotas Experience en Ernesto's, *Best 50 Restaurants in America New York Times 2021*. Manhattan, New York.

2021
AÑO HISTÓRICO
+22%
respecto al año anterior

HITOS ALCANZADOS EN EL EJERCICIO 2021

Nuevo año histórico en Estados Unidos tras experimentar fuertes crecimientos de nuestras marcas, alcanzando los siguientes resultados:

- Lanzamiento de **Nordés** en USA a mitad de año con muy buena acogida tanto a nivel distribución como consumidor.
- Dentro de la categoría de **Ibéricos,** resaltamos el lanzamiento del formato **"Ready to Serve"** de Cinco Jotas**,** formato de conveniencia que busca ganar capilaridad y distribución, con buenos resultados a la fecha.
- Satisfacción por la evolución de **Montecillo**, que gana cuota de mercado, tras el reposicionamiento al alza de precios de la marca.
- Re-lanzamiento de **"Gastrotour Cinco Jotas",** evento que permite desarrollar acciones de colaboración y fidelización con chefs Estrellas Michelin como Dani García o Jose Andrés.

MERCADOS CLAVE
Duty Free

Impacto del Covid y contexto del negocio 2021.
A pesar de la mejoría del tráfico de pasajeros durante la segunda mitad de año (-30%), el canal se ha visto fuertemente afectado por el Covid respecto al 2019 con caídas que promedian el -65%.



Madrid, Terminal 4, Enero 2022.

HITOS ALCANZADOS EN EL EJERCICIO 2021

A pesar de este contexto, hemos doblado las ventas en 2021, cerrando -32% frente al año 2019, comportándonos mejor que el resto de competidores, y volviendo a una estrategia de visibilidad y construcción de marca en algunos aeropuertos claves con Cinco Jotas, Carlos I y especialmente con Nordés, con grandes resultados.

MERCADOS CLAVE
Brasil



2021
MEJOR AÑO DE LA COMPAÑÍA
+22%
respecto al año anterior



Antonella Maison& Restaurante Aragon, Nordés Perfect Serve.



Nordés display y tasting -Pao De Açucar Iguatemi -Sao Paulo.

William Grants and Sons.

Impacto del Covid y contexto del negocio 2021.
El mercado se ha visto fuertemente afectado por la pandemia durante la primera mitad del 2021, retomándose fuertes medidas restrictivas que afectaron drásticamente a la hostelería. Los viajes, crecientes desde finales de 2020 y principios de 2021 se han visto negativamente afectados, comprometiendo así la recuperación del canal de Duty Free.

Destaca el fuerte impacto en la cadena de transporte internacional y de suministro (especialmente botellas), afectando tanto a los plazos de suministros, como a costes, incidiendo así en los flujos de caja y rentabilidad de nuestras marcas.

Además del impacto generado por una fuerte Inflación del +10%, obligándonos a negociar y repercutir sus efectos al mercado/consumidor, para así defender nuestra rentabilidad.

El contexto actual sigue siendo desafiante y retador en tanto que los problemas persisten: fuertes impactos de precios (transporte internacional, materia prima, botellas, impuestos de varias provincias entre las cuales está Sao Paolo -el principal mercado de Brasil-, tipo de cambio...).

HITOS ALCANZADOS EN EL EJERCICIO 2021

A pesar de las dificultades mencionadas, cerramos **el mejor año de la Compañía** con un crecimiento en Ventas Netas del +22% respecto tanto a 2019, como al 2020. Alcanzando así nuestros objetivos, defendiendo márgenes de contribución, y obteniendo los mejores resultados (EBITDA) de nuestra historia.

En línea con nuestra visión estratégica de convertirnos en la compañía referencia de la distribución marquista en Brasil, destacamos el importantísimo **acuerdo de distribución con William Grants and Sons**: Una de las principales compañías mundiales de nuestro sector y para quien comercializaremos en exclusividad sus marcas icónicas: Whisky Grant´s, Glenfiddich, la ginebra Hendrick's o el licor de whisky Drambuie.

Con un portafolio más potente, este acuerdo nos permitirá en 2022 tener mucha más relevancia en nuestra llegada al mercado, y aprovechar y rentabilizar nuestra estructura en busca de eficiencias y sinergias en pro del desarrollo de nuestras marcas.

EFICIENCIA OPERATIVA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Permitiéndonos ser más eficientes en el uso de los recursos, impulsar nuestras marcas en el ecosistema digital y mejorar la calidad de la información de gestión.

CONSOLIDACIÓN INDUSTRIAL

Planes de eficiencia productiva y otras vías de contención de los gastos de producción que mitigan el impacto inflacionista en la cadena de suministro. En este sentido, a lo largo del 2021, se ha consolidado con éxito el embotellado de Solaz, Anís del Mono, Domingo y Gold en nuestras instalaciones de El Tiro, en El Puerto de Santa María.

MODELO COMERCIAL INTEGRADO

Implementación y afianzamiento de modelo de gestión comercial integrado por mercado canal, generando una mejora en la capacidad y la captura de sinergias en la llegada y gestión de los clientes. Modelo de gestión apoyado por una mejora en las herramientas de gestión de ventas en el canal de hostelería para el mercado nacional.

PLAN DIRECTOR DE SISTEMAS

Definición e implementación de un nuevo modelo de procesos integrados y una plataforma tecnológica para gestionar y digitalizar los procesos facilitando la toma de decisiones y mejorando la eficiencia transaccional de la compañía, resultando en un nuevo plan director de sistemas.

ECOSISTEMA DIGITAL DE LAS MARCAS

Mejora de la presencia de nuestro negocio en el ecosistema digital, a través de una nueva plataforma de venta *on-line* propia y un incremento en la presencia de E-Commerce de terceros.

PRINCIPALES HITOS INDUSTRIALES 2021



Instalaciones de El Tiro en El Puerto de Santa María, Cádiz.

EFICIENCIA OPERATIVA E INTEGRACIÓN

El ejercicio 2021 ha sido un año con infinidad de proyectos con alto impacto en la mejora de la eficiencia operativa, la mayoría enfocados en la reducción de costes y consumos. Todas las plantas del Grupo han conseguido incrementos de productividad, dando como resultado mejores ratios de eficiencia y menor coste por unidad producida.

Los resultados más relevantes se han producido en:
- La planta de El Tiro en El Puerto de Santa María (Bodegas Osborne), con un incremento de productividad del 27%.
- En la planta de ibéricos de Sánchez Romero Carvajal Jabugo, donde la productividad se ha incrementado un 9,1%.

De las inversiones llevadas a cabo en este ejercicio, lo más relevante ha sido la **consolidación con éxito del embotellado de Solaz, Anís del Mono, Domingo y Gold en nuestras instalaciones de El Tiro, en el Puerto de Santa María.** De esta manera se consolida el centro productivo de El Puerto de Santa María como nuestra planta principal de embotellado.

CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE

El Matadero de Cumbres Mayores terminó este ejercicio las obras iniciadas hace dos años para poder tener la planta homologada para exportar a los principales mercados del mundo y obtener la **Certificación International Food Standard (IFS),** consiguiendo de esta manera estabilizar el sacrificio para terceros los 12 meses del año, siendo ya en Andalucía el matadero de servicio que más cerdos ibéricos sacrifica.

Respecto al cuidado del entorno y Medio Ambiente, nuestros centros productivos de El Tiro, Bodegas Montecillo, Matadero de Cumbres Mayores y Sánchez Romero Carvajal Jabugo ya **tienen todos ellos el sello Q-Sostenible**, además de las normativas agroalimentarias internacionales más exigentes como por ejemplo la ya mencionada IFS.

I+D+I

Desde el punto de vista de I+D, se han mejorado productos como la ginebra Gold y el Vermut Domingo, producidos y embotellados en nuestras instalaciones, con un desarrollo propio realizado por nuestros enólogos y maestros destiladores.

Se continúa con ambiciosos proyectos para preservar la Dehesa de la mayor enfermedad que la ataca, “La Seca”, en colaboración con la Universidad de Huelva.

Además para otros proyectos de I+D, se han firmado acuerdos de colaboración con la Universidad de Sevilla, Universidad de Granada, Universidad de La Rioja o la Universidad de Huelva, encaminados a mejorar la calidad de nuestros productos y diferenciarnos cada vez más de nuestra competencia.

Respecto a la I+D+i, en la finca “El Dehesón del Encinar” situado en Castilla La Mancha, que representa un modelo de proyecto de colaboración público-privada, se imparte un módulo del único Máster europeo que existe en porcino por la Universidad Complutense de Madrid.



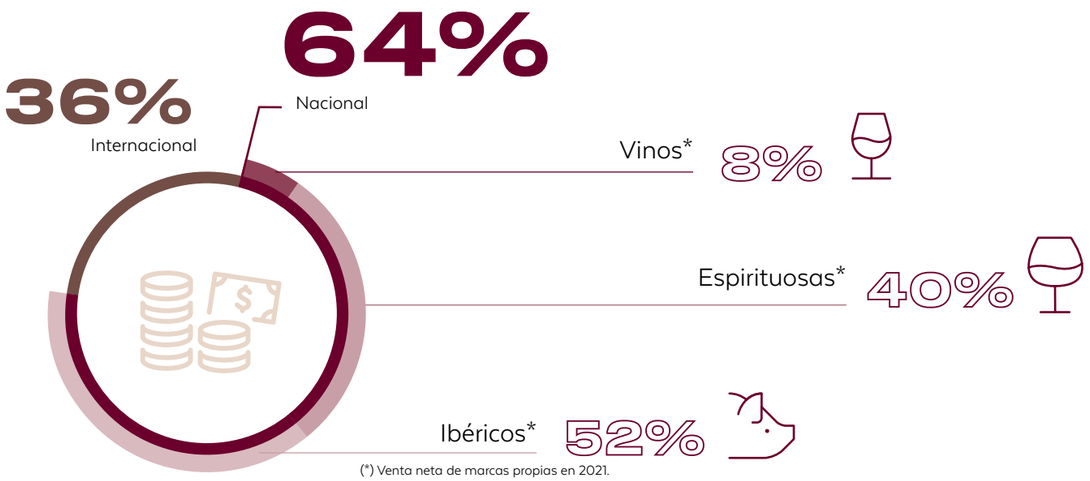
El Dehesón de El Encinar en Oropesa Toledo, Castilla La Mancha.

HITOS EN EL MERCADO NACIONAL 2021

Durante este año 2021 hemos continuado apostando por el crecimiento de nuestras marcas en el mercado nacional, consiguiendo una recuperación de ventas en nuestras tres líneas de negocio.

+20%
Venta Neta respecto al cierre 2019 (Pre-Covid)





(*) Venta neta de marcas propias en 2021.

CONSOLIDACIÓN DE LA NUEVA LLEGADA AL MERCADO EN ESPAÑA 2021

Nuestra estructura comercial en España es el vehículo para ejecutar en el mercado y en primera persona los planes de las marcas, con una estrategia muy orientada a la generación de demanda y a la construcción de las mismas; y todo esto dando un servicio de máximo nivel a nuestros clientes, y estableciendo y construyendo relaciones comerciales beneficiosas para ambos a medio y largo plazo.

Una vez llevada a cabo la unificación de los equipos comerciales en el año 2020 (el año cero de la pandemia), sin lugar a dudas, **2021 ha sido el año de consolidación de este Equipo Comercial y de nuestra forma de llegar al mercado** (en especial en el canal de hostelería); así como de la **implantación de una cultura y forma de trabajo homogénea para todos,** que a la vez es muy exigente en su aplicación:

1 ESPECIALIZACIÓN DE EQUIPOS POR CANALES

Retail, E-Commerce, Cash & Carry y Hostelería; y por funciones: con responsabilidades claramente establecidas entre Desarrollo de Negocio & *Trade Marketing* y Ventas.

2 ESTRUCTURA HORIZONTAL

Muy transversal que nos permite trabajar con una gran agilidad en la toma de decisiones y su implementación.

3 SEGMENTACIÓN DE CADA UNO DE LOS CANALES

Que nos permite gestionar un portfolio tan amplio y diverso, pero a la vez complementario como el nuestro; tanto en categorías de productos como en segmentos de precio.

4 GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

La tenencia de información y su utilización para el control del negocio, la elaboración de planes y control de la ejecución de las mismos es clave: Planes de Cuenta para todos los clientes, las ventas de nuestros clientes, UVE como herramienta clave en la gestión de las ventas y promociones de la hostelería; todo ello unido a diferentes herramientas digitales que nos permiten llevar a cabo un seguimiento exhaustivo de la ejecución en nuestro negocio en el punto de venta mediante la fijación de KPIs y su seguimiento.

5 EJECUCIÓN IMPECABLE EN EL PUNTO DE VENTA

Poniendo todos los recursos a trabajar en las ventas de las marcas, todo ello trabajando al servicio de nuestro propósito: “construir un Osborne Gastronómico” que sea una referencia a nivel internacional.

NUEVO RTM

Retail

- Hemos sido capaces, no solo de consolidar el crecimiento que tuvimos durante el año 2020 como consecuencia del confinamiento y el cierre de la hostelería, sino que **hemos seguido creciendo y ganando cuota de mercado** en todas las categorías, algunos ejemplos:
  - **Ginebra Nordés,** marca **líder de la categoría,** alcanzando una cuota del 38% de las Ginebras Premium >20 €, y siendo la marca con mayor crecimiento en ventas (+32%) y en cuota de mercado (+3 puntos).
  - **Anís del Mono** que también es la marca **líder de la categoría** y con mayor crecimiento +6%, alcanzando una cuota superior al 26% en valor (ganando +1 puntos).
  - También somos **líderes** claros en la categoría de **Brandy,** donde es destacable el desempeño de nuestros Brandis Gran Reserva: Carlos I, 1866 y Alma de Magno, donde alcanzamos una cuota próxima al 34%, crecemos en el entorno del 8% y ganamos 3 puntos de cuota de mercado.
- Seguimos desarrollando en este canal la **distribución y el crecimiento de nuestra marca de ibéricos Sánchez Romero Carvajal,** desarrollando gran visibilidad en el punto de venta, haciéndola cada día más accesible al consumidor final y creciendo en ventas +20% frente al año 2019.
- Ponemos foco en el desarrollo de nuestro negocio a medio y largo plazo estableciendo relaciones comerciales que generen valor con todos nuestros clientes, y ellos así lo reconocen. En el último estudio de Advantage, Osborne forma parte del TOP 3 proveedores mejor valorados por los clientes de las categorías de Bebidas y Vinos.
- Implantación en el punto de venta de **visibilidad experiencial,** trabajando en construir esa imagen de **Osborne como una referencia gastronómica española.**



NUEVO RTM

E-Commerce

- Al igual que ha ocurrido en Retail, hemos seguido sumando crecimiento sobre la base del 2020, en el entorno del 18%.
- Hace tiempo que decidimos invertir en este canal, y especialmente en todo nuestro segmento Premium y nuestras marcas todavía son más líderes en el E-Commerce. Nordés tiene una cuota un 20% superior en E-Commerce que en el Retail físico o Anís del Mono que presenta una cuota 45% superior.
- Igualmente trabajamos en la construcción de un Osborne Gastronómico, en la comunicación en todos los portales de terceros (*shop in shops,* publicidad, promociones), totalmente alineada con la estrategia digital de cada una de nuestras marcas.





NUEVO RTM

Cash & Carry

- Estamos aplicando un **modelo de gestión de clientes y de punto de venta similar al que tenemos en *retail,*** y más tratándose de clientes en la mayoría de los casos multicanal, lo que nos ha permitido crecer por encima de las ventas del año 2019.



NUEVO RTM
Hostelería

UVE es la plataforma tecnológica sobre la que pivota toda nuestra estrategia del canal hostelería, y es **clave en la ejecución de un modelo comercial de colaboración con nuestros distribuidores.** Hemos alcanzado un total de **87 conexiones** lo que supone que controlamos el **80% de nuestras ventas** al canal mayorista.

Hemos consolidado una mayor concentración de nuestro negocio en menos mayoristas/distribuidores, con el objetivo también, de que nuestras marcas sean mucho más relevantes para ellos

Hemos segmentado nuestra red de distribución del canal, creando lo que hemos llamado:

- **Club GO20** para Bebidas, que engloba a 20 mayoristas que representan el 50% de las ventas del canal, con los que hemos desarrollado estratégicamente una alianza especial en la distribución de nuestras marcas.
- **TOPWine,** englobando un grupo de clientes mayoristas que desarrollan una red exclusiva en la distribución de nuestros vinos.
- Para ellos trabajamos de manera muy diferenciada: planes de negocio adaptados, reuniones top to top, formación, exclusividades, planes de incentivos para sus redes de venta, etc
- Considerando el canal de Hostelería como un canal clave para la construcción de las marcas, hemos desarrollado el concepto **clientes 360º**, que actúan como **embajadas** y en el que cualquier cliente puede disfrutar de todas nuestros productos, alcanzando **600 puntos de venta "embajadas" en todo España.**

Todo esto nos ha permitido transformar el canal y conseguir unos resultados extraordinarios, ganando cuota de mercado en todas las marcas en Hostelería: Mono +0,5 puntos, Veterano +2,2 puntos, Magno +1,5 puntos, Carlos I y 1866 +2 puntos y Nordes +3,6 puntos; y además recuperando casi la totalidad del negocio de Cinco Jotas tan importante para nosotros en el canal y que tenía una gran dependencia del turismo internacional.



Crecimiento de volumen y valor en bebidas y vinos.

Recuperando casi la totalidad del negocio en Cinco Jotas

Nos sentimos satisfechos con lo conseguido en el año 2021, pero somos inconformistas y exigentes, y seguiremos adaptándonos al mercado, a nuestros clientes; afrontando con ambición y con ilusión los retos y objetivos que nos plantea el próximo año 2022.

REFUERZO DE LA MARCA CORPORATIVA OSBORNE

Como elemento cohesionador de todas las marcas de nuestro portafolio y fuente de valor añadido que nos permita lograr una llegada 360º a todos nuestros grupos de interés –clientes, consumidores, proveedores, socios, empleados presentes y futuros:



Formación de la Fundación Osborne a alumnos de la Escuela Superior de Hostelería de Sevilla.

PERSONAS COMO EJE DE TRANSFORMACIÓN

Las personas como eje de la transformación de Osborne, desarrollando, fidelizando, y reteniendo a los mejores profesionales, para transformar Osborne en un referente de la gastronomía.

COMPAÑÍA SOSTENIBLE

Osborne como compañía sostenible, seguirá contribuyendo a la recuperación del entorno rural y la España vaciada mediante la puesta en valor de los productos, oficios, tradiciones y ecosistemas vinculados a la gastronomía.

FUNDACIÓN OSBORNE

La Fundación Osborne como herramienta para seguir contribuyendo a su responsabilidad social a través de sus acciones en favor de la empleabilidad de los jóvenes y la preservación y difusión del patrimonio histórico de Osborne.

MODELO DE NEGOCIO

Bodega de Mora en El Puerto de Santa María.

HISTORIA DE OSBORNE

De una pequeña bodega de vinos de Jerez a una de las compañías españolas más reconocidas del mundo, con presencia en más de 70 países. 250 años después, Osborne sigue siendo un proyecto empresarial 100% familiar con una clara visión: consolidarse como referencia internacional de la gastronomía española.





S XVIII

1772

Origen de nuestras **Bodegas de vino de Jerez.** Osborne comienza a escribir su historia como una de las empresas más antiguas del mundo, momento en el que comienza el pleito conocido como de la vinatería, que se resolverá permitiendo a las bodegas de Jerez poder abordar integralmente, por primera vez, todo el proceso de elaboración y comercialización.

S XIX

1870

Inicia su andadura **Bodegas Montecillo.** La tercera bodega más antigua de La Rioja, que fue adquirida por Osborne en 1973.

Nacimiento de la marca de anís de mayor reconocimiento internacional, **Anís del Mono,** adquirida por Osborne en 1975.

1879

Nace **Sánchez Romero Carvajal Jabugo,** compañía reconocida por la calidad de sus productos y por su marca Cinco Jotas. La compañía fue adquirida por Osborne en 1983.

S XX

1956

Diseño del Toro de Osborne, un novedoso soporte publicitario que con los años se convertirá en un diseño universal y en un hito de la historia de la publicidad.

2000

Se crea la marca **Solaz,** un proyecto enológico novedoso por su propuesta que refleja el estilo de vida español.

2008

Osborne adquiere **Carlos I,** el brandy de Jerez Solera Gran Reserva de mayor prestigio y presencia internacional y los **VORS.**

2015

Osborne adquiere el brandy premium **1866** y la ginebra premium **Nordés,** un producto único, elaborado artesanalmente en Galicia.

2016

La compañía promueve la creación de la **Fundación Osborne,** dedicada a impulsar la formación, el emprendimiento y el empleo de los jóvenes así como a preservar el patrimonio histórico de Osborne.

S XXI

2019

Se adquiere una participación en **Galician Original Drinks,** en la ambición por seguir innovando y rejuveneciendo nuestro portfolio.

2020

Adquisición de **Doble V,** una marca con historia y carácter español que en los años 90 consiguió posicionarse como uno de los whiskies de mayor consumo de la época.

2021

Adquisición de la ginebra **Gold 999.9,** el vermut **Domingo** y el caviar **Riofrío**, marcas que renuevan y diversifican el portafolio de Osborne.

CREANDO EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS AUTÉNTICAS desde 1772

En 1772 James Duff junto a Juan Haurie, dos de los principales protagonistas de la historia del vino de Jerez, fundan una compañía a la que Thomas Osborne Mann se incorporará más tarde como socio. Destacado comerciante e industrial bodeguero, impulsa y desarrolla el negocio, labor que posteriormente continuará su viuda, Aurora Böhl de Faber y Ruiz de Larrea. Siendo sus hijos menores de edad, Aurora marca el futuro de la sociedad al tomar la sabia decisión de optar por su continuidad tras el fallecimiento de su marido, llegando a adquirir el 100% de la empresa en 1857.

Hoy 250 años después, Osborne es una saga familiar y un proyecto empresarial que siguen guiándose por una visión: consolidarse como referencia internacional de la gastronomía española.

VISIÓN, PROPÓSITO Y VALORES

Desde los orígenes del negocio a finales del siglo XVIII, una idea empezó a hacerse realidad: descubrir algo muy valioso, darle forma y compartirlo. Persona a persona y familia tras familia, se convirtieron en catalizadores del valor de la autenticidad cultural, social y gastronómica de España convirtiendo la idea original en algo más poderoso, en un sentimiento común capaz de conectar su esencia con la sociedad a través de las personas.

Nacimos para transmitir la riqueza social y cultural de un país, cuidándola, potenciándola y adaptándola a cada momento en el tiempo para que nunca se pierda el valor de lo auténtico en la sociedad.

VISIÓN

Referencia internacional de la gastronomía española



Vino Montecillo.

PROPÓSITO

Existimos para que las personas disfruten y compartan experiencias auténticas a través de nuestras marcas

VALORES

AUTENTICIDAD

Llevamos en nuestro ADN la autenticidad, lo que nos impulsa a seguir ofreciendo experiencias únicas respetuosas con la mejor tradición.

MAESTRÍA

Transformamos nuestro legado sin perder la esencia que lo hace tan valioso, preservando nuestra maestría a través del tiempo para hacer de lo bueno, lo mejor.

ser la referencia internacional de la gastronomía española

ESPÍRITU VISIONARIO

Nacimos de una idea visionaria que nos imprime este espíritu, convertimos la tradición en innovación para seguir explorando todos los caminos posibles.

COMPROMISO

Desde 1772, nuestro compromiso es con el futuro, con la tierra, con las personas que la trabajan, con los productos que nos ofrece y con la naturaleza que lo hace posible.

ESTRATEGIA DE PORTAFOLIO

Osborne se define como una empresa de marcas y, por tanto, éstas constituyen un activo estratégico que contribuye decisivamente a la sostenibilidad del negocio y de los márgenes de la compañía.

En los últimos años, la compañía ha reforzado sus marcas propias con el fin de disponer de un portafolio más premium, internacional y contemporáneo, con el objetivo último de acercarse a su ambición: convertirse en el mejor embajador de la gastronomía española en el mundo.

La presencia y diversificación en distintas categorías –jamón de bellota 100% ibérico, vinos de distintas denominaciones de origen, espirituosas en distintas categorías, caviar- conduce a un portafolio amplio y diverso de marcas que se clasifican en 4 grandes bloques:

1. **Marcas estratégicas** que constituyen el corazón de la compañía y reciben el mayor foco de la gestión y los mayores recursos para su desarrollo e internacionalización. Cinco Jotas, Nordés Gin, Carlos I y Bodegas Montecillo integran este bloque de marcas.

2. **Marcas de innovación** que provienen de innovación internas, de adquisiciones o de apuestas por la recuperación de marcas con potencial. En este grupo se incluyen caviar Riofrío, el jamón Sánchez Romero Carvajal, el brandy 1866, las ginebras Gold y Ampersand, el vermut Domingo y el whisky Doble V.

3. **Marcas populares** que representan una parte relevante de la cifra de negocio y del beneficio de Osborne, y que cumplen un rol esencial en la medida en que aportan importantes recursos para el desarrollo de las marcas estratégicas y de las innovaciones. Las más importantes son Veterano, Magno, Anís del Mono, 103 y Solaz.

4. **Marcas de prestigio,** en la categoría de vinos y brandies de Jerez, englobadas bajo el paraguas de Osborne & Cía., que son sin duda las que mejor transmiten el origen y el legado de la familia Osborne.

Adicionalmente, la compañía cuenta con marcas de espirituosas locales en sus distintas compañías filiales y participadas:

- **En Osborne Brasil** –las cachaças Santo Grau y Espirito de Minas, entre otras-.

- **En Galician Original Drinks** –el ron Burla Negra, el vermut Nordesía y la ginebra baja en alcohol Lolita´s-.

Por último, la compañía distribuye marcas de bebidas espirituosas y vinos de terceras compañías tanto en España –el ron nicaragüense Flor de Caña, la ginebra Brockmans, el champán Piper Heidsieck o el amaretto Disaronno y el bourbon Evan Williams- como en Brasil –la ginebra Hendricks junto con otras marcas de William Grant & Sons-.



Restaurante Cinco Jotas, Sotogrande.

MARCAS ICÓNICAS

Toda nuestra historia está basada en un propósito: crear marcas que hagan disfrutar y compartir experiencias en torno a la gastronomía, transmitiendo la riqueza social y cultural de un país para que nunca se pierda el valor de lo auténtico en la sociedad.

Actualmente, y gracias al desarrollo de su portafolio, Osborne es reconocido como “embajador de la gastronomía española” gracias a marcas icónicas como Cinco Jotas, Carlos I, la ginebra gallega Nordés, el caviar Riofrío, Bodegas Montecillo o Anís del Mono, entre muchas otras.

En este sentido, Osborne ha desarrollado un “modelo de construcción de marcas”, apoyado en elementos diferenciales, que ha demostrado ser exitoso a la hora de crear propuestas únicas para los consumidores.

MODELO OSBORNE
DE CONSTRUCCIÓN DE MARCAS



NUESTRAS MARCAS, ACTIVO ESTRATÉGICO DE LA COMPAÑÍA

En 2021 hemos avanzado en el refuerzo de nuestro portafolio, cada vez más premium, internacional y rejuvenecido.

MARCAS ESTRATÉGICAS

Cinco Jotas · Nordés Gin · Carlos I · Montecillo Bodega Centenaria

RENOVACIÓN DE PORTAFOLIO

Caviar Riofrío · Sánchez Romero Carvajal · 1866 Solera Gran Reserva · Finest Tangerines Gran Gold 999.9 · Ampersand & · Alfredo Domingo · Doble-V Whisky

MARCAS POPULARES

Veterano · Magno · Anis Mono · 103 · Solaz

MARCAS DE PRESTIGIO

Conde de Osborne · Osborne y Cía

MARCAS DE 3OS ESPAÑA

Flor de Caña · Brockmans Premium Gin · Piper-Heidsieck Champagne · Disaronno · Evan Williams Bourbon · Passport Scotch · Tia Maria · Roberto Cavalli Vodka · Xantiamen

MARCAS DE 3OS BRASIL

Hendrick's Gin · Grant's · Glenfiddich · Drambuie

MARCAS ESTRATÉGICAS



CINCO JOTAS

Una obra de arte de nuestra gastronomía, una marca de lujo gourmet global

- Cinco Jotas es la más icónica marca de jamón de bellota 100% ibérico, referencia internacional y líder de la categoría por dimensión, notoriedad e imagen.
- Un producto exclusivo, elaborado de forma artesanal, con talento, maestría y pasión, procedente de animales de raza 100% ibéricas, alimentados con bellotas y criados en libertad, garantizando el bienestar animal y cuidando a la vez del ecosistema de la dehesa.
- Cinco Jotas es el arte de seleccionar las mejores piezas, de la atención a cada detalle, del corte perfecto para la mejor puesta en escena.
- La pasión y el orgullo de elaborar el mejor jamón para convertirse en una genialidad de la gastronomía española, presente en muchos de los restaurantes, tiendas *gourmets* y *foodhalls* más prestigiosos del mundo y eventos internacionales.



NORDÉS

Nordés, un caso de éxito mundial en la industria de las bebidas espirituosas.

- Nuestra inigualable ginebra gallega es ya sin duda un caso de éxito internacional. En menos de 10 años de vida, ha consolidado su liderazgo en el mercado de ginebras premium en España (>20 €) y ya ha conseguido que el 40% de sus ventas se realicen fuera del mercado doméstico.
- Las claves del éxito son su origen, su sabor, su icónica botella y su elaboración que parte de la destilación de vino albariño.
- Nordés ha conquistado todos los momentos de consumo, desde el aperitivo hasta la copa después de la cena, gracias a una propuesta honrada y de máxima calidad.
- Una fórmula perfecta, fresca, aromática y equilibrada. Un sabor único en el mundo de la ginebra premium, con ingredientes autóctonos de Galicia que reflejan la esencia del Atlántico.

claves del éxito

su origen, su sabor, su icónica botella y su elaboración

1

El Brandy de Jerez Solera Gran Reserva número 1 del mundo

CARLOS I

El líder mundial de la categoría del brandy Solera Gran Reserva de Jerez.

- Carlos I es el Brandy de Jerez Solera Gran Reserva número 1 del mundo. Un brandy de gran complejidad aromática y calidad excepcional reconocidas internacionalmente.
- Considerado un espirituoso noble, elaborado a partir de uva y envejecido mediante el tradicional sistema dinámico de criaderas y soleras en botas de roble americano que han contenido los mejores vinos de Jerez, Carlos I Solera Gran Reserva es una referencia mundial en su categoría.
- **130 años de historia, un proceso artesanal, una elaboración transmitida de generación en generación.**
- Un prestigioso portafolio de marca que, además de Carlos I como referencia mundialmente conocida, cuenta con Carlos I Imperial, Carlos I Amontillado, Carlos I PX, Carlos I 1520 y Carlos I 130 Aniversario. Todos ellos contribuyen a transmitir el carácter premium de la marca, en algunos casos mediante ediciones exclusivas y limitadas a botellas numeradas y firmadas.





BODEGAS MONTECILLO

La tercera bodega más antigua de La Rioja, especialista en vinos de larga guarda.

- Son casi 400 premios y reconocimientos internacionales de prestigio en los últimos 10 años los que avalan el trabajo enológico de esta bodega centenaria presente en los más importantes mercados internacionales de Rioja.
- En Bodegas Montecillo mantenemos intacta nuestra filosofía de elaboración centenaria, practicando una cuidadosa selección de los mejores viñedos, seleccionando las uvas desde la cepa y asegurando un cuidadoso proceso de crianza que, con el paso del tiempo, garantiza grandes vinos de larga guarda.
- Además de la gama clásica (Crianza, Reserva y Gran Reserva, para los que establecemos tiempos superiores de crianza a los establecidos por la DOCa Rioja con el fin de lograr unos vinos óptimos), Bodegas Montecillo cuenta con las gamas más exclusivas (grandes añadas, ediciones limitadas y la familia única de vinos Viña Monty) y con una selección de vinos de otras DOs (Rias Baixas, Ribera del Duero y Rueda) bajo el aval de la marca Montecillo.



400

Casi 400 premios y reconocimientos internacionales

CAVIAR RIOFRÍO

El primer caviar ecológico del mundo.

- Caviar de Riofrío es el primer caviar ecológico certificado del mundo .
- Gracias a las condiciones naturales extraordinarias de Riofrío, en una pequeña localidad de la sierra de Loja, Granada, los esturiones se crían en condiciones óptimas que reproducen el entorno natural gracias a unas condiciones hídricas únicas.
- Caviar Riofrío es un producto español considerado a nivel internacional como uno de los mejores caviares del mundo por los grandes chefs y gourmets.

Al elaborarse sin conservantes, permite disfrutar de un lujo que hasta hace años estaba al alcance de muy pocos: el caviar fresco. Un producto exclusivo, suave y con una riqueza de matices impresionante.



EXPERIENCIAS COMPARTIDAS

RESTAURANTES

Nuestros restaurantes son espacios de encuentro donde compartir excelentes propuestas gastronómicas.

En sus cocinas preparamos propuestas de alto nivel y diferente perfil, vanguardistas y tradicionales, para momentos distendidos o para grandes citas y siempre elaboradas con esmero y con los mejores ingredientes.

En definitiva, entornos premium en los que disfrutar en primera persona de nuestras marcas.

Restaurantes Cinco Jotas: Ubicados en Madrid, Sevilla y Baqueira-Beret.

Espacios Cinco Jotas: Galerías La Fayette de París, KaDeWe en Berlín, Harrods en Londres y Palacio de Hierro en Ciudad de México.

Restaurantes Osborne: bajo distintas marcas (11 Nudos Terraza Nordés, Quinto Quinta, Las Bellotas) en Madrid, Barcelona y Jabugo (Huelva).



Terraza 11 Nudos Nordés, Madrid.



250

Ponemos a disposición de los visitantes los casi 250 años de historia que atesoramos

Destilería Anís del Mono en Badalona, Barcelona.

CENTROS DE VISITAS

En nuestros centros de producción ponemos a disposición de los visitantes los 250 años de historia que atesoramos. En ellos damos a conocer nuestros procesos de elaboración y compartimos los secretos nuestras marcas, mostramos nuestras raíces y el legado de artesanía y tradición centenaria que preservamos con pasión.

- **Bodega Cinco Jotas** en Jabugo (Huelva).
- **Bodegas Osborne** en El Puerto de Santa María (Cádiz).
- **Bodegas Montecillo** en Fuenmayor y Navarrete (La Rioja).
- **Destilería Anís del Mono** en Badalona (Barcelona).
- **Centro de visitas de Caviar Riofrío** en Loja (Granada)



Centro de visitas de Caviar Riofrío en Loja, Granada.



Bodegas Osborne en El Puerto de Santa María, Cádiz.



Bodegas Montecillo



Bodega Cinco Jotas en Jabugo, Huelva.

SOSTENIBILIDAD

Entorno de las instalaciones de caviar de Riofrío, Granada.

INTRODUCCIÓN

LA SOSTENIBILIDAD EN EL ADN DE OSBORNE



Comida social Cinco Jotas año 1893.

En Osborne la sostenibilidad forma parte de nuestro ADN desde nuestros inicios, permitiéndonos así haber alcanzado 250 años de historia, continuar avanzando, y proteger nuestro legado para las generaciones futuras.

Durante todos estos años, la gestión comprometida y respetuosa con el entorno en que nos desenvolvemos, el uso apropiado de los recursos, y el fomento de las relaciones de confianza, estables y duraderas con nuestros grupos de interés, han sido necesarios y claves para el desarrollo de nuestro negocio, primando siempre la honestidad y la acción real a largo plazo que nos permite reforzar nuestro legado sostenible.

Para ello, Osborne identifica territorios de impacto donde se espera y es legítimo que actúe, lo que nos permite desarrollar un relato diferencial auténtico, vívido y sentido para, a partir de ahí, activar iniciativas que tanto desde dentro como desde fuera de la compañía, sean consistentes con los propósitos definidos.

Así, Osborne continúa alineando sus capacidades y competencias y reforzando la cultura corporativa para desarrollar un modelo de negocio sostenible y ello en los tres ámbitos en los que hoy en día pivota el concepto de sostenibilidad (ASG):

ÁMBITO AMBIENTAL

En el ámbito ambiental, por la propia naturaleza de nuestros negocios, vinculados al sector agroalimentario donde la proximidad con el entorno social y el **cuidado y respeto del medioambiente han sido una constante integrada en nuestra cadena de valor**, dado que todos nuestros productos tienen origen agrícola o ganadero.
En Osborne, desde nuestros inicios y de manera natural, hemos sido conscientes de que el sistema alimentario, desde la producción hasta el consumo, tiene un gran impacto en el medio ambiente, la salud de las personas y la protección del medio rural.

Esta aproximación de forma recurrente, ha primado en los diversos negocios que han ido complementando nuestro portafolio, ya sea vía desarrollo orgánico o adquisiciones.

ÁMBITO SOCIAL

En el ámbito social, nuestro compromiso ha sido la creación de riqueza en la proximidad de nuestro entorno.
En este sentido, nuestra vocación como familia empresaria no ha estado solo volcada a desarrollar negocios sino también a intentar proteger el medio de vida de todos los actores económicos, y muy en particular de nuestros trabajadores.

Nuestros longevos archivos nos permiten tener constancia de que ya en el año 1893 se contribuía con ayudas económicas a asilos y escuelas locales, que a lo largo de los años hemos venido apostando por la ayuda social para los trabajadores y sus familiares en sus necesidades vitales ligadas a la salud, la conciliación y la formación.

Este mismo espíritu de colaboración y compromiso ha sido una constante que Osborne ha sabido adaptar a los tiempos en los negocios que hemos ido adquiriendo.

Y más recientemente, a través de nuestra Fundación Osborne y, en particular, con la **Escuela Gastro Osborne,** formando a jóvenes menores de 25 años en riesgo de vulnerabilidad y de exclusión social para fomentar su empleabilidad en el sector de la hostelería y gastronomía, y que se ha convertido en un instrumento esencial para canalizar y dinamizar esfuerzos en el desarrollo de esta labor social.

ÁMBITO DE LA GOBERNANZA

En el ámbito de la gobernanza, en el que Osborne es una de las empresas familiares precursoras en implementar un modelo de Buen Gobierno Corporativo en sus órganos de gestión.
Construir para las siguientes generaciones es vocacional en una empresa familiar como la nuestra en donde el legado no puede ser ajena al concepto de desarrollo de un negocio sostenible.

Desde hace ya muchos años apostamos por implementar diversas estructuras que nos han permitido orientar las decisiones y la gestión al interés social y al desarrollo del negocio, disociándolo de los intereses individuales de los miembros de la familia. Entendimos que retener o mantener el control y hacer crecer la compañía era el reto como accionistas profesionalizando la gestión.

Esta circunstancia ha facilitado canalizar e incluir en el debate de los órganos de gestión las acciones que venimos desarrollando en el ámbito de la sostenibilidad, incorporando progresivamente en la agenda del Consejo de Administración un seguimiento cada vez con mayor foco en los indicadores no financieros asociados a la sostenibilidad.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Fruto de esta ambición por desarrollar una gestión sostenible de manera genuina y natural desde hace 250 años, Osborne alinea año tras año, sus objetivos como empresa con la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. De esta forma, con la sostenibilidad entendida como una forma de hacer y desarrollar el negocio, seguimos avanzando y progresando en evolucionar y mejorar aquellos indicadores y ODS que de manera natural se adecuan e imbrican a nuestro ADN.

AMBIENTAL

NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE



Visita dehesa Sánchez Romero Carvajal.

PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y DE LA DIVERSIDAD

Desde Osborne promovemos día a día un compromiso real de desarrollo de negocio sostenible que mantenga el más alto grado de respeto con el medio ambiente.

ECONOMÍA CIRCULAR, PREVENCIÓN GESTIÓN RESIDUOS Y USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS

Somos conscientes de la importancia de realizar un uso sostenible de los recursos y del papel de la Economía Circular como motor en la eficiencia de los mismos.

CAMBIO CLIMÁTICO

En Osborne trabajamos para reducir la intensidad de nuestro consumo energético y de las emisiones generadas por nuestras actividades.

PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y DE LA BIODIVERSIDAD

Principio de Precaución

Desde Osborne promovemos día a día un compromiso real de desarrollo de negocio sostenible que mantenga el más alto grado de respeto y compromiso con el medio ambiente, basando todas nuestras acciones en el **Principio de Precaución**. Así, gestionamos los impactos que nuestra actividad agropecuaria, plantas productoras (de vinos, bebidas espirituosas, destilación, cárnicas y caviar), restaurantes y oficinas en España y en el extranjero pudiesen tener sobre el medio ambiente por medio de sistemas de gestión específicos y procedimientos que nos ayudan a minimizarlos.

Inteligencia Sostenible

Osborne aplica la **"inteligencia sostenible"** mediante la cual hacemos las cosas con raciocinio y reflexión, consiguiendo productos y servicios de la máxima calidad, con la lucidez suficiente para hacerlo de forma sostenible, sin degradar el entorno, mejorando todos los procesos para ser una empresa pionera que lidera un sector al que está dando el rumbo que los tiempos demandan. La inteligencia sostenible se basa en desarrollar sinergias empresa-entorno, con un espíritu de cooperación para garantizar el futuro de la empresa.

Sistema de Gestión Ambiental certificado

Contamos con un Sistema de Gestión Ambiental certificado bajo la norma UNE-EN ISO 14001 en las 4 grandes plantas productivas, así como con la certificación **QSostenible Evolution** en las plantas de Jabugo (Huelva) (2015), El Tiro (El Puerto de Santa María, Cádiz) (2019), Bodegas Montecillo (Logroño) (2020) y Matadero de Cumbres Mayores, esta última obtenida en 2021, además de recertificar la planta de Jabugo (Huelva), subiendo a la calificación de QSostenible Excellence +. La certificación QSostenible acredita la correcta gestión de los edificios en materia de sostenibilidad, incluyendo la mejora de la eficiencia energética, el uso y el mantenimiento sostenible de las instalaciones.

Estas certificaciones y acciones son la muestra de nuestra ambición por seguir haciendo nuestras instalaciones más sostenibles por medio de la ejecución de acciones e inversiones de mejora de los equipos orientadas a un aumento de la eficiencia tanto de la energía como del uso de recursos para nuestras actividades; manteniendo nuestro objetivo de implantar progresivamente la certificación QSostenible en el resto de nuestras instalaciones en próximos ejercicios.

Además, en el ejercicio 2021 hemos superado con éxito los objetivos de sostenibilidad fijados dentro de nuestra financiación sindicada sostenible, la cual es pionera dentro del sector bodeguero en España.

SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL CERTIFICADO



PRÁCTICAS Y PROYECTOS 2021

Proyecto Bioviden: producción sostenible y ecológica

Tercera anualidad, y última, del Proyecto Bioviden (dentro del Programa Interconecta 2018), cuyo objetivo es el desarrollo de soluciones biológicas para combatir las principales enfermedades causadas por hongos y oomicetos en plantas productivas leñosas de interés social, asegurando así la máxima calidad de los alimentos producidos en ecosistemas.

Proyecto de Investigación y Desarrollo (CDTI 2021)

Nuevo proyecto de biodiversidad denominado **Investigación y desarrollo de nuevos modelos de producción de bellota.** Las encinas constituyen un verdadero ecosistema de la península Ibérica, pues el entorno de las dehesas regula el ciclo del agua, **favorece la fertilidad del suelo y la biodiversidad, y se comportan como sumideros de anhídrido carbónico (CO_2).** Hoy día, la dehesa se configura como el soporte territorial insustituible de un sistema agro-silvo-pastoral basado fundamentalmente en el aprovechamiento extensivo de sus recursos por parte de ganaderías de razas rústicas. Este sistema de producción, denominado "montanera", expresa perfectamente la capacidad y el potencial de estos territorios y ha llegado a nuestros días integrando el conocimiento acumulado por usos y manejos que forman parte de la cultura local. Dentro de sus aportes, se pretende una producción que haga más sostenible el ratio cerdo/Ha, al asegurar un aporte de bellota abundante.

Premios Porc d'Or Especial Zoetis

La Finca Agropecuaria El Dehesón del Encinar situada en Toledo, ha recibido, en los Premios Porc d'Or Especial Zoetis a la Innovación 2021, en el área de Ibéricos, el premio a la Innovación por sus destacados proyectos en



búsqueda de una mayor eficiencia, rentabilidad y bienestar animal desarrollados conjuntamente entre Sánchez Romero Carvajal Jabugo y el IRIAF (Instituto Regional de Investigación y Desarrollo Agroalimentario y Forestal de Castilla La Mancha).

Riofrío 1963: acuicultura ecológica

Obtenemos **el primer caviar ecológico certificado del mundo,** uno de los mejores caviares del mundo, **certificado por el CAAE** (Comité Andaluz de Agricultura Ecológica), bajo la normativa europea, una de las más exigentes a nivel mundial. La unión de tiempo, esfuerzo, tradición, técnica e investigación ha dado magníficos frutos.

En un resumen muy somero, podemos decir que la **acuicultura ecológica** cumple con todos los reglamentos, que son muy exigentes y complejos y que regulan todo el proceso; entorno de producción, proceso de cría, alimentación, manejo, bienestar animal, proceso de elaboración y la influencia de todo ello en el medio ambiente sin olvidar nunca la más exigente garantía sanitaria y de calidad del producto para el consumidor.



Entorno natural de instalaciones de Caviar Riofrío, Granada.



Finca El Dehesón del Encinar, Toledo, gestionada por Sánchez Romero Carvajal.

El entorno de las dehesas regula el ciclo del agua, favorece la fertilidad del suelo y la biodiversidad, y se comportan como sumideros de CO_2

En las tres piscifactorías de Riofrío 1963, donde criamos y cuidamos los esturiones de los que obtenemos el Caviar Riofrío, no empleamos bombas para mover el agua. Todo el movimiento se produce por el flujo natural del agua gracias a la orografía de la ribera del río Frío. No necesitamos emplear ningún sistema de elevación o reducción de temperatura, porque el agua nace a menos de 300 metros de la piscina más alta a una temperatura de entre 14 y 16 grados. Y nuestra producción es realmente "km 0", ya que todo el proceso, desde el alevinaje, hasta el envasado se realiza a lo largo de más de 18 años en la misma localización.

Un tercio de la superficie de las instalaciones se emplea para depurar y limpiar el agua mediante vegetación natural, de modo que ésta es devuelta de nuevo al río en unas condiciones óptimas y ese hábitat de humedal que recreamos permite la vida de una muy variada avifauna autóctona. Podemos, por tanto, hablar de impacto cero.

Igualmente, el caviar Riofrio dispone del **Sello CITES** (Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre): La certificación CITES busca reestablecer las poblaciones de especies para su conservación, preservación a largo plazo y gestión sostenible.

Ganadería responsable

Desde hace 140 años llevamos protegiendo la raza autóctona del Cerdo 100% Ibérico, cuidando de que los cruces entre cerdos sean siempre entre animales de raza pura. Éstos están adaptados para vivir en libertad y nos aseguramos de las mejores condiciones y el bienestar del animal desde su nacimiento.

En Sánchez Romero Carvajal desarrollamos una ganadería responsable, cumpliendo **estándares muy por encima de los exigidos por la certificación Brida Negra al proporcionar 2 hectáreas por animal en lugar de las 0,75** que exige la norma. Con ello aseguramos la calidad de nuestros productos y reducimos la carga ganadera sobre el terreno, consiguiendo así un proceso más sostenible con el medio ambiente. Se trabaja para la obtención de la certificación de Bienestar Animal.

CERTIFICACIÓN MONTANERA LIBRE DE ANTIBIOTICOS

Se ha obtenido la **Certificación Montanera libre de antibióticos** (los animales durante el periodo de montanera no reciben antibióticos).

ECONOMÍA CIRCULAR, PREVENCIÓN GESTIÓN RESIDUOS Y USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS

Siendo conscientes de la importancia de realizar un uso sostenible de los recursos/residuos, y del papel de la Economía Circular como motor para aumentar la eficiencia de este uso en las actividades que desarrolla, desde Osborne promovemos en toda nuestra cadena de valor la implantación de medidas que ayuden a reducir el impacto que pueda tener sobre el entorno.

Materiales Utilizados

Las principales materias primas utilizadas se consumen en las plantas productoras y se corresponden principalmente con cerdos, uvas, alcohol, vino y otras materias primas empleadas en la elaboración de productos. Asimismo, se consume material de packaging (botellas, etiquetas, embalajes, corcho tapones, etc.) y material auxiliar (productos químicos).

En Osborne apostamos por el aprovechamiento de materias primas y llevamos a cabo numerosas medidas encaminadas a mejorar la eficiencia en su uso: aprovechando las grasas y huesos del cerdo para comida animal, reutilizando en la medida de lo posible, la sal destinada a salazón y, aprovechando los subproductos que se envían para destilación u otros destinos.

Asimismo, contamos con plantas depuradoras de agua en nuestras plantas productivas que lo requieren y que nos ayudan a minimizar el riesgo de contaminación por vertidos del agua que empleamos en nuestros procesos, devolviéndola al medio bajo parámetros de calidad supervisados periódicamente.

Gestión de residuos

En la mayoría de nuestras plantas se reducen, se reutilizan o se reciclan casi todos los desechos que no se gestionan como residuos. Estos materiales, denominados subproductos, suelen tener los siguientes destinos principales:

- Lodos de la depuradora son reutilizados para un tipo de abono especial (Compost).
- Vinaza de la destilación para abonos orgánicos.
- Subproductos derivados de la producción de vinos y bebidas espirituosas con destino a la destilación (por ejemplo: orujos, lías, ...) o a su reprocesamiento.
- Grasas y huesos del cerdo para comida animal.
- Aceite usado en los restaurantes de Osborne que se destina en su totalidad al reciclado.

HITOS LOGRADOS EN 2021

En cuanto al **uso de materiales, de bajo impacto ambiental,** durante este ejercicio se ha reducido el peso de botellas de vidrio en algunos formatos de vinos y se tiene previsto reducir la tinta en las cajas de cartón.

Igualmente, con la **digitalización** que se está implementando en la Compañía, se reducirá sustancialmente el uso del papel. Por otro lado, el papel utilizado en la empresa cárnica de Jabugo utilizado para sobres de loncheado, cajas de regalo, cajas de lotes, tiene la certificación de la cadena de custodia FSC que garantiza al consumidor que los productos certificados proceden de bosques gestionados de forma responsable, de acuerdo a criterios de sostenibilidad.

Durante este ejercicio, se ha reducido el peso de botellas de vidrio en algunos formatos de vinos y se tiene previsto reducir la tinta en las cajas de cartón.

Subcontratación y proveedores

En nuestro compromiso por crear y mantener una cadena de valor sostenible en todos los niveles, involucramos también a nuestros proveedores para asegurar que éstos cumplen con una serie de requisitos en línea con los valores que aplicamos en el seno de nuestra compañía.

Contamos con una nueva plataforma de homologación de proveedores, que da soporte y homogeiniza la aplicación del procedimiento vigente de homologación de proveedores. En este procedimiento se evalúan los requisitos de solvencia, ética, calidad y sostenibilidad. Así, garantizamos que todos ellos se comprometen a cumplir con nuestro Código Ético y con los requisitos pertinentes en materia de calidad, sostenibilidad y responsabilidad social que apliquen en cada uno de los procesos de contratación abiertos. El objetivo es incluir en esta plataforma a los principales proveedores que establezcan una relación con nuestra compañía, habiendo homologado hasta la fecha un total de cerca de 80 proveedores.

CERTIFICACIÓN EN LA NORMA DE COMPRAS UNE 15896

Durante el ejercicio 2021 nos hemos certificado en La Norma UNE 15896 de gestión de compras de valor añadido. Esta certificación acredita las prácticas de los departamentos de Compras de las empresas y les otorga un estatus de garantía y excelencia frente a los competidores.

Entre los diferentes beneficios que plantea la certificación, se encuentran:

- Otorga un valor añadido a la empresa en el proceso de gestión con sus proveedores, mejorando y sistematizando la relación con los mismos.
- Define una estrategia desde el departamento de compras en línea con los objetivos globales de la empresa.
- Analiza y mejora los procesos que se realizan desde el área bajo un modelo de negocio basado en la transparencia y el uso de buenas prácticas.



CONSUMO DE MATERIALES (TN)

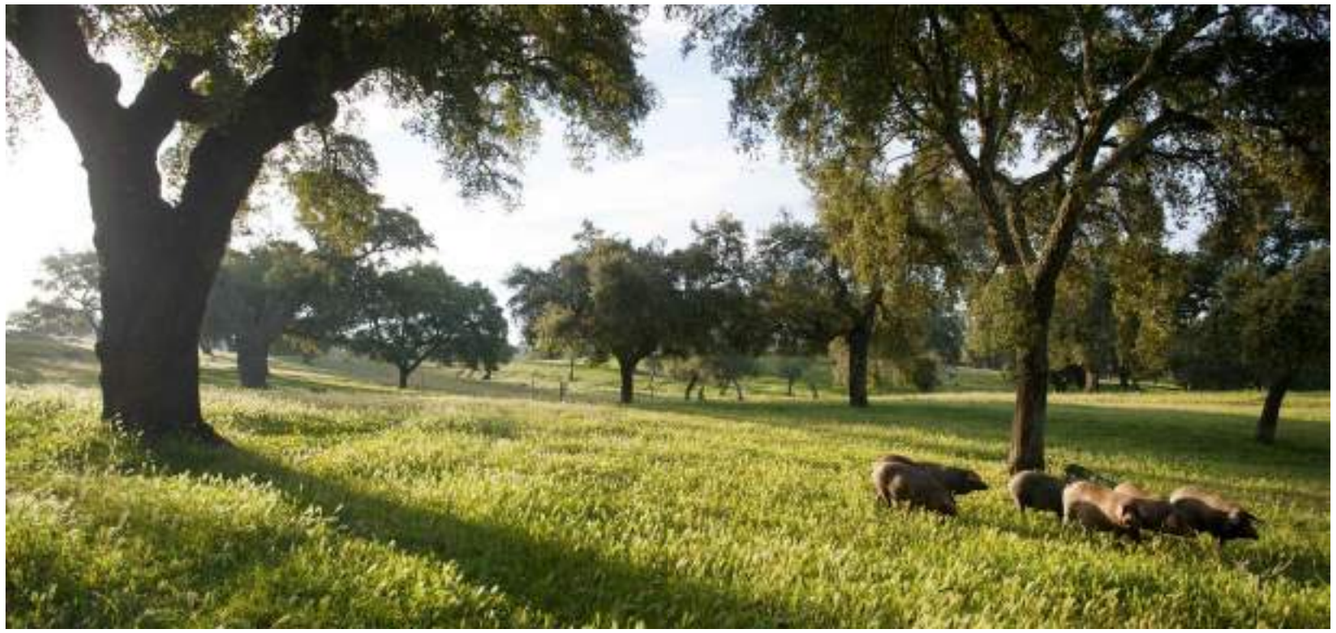
Materiales de embalaje	Materiales auxiliares	Materias primas
24%	2%	74%

GESTIÓN DE RESIDUOS

Residuos No Peligrosos	Residuos Peligrosos
99,7%	0,3%
Gestionados en su totalidad por gestores autorizados o los servicios municipales.	Gestionados en su totalidad por gestores autorizados y con diversos tratamientos finales.

CAMBIO CLIMÁTICO

Calculamos nuestra intensidad de consumo energético y de emisiones durante el ejercicio poniendo nuestro consumo energético total y las emisiones derivadas del mismo en relación al valor de las existencias a cierre del ejercicio, lo que nos ayuda a comprender el uso que realizamos de la energía en relación con nuestro nivel de producción. Debido principalmente al aumento del consumo de electricidad de origen renovable, durante 2021 hemos conseguido reducir nuestra huella de carbono y por tanto, el impacto medioambiental de nuestras actividades.



En Osborne seguimos trabajando día a día para reducir la intensidad de nuestro consumo energético y de las emisiones generadas por nuestras actividades, en nuestro compromiso con la lucha contra el cambio climático, por medio de la aplicación de medidas de eficiencia energética y de fomento del uso de energías renovables.

PRÁCTICAS Y PROYECTOS 2021

Planta Solar Fotovoltaica

Durante el ejercicio 2021, en la planta de producción cárnica situada en Jabugo se ha procedido a la aprobación de la oferta para la instalación de una **Planta Solar Fotovoltaica de 1609 kWp, para autoconsumo con hibridación con la Cogeneración existente.** Se trata de una planta fotovoltaica para autoconsumo en régimen de hibridación con la actual planta de cogeneración. Dicha planta sería capaz de proporcionar el 20% de la energía total demandada por el centro de trabajo. La totalidad de la energía producida en la planta Fotovoltaica sería autoconsumida en el centro de trabajo, permitiendo a la cogeneración que exporte la energía que no pueda aprovechar en el centro. Por todo ello, la demanda de energía del centro sería satisfecho por la planta fotovoltaica, completándose con la cogeneración, en primera instancia, y, si hiciera falta, con la red.

Cogeneración con gas natural

En la planta de Jabugo, se sigue apostando por la generación de energía eléctrica a través de la cogeneración con gas natural, el sistema menos contaminante tras la eólica e hidráulica y, por lo tanto, muy inferior a sistemas de carbón, lignito, petróleo o nuclear. De esta forma, Osborne consigue enfocar su estrategia a favor de las energías renovables en las plantas de producción con mayor consumo energético generando un mayor impacto con sus acciones.

Electricidad de origen renovable y energía verde

Asimismo, durante 2021 **hemos certificado parte de la electricidad consumida por su origen renovable,** ascendiendo a un 23% sobre el total de la electricidad comprada; mientras que seguimos invirtiendo en nuevos equipos con mayor coeficiente de rendimiento y mejor eficiencia energética.

Además, se mantiene el compromiso de un aumento mínimo del 5% anual en **consumo de energía verde** (certificada). La Gestión de la Energía se realiza en colaboración con una consultora energética externa.

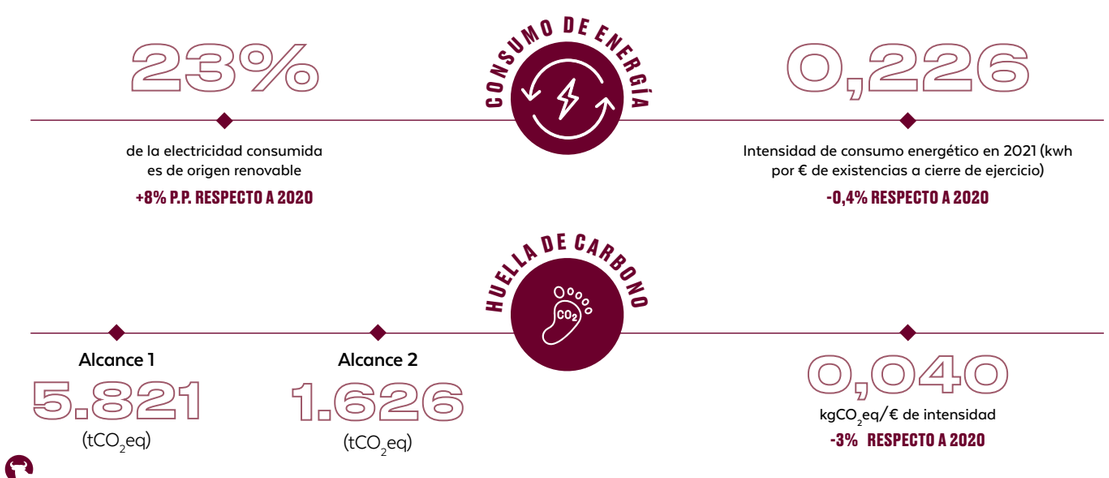
Reducción de la Huella de Carbono

Con respecto a las emisiones de Gases de Efecto Invernadero derivadas del consumo energético de la compañía, **se ha calculado la Huella de Carbono producida por el desarrollo de nuestras actividades,** considerando en la misma dos alcances de emisiones definidos por los estándares internacionales: Alcance 1 para las emisiones directas de la organización y Alcance 2 para las emisiones indirectas o derivadas del consumo eléctrico de la organización.

Por último, todas nuestras plantas de producción cumplen rigurosamente con los requisitos establecidos por la legislación vigente y con los límites establecidos en las autorizaciones correspondientes en cuanto a emisiones y otras formas de contaminación atmosférica. En cuanto a las emisiones de NOx, SOx u otras emisiones similares que afecten a la contaminación atmosférica, incluidas las emisiones acústicas, luminosas, etc., producidas en nuestras plantas, se lleva a cabo un estricto control en línea con la regulación actual.

Durante el ejercicio 2021, se han obtenido los informes de las auditorías energéticas que se ha realizado bajo las directrices establecidas en el Real Decreto 56/2016, de 12 de febrero de eficiencia energética, en lo referente a auditorías energéticas, acreditación de proveedores de servicios y auditores energéticos y promoción de la eficiencia del suministro de energía. En concreto se han auditado los centros de Badalona, Cumbres Mayores, La Rioja, Jabugo, El Puerto de Santa María y Tomelloso, además de la flota de vehículos.

Sánchez Romero Carvajal Jabugo ha sido galardonado por la FOE (Federación Onubense de Empresarios) y la Fundación Cajasol, en los XV premios empresarios del año 2021 en Huelva, obteniendo el **premio en la categoría "Eficiencia Energética y Sostenibilidad".**



AMBIENTAL

TEMAS MATERIALES

- **Protección del medio ambiente**
- **Energía, cambio climático y gases de efecto invernadero**
- **Protección de la biodiversidad**
- **Economía circular**
- **Gestión del agua**
- **Productos y servicios sostenibles**

NUESTRO COMPROMISO

Dos de los pilares en los que apoyamos el desarrollo de nuestras operaciones son la gestión sostenible de los recursos naturales y la protección del medio ambiente. Asimismo, manifestamos nuestro compromiso con la mitigación del cambio climático por medio del desarrollo de proyectos de eficiencia energética, el uso de energías renovables y la gestión del agua, así como proyectos de investigación para mejorar la protección de la biodiversidad y la conservación de ecosistemas en nuestras dehesas y viñedos.

Las buenas prácticas que aplicamos en todos los niveles de nuestra cadena de valor (bienestar animal, agricultura sostenible, ganadería extensiva, acuicultura ecológica, etc.) nos ayudan a seguir contribuyendo al cumplimento de las metas marcadas por los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

SOCIAL

EL EMPLEADO EN EL CENTRO DE LA TRANSFORMACIÓN



Bodega de Sánchez Romero Carvajal.

ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO

Trabajamos por captar y retener el mejor talento.

DIVERSIDAD E IGUALDAD

Osborne ha firmado en 2021 un Acuerdo Marco para la Igualdad.

COMUNICACIÓN INTERNA

Informamos de manera transparente y constante a los empleados a través de distintas herramientas.

ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO Y RELACIONES LABORALES

Ponemos en marcha iniciativas destinadas a mantener el equilibrio entre la vida laboral y personal.

REMUNERACIÓN

Preservamos la equidad interna y tratamos de ser competitivos.

FORMACIÓN Y DESARROLLO

Contamos con las herramientas necesarias para optimizar la carrera profesional de nuestros empleados.

SEGURIDAD Y SALUD DE LOS EMPLEADOS

Mantenemos un compromiso irrenunciable y reforzado con la salud de nuestros empleados

ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO

En Osborne la gestión de Recursos Humanos se lleva a cabo a través de unos criterios de actuación comunes que rigen las relaciones laborales en las diferentes sociedades de nuestro Grupo. Estos criterios sirven de referencia para definir nuestros objetivos en materia de empleo, situando a nuestros empleados en el centro de las decisiones, esforzándonos para que desarrollen su trabajo en el mejor entorno laboral posible, garantizando su bienestar y poniendo en marcha iniciativas destinadas a mantener el equilibrio entre la vida laboral y personal, captar y retener el mejor talento y ofrecer más y mejores oportunidades.

Trabajamos por maximizar el compromiso y sentimiento de pertenencia de nuestros empleados por medio de diversas acciones que nos ayudan a crear un buen ambiente laboral y dar respuesta a sus necesidades e inquietudes, con el objetivo de hacer de Osborne una compañía mejor donde trabajar, valiéndonos para ello de las más diversas herramientas:

Encuesta de clima laboral

Encuestas de clima laboral que abordan un amplio abanico de cuestiones desde el tema salarial, a la conciliación, pasando por la identidad de valores.

Planes de desarrollo

Identificación del talento en nuestra plantilla para, una vez detectado, incluir a la persona trabajadora en los distintos planes de desarrollo que se elaboran.

Comunicación interna

Canal de Comunicación interna, DirectOs 5.0., que ayuda a fomentar los sentimientos de comunidad y pertenencia.

Gestión de equipo

Reuniones periódicas de los superiores jerárquicos con sus respectivos equipos de trabajo a fin de detectar no sólo las necesidades del negocio, sino las personales o de grupo que puedan existir.

Onboarding

Desarrollo de un plan de *Onboarding* con las nuevas incorporaciones a fin de facilitar su integración en la Compañía.

Formaciones experienciales

Formaciones experienciales en productos comercializados por Osborne a fin de potenciar el sentido y el orgullo de pertenencia.

938
Plantilla media

Cada generación ha ido sumando valor a lo aprendido por la anterior y, a día de hoy, contamos con algunos profesionales que son tercera generación de trabajadores en activo en nuestra plantilla.

HITOS LOGRADOS EN 2021

En 2021, todas las incorporaciones que respondían a necesidades estructurales se han realizado bajo la **modalidad indefinida,** recurriendo solo a la **contratación temporal** en aquellos casos demandados por la dinámica de nuestro proceso productivo (sacrificio, vendimia, ...) o por la necesidad de sustituir a trabajadores en baja con reserva de puesto de trabajo. En estos últimos casos con carácter general se ha recurrido, además, a personas que ya habían prestado sus servicios con anterioridad al Grupo.

Prueba del éxito de nuestra política de retención del talento es que casi la mitad de la plantilla tiene una antigüedad superior a 10 años, incrementándose exponencialmente ese porcentaje cuando se habla de personal de Servicios centrales y corporativos.

ANTIGÜEDAD

22% de la plantilla contaba con una antigüedad entre 10 y 19 años

4% de la plantilla tiene una antigüedad superior a 40 años

EDAD MEDIA

13% de la plantilla tiene entre 20 y 29 años

10% de la plantilla tiene entre 30 y 39 años

DIVERSIDAD E IGUALDAD

En Osborne estamos firmemente comprometidos con la igualdad de trato y oportunidades entre hombres y mujeres, así como con los trabajadores con capacidades diferentes, como principio básico y transversal en todas las áreas de trabajo. Este principio es la base de nuestra gestión de Recursos Humanos para la adopción de medidas en materia de:

Contratación y selección de personal
Mediante procesos de selección transparentes y objetivos, buscando la excelencia. En el caso de centros de trabajo radicados en poblaciones urbanas lleva a un ratio equilibrado de contratación entre hombres y mujeres, ratio que aparece descompensado a favor del sexo masculino en el caso de poblaciones no urbanas por circunstancias relacionadas con la idiosincrasia propia del lugar.

Promoción interna
Apostando por la valía profesional y personal, independientemente del sexo de la persona trabajadora.

Retribuciones y salarios
Mediante el establecimiento de bandas salariales por puestos y categoría únicas para toda la plantilla, independientemente del sexo.

Formación
Establecimiento de parámetros objetivos para su acceso a la misma.

Información y comunicación
A través de un uso del lenguaje neutro y no discriminatorio en todos los canales de comunicación.

Todas estas acciones en pro de la Igualdad, tienen su justo reflejo en la **encuesta anual de Clima Laboral** en la cual en la mayoría de los ítems parametrizados, las mujeres tienen una mejor percepción del Grupo que los hombres.

HITOS LOGRADOS EN 2021

Como parte de esa política por la igualdad, durante 2021 se ha seguido dando cumplimiento al ya existente Procedimiento de actuación ante denuncias de acoso en el trabajo, diferente al de índole sexual o por razón de sexo, habiéndose resuelto gracias a él de manera satisfactoria, y tras ser convenientemente investigados, los dos episodios que de este tipo se han producido a lo largo del año 2021.

Durante el año 2021 han seguido formando parte de nuestra plantilla dieciséis trabajadores con **capacidades diferentes,** con un grado de integración pleno con todos sus compañeros y un desarrollo de su potencial laboral muy satisfactorio.

DURANTE 2021 SE HA PRODUCIDO UN HITO RELEVANTE EN ESTA MATERIA: SE HA FIRMADO UN ACUERDO MARCO PARA LA IGUALDAD EN EL GRUPO OSBORNE

Con el consenso de la empresa, los sindicatos más representativos y la representación legal de los trabajadores, se ha firmado un Acuerdo Marco buscando sentar los parámetros que garanticen la igualdad en materias tan importantes como selección, formación, condiciones laborales, conciliación o retribución. Dicho Acuerdo es aplicable en todas las empresas del grupo, independientemente de la idiosincrasia propia de cada una de ellas, y sin perjuicio de su propia individualización en los correspondientes Planes de Igualdad y diagnósticos de situación.



Vendimiadora en finca de Montecillo.

Junto con ese Acuerdo Marco, y con los mismos agentes sociales, se ha firmado también una Política para la prevención y actuación en los casos de acoso sexual y/o por razón de sexo y una Política para la protección integral contra la violencia de género.

COMUNICACIÓN INTERNA



Durante el año 2021 la Compañía a través de sus canales de comunicación interna ha ido informando de manera transparente y constante a los empleados sobre todos aquellos aspectos que pudieran resultar de su interés, en el más amplio sentido, desde la evolución del negocio, a las nuevas incorporaciones, los numerosos premios conseguidos por la marca, el sistema de compensación flexible, la evolución de la Pandemia y las medidas implementadas, todo ello a través de 62 boletines internos del “Canal Toro”.

Por otra parte se han producido las siguientes novedades en 2021:

Reuniones cuatrimestrales con el Comité de Dirección
Se han organizado reuniones cuatrimestrales con el Comité de Dirección y un numeroso colectivo de trabajadores/as, más de 300 empleados, con responsabilidades directas en el área de gestión, a fin de informar a los empleados de los aspectos más relevantes de la marcha del negocio.

Estas reuniones, a fin de poder facilitar su seguimiento por la plantilla local que presta sus servicios en el extranjero, durante su transmisión han sido traducidas simultáneamente a los distintos idiomas.

Mejora y rediseño de DirectOs 5.0
Se ha mejorado y rediseñado con éxito la App de comunicación interna, con el lanzamiento de DirectOs 5.0, lo que ha permitido un incremento en más de 12 puntos en su uso con respecto a la versión anterior.

Visibilidad a nuestros compañeros de producción
Por último, durante este año 2021 desde el Área de Comunicación se ha puesto un especial foco de atención en nuestras Plantas de producción, dedicando una semana en exclusiva en DirectOs 5.0 a cada una de ellas informando al resto de la plantilla sobre su entorno, historia, dando visibilidad a nuestros compañeros de producción a quién tanto se debe: el origen de todo el negocio.



Compañeros de producción en viñedos Bodegas Montecillo.



Compañeros de producción en planta Jabugo.

ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO Y RELACIONES LABORALES

- Medidas de conciliación
- Servicios
- Promoción interna
- Diálogo y entendimiento con representaciones sindicales

HITOS LOGRADOS EN 2021

Novedad importante de este año 2021 ha sido la implementación del **teletrabajo** en aquellos puestos de trabajo susceptibles de acogerse a esta modalidad de prestación de servicios.

Así, y perdurando los efectos de la pandemia durante buena parte del 2021, hasta el mes de septiembre los trabajadores siguieron disfrutando de la misma flexibilidad que en el 2020 en cuanto a la asistencia física al puesto de trabajo (donde estaban ya implementadas todas las medidas necesarias para garantizar la salud de nuestros trabajadores) o la prestación de servicios bajo la modalidad de Teletrabajo Covid. A partir del mes de septiembre, y de manera gradual, se produjo ya la vuelta generalizada a las oficinas de toda la plantilla, diseñando un Política de Teletrabajo a la que se han acogido todos los trabajadores que así lo han deseado (aproximadamente el 50% de la plantilla) y que se ha traducido en que ese colectivo, y con carácter general, teletrabaje el 25% de su jornada semanal.



ESTUDIO DE CLIMA Y COMPROMISO

Herramienta fundamental en la gestión de las relaciones laborales en y con la plantilla es el Estudio de Clima y Compromiso que se ha llevado a cabo este año 2021, prosiguiendo la senda iniciada desde 2017: el mismo se realiza con el propósito de dar voz a los empleados, conociendo sus opiniones y su experiencia en temas tan sensibles como la retribución, conciliación, valores, igualdad o sostenibilidad.

La participación en esta edición ha sido un poco inferior a la del 2019 (en el 2020 no se realizó como consecuencia de la pandemia), cifrándose en el 66%, pero por el contrario, los resultados obtenidos este año han sido sensiblemente mejores a los de Estudios anteriores, sobre todo en las Áreas de Formación y Desarrollo, Dirección y Comunicación y Relaciones Internas y Compromiso Sostenible, siendo las categorías que mejores puntuaciones han obtenido las de Imagen Externa, Valores, Igualdad, Inclusión y Diversidad, concluyéndose con carácter general que la mayoría de los participantes recomendaría Osborne como un buen lugar para trabajar.

REMUNERACIÓN

En orden a preservar la equidad interna y ser competitivos respecto al exterior, todos los puestos de trabajo de nuestra Compañía se encuentran valorados bajo la metodología Global Grading de Willis Towers Watson, habiéndose establecido un sistema de retribución basado en **bandas salariales, definidas por el nivel de contribución del puesto a la organización** y que anualmente son revisadas para su adecuación a la realidad imperante. Este sistema permite que las remuneraciones ofrecidas a nuestros empleados sean establecidas de forma objetiva, evitando la existencia de diferencias por razones discriminatorias de cualquier tipo.

Desde esta perspectiva, y partiendo de una garantía absoluta por los mínimos retributivos contenidos en los diversos Convenios Colectivos de aplicación, apostamos en nuestra política de remuneración por un paquete de compensación que puede llegar a comprender, en función del puesto de trabajo ocupado: salario fijo, variable sujeto a la consecución de objetivos y retribución en especie.

Además, y conscientes de la importancia del salario emocional, Osborne ofrece a sus empleados todo un paquete de beneficios sociales, como medidas favorecedoras de la conciliación familiar.

Para la totalidad de la plantilla

- Paquete de compensación flexible.
- Regalo de empresa en Navidad, integrado por productos comercializados por el Grupo.
- Portal del empleado donde adquirir productos con descuento.
- Suscripción de alianzas comerciales con otras empresas de distintos sectores.
- Política de anticipos/préstamos salariales.

Vinculado al puesto de trabajo

Por otra parte, vinculados al puesto de trabajo o a su ubicación, se ofrece:

- Vehículo de empresa.
- Seguro de accidentes.
- Aparcamiento en o cercano al puesto de trabajo.

Todos los puestos de trabajo se encuentra valorados bajo bandas salariales definidas por el nivel de contribución del puesto a la organización, y que anualmente son revisados.



Bodega Sánchez Romero Carvajal.

FORMACIÓN Y DESARROLLO

Una de nuestras prioridades es que nuestros empleados cuenten con las herramientas y conocimientos necesarios para poder desarrollar de forma óptima su carrera profesional dentro de nuestra compañía. Para ello, contamos con un amplio programa de formación adaptado a las necesidades específicas de cada una de nuestras líneas de negocio.

Este Programa de Formación se planifica anualmente desde el área de Recursos Humanos, alineados este 2021 con los cuatro pilares estratégicos del ejercicio, a saber: eficiencia y transformación digital, evolución del portfolio, internacionalización del negocio y refuerzo de la marca Osborne.

En este contexto, las horas destinadas a formación durante el año 2021 han sido 12.783, lo que supone 1.046 horas más que el año 2020.

Siendo buena parte de esa formación de carácter voluntario, en cuanto no impuesta por la normativa vigente.

Como consecuencia, hoy podemos decir con orgullo que el 78% del equipo directivo es fruto de la promoción interna.

En Osborne seguimos apostamos por el talento interno, identificando puestos clave con posibles candidatos internos para tales puestos de tal manera que con la formación impartida y la experiencia adquirida tales candidatos puedan acceder a esos puestos.

RESULTADOS POR ÁREAS DEL TIEMPO INVERTIDO EN FORMACIÓN (HORAS)

Formación Técnica
4.158
32,5%

Formación de Producto
1.547,5
12,1%

Desarrollo de Habilidades
1.847,5
14,5%

Idiomas
881
6,9%

Seguridad, Salud y Bienestar
4.349
34%



Viña Montecillo.

SEGURIDAD Y SALUD DE NUESTROS EMPLEADOS

Desde Osborne mantenemos los múltiples compromisos y obligaciones adquiridos en materia de seguridad, salud y bienestar los cuales, que van más allá de un cumplimiento formal de la legislación vigente en la materia.

Certificado de Sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo

Osborne mantiene un Sistema de Gestión de S&S consolidado y alineado con nuestra cultura corporativa, **certificado mediante el estándar Internacional ISO 45001:2018 de Sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo.**

Gestión de Peligros para Seguridad, Salud y Bienestar laboral

Igualmente, Osborne se dispone de la **Ficha de Proceso (procedimiento) FP04 de Gestión de Peligros para Seguridad, Salud y Bienestar laboral,** que tiene por objeto identificar los peligros, estimar y valorar la importancia de los riesgos y oportunidades para la seguridad y salud de los trabajadores de Osborne.



Proceso de elaboración de caviar Riofrío.

HITOS LOGRADOS EN 2021

- Apartado de Seguridad Salud y Bienestar en App DirectOS 5.0.
- Prueba piloto en Plan de La Rioja con Propuestas de Mejora y Comunicados de Riesgos.
- Repositorio común en Intranet y DrectOs 5.0

ÍNDICES DE S&S	Hombres	Mujeres	Total
Índice de Frecuencia[1]	24,35	16,75	22,12
Índice de Gravedad[2]	1,18	0,42	0,96

[1] Índice de Frecuencia: Nº Accidentes de trabajo con baja x 1.000.000/ nº total de horas efectivamente trabajadas.

[2] Índice de Gravedad: Nº de jornadas no trabajadas por accidente de trabajo con baja x 1.000 / Nº total de horas efectivamente trabajadas.

962
reconocimientos médicos a nivel nacional realizados durante 2021

SOCIAL

TEMAS MATERIALES

- **Diversidad e igualdad**
- **Clima laboral**
- **Salud y seguridad de los empleados**
- **Atracción y retención de talento**
- **Formación y desarrollo de empleados**
- **Conciliación y flexibilidad**

NUESTRO COMPROMISO

Desde Osborne tenemos un firme compromiso con nuestros empleados esforzándonos para que sigan desarrollando su trabajo en el mejor entorno laboral posible, diverso y basado en el respeto mutuo. Ansiosos de retener y cuidar el talento, fomentamos los programas formativos y el cuidado de su salud y bienestar.

Promovemos acciones relacionadas con su salud y seguridad en todos los ámbitos del trabajo, garantizando un teletrabajo seguro y, trasladando información de interés a través de una comunicación interna fluida.

SOCIAL

COMPROMETIDOS CON LA SOCIEDAD



Alumnos de la Fundación Nuevo Hogar Betania en la Escuela Gastro Osborne con el Directo y el Presidente de la Fundación Osborne.

Desde sus orígenes, Osborne apuesta por la labor social y la creación de riqueza y el desarrollo justo y respetuoso de sus actividades en la proximidad de su entorno

FUNDACIÓN OSBORNE

Trabajando en la consecución de sus fines fundacionales.

DESARROLLO LOCAL

Conservando “el saber” que las comunidades locales han forjado generación tras generación.

CONSUMIDORES Y SALUD

Los clientes y consumidores en el centro de nuestro proyectos.

FUNDACIÓN OSBORNE

La Fundación Osborne ha continuado durante el año 2021 su labor como canalizadora de la Responsabilidad Social Corporativa del Grupo Osborne, trabajando un año más para la consecución de sus fines fundacionales, siendo éstos:



FORMACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

La promoción de la formación y emprendimiento de los jóvenes



PRESERVACIÓN Y DIVULGACIÓN

La preservación y divulgación del patrimonio histórico de la compañía.

Desde su constitución en el año 2016, la Fundación Osborne ha desarrollado más de 50 actividades ayudando así a unos 4.500 beneficiarios aproximadamente.

+50
actividades

4.500
beneficiarios

PROMOCIÓN DE LA FORMACIÓN Y EMPRENDIMIENTO DE LOS JÓVENES

La Fundación Osborne ha profundizado en su compromiso con la promoción de acciones de carácter social relacionados con la formación y el emprendimiento, en particular entre los jóvenes. Especialmente, a través de la Escuela Gastro Osborne, creada en el año 2020, hemos facilitado la incorporación de los alumnos al mundo laboral en el sector de la hostelería.

30.000
Horas de formación

600
Alumnos formados

75
alumnos presenciales en la Escuela Gastro Osborne

70%
índice de incorporación al mundo laboral

225
alumnos de otros centros de formación por medio de la Escuela Gastro Itinerante:

- Escuela Superior de Hostelería de Sevilla
- Universidad de Cádiz
- Campus de Excelencia el Nuevo Madrugador

37.000
visualizaciones de contenidos propios a través de nuestra formación *online*. Compartiendo contenidos con

10
Escuelas de formación

300
alumnos



Colaboraciones

Por supuesto en esta labor social no estamos solos, sino que lo hacemos de forma colaborativa: con otras instituciones para amplificar esta función social:

- Con la **Fundación Nuevo Hogar Betania, Caritas Diocesana Asidonia-Jerez** y la **Fundación Aljaraque**: para que sus alumnos se formen en nuestra Escuela Gastro Osborne.



- Con distintos **formadores en hostelería y gastronomía,** para impartir la formación en cocina y sala, así como **embajadores de marca** que nos permiten formar específicamente en los territorios de vinos, bebidas e ibéricos y, una amplia red de contactos para posibilitar inserciones en el mundo laboral.

- Con empresas como **Makro, Cosentino** o **Café Candelas** como proveedores de la Escuela Gastro Osborne.

- Con la participación en eventos que han servido de escaparate para conseguir fomentar la empleabilidad de los alumnos de la Escuela Gastro Osborne (Jornadas Gastronómicas de la Sal y el Estero y Congreso Gastronómico de Cádiz de la mano del Campus de Excelencia Profesional el Madrugador de la Diputación Provincial).

IMPORTANTE LABOR, CON GRANDES REPERCUSIONES

Todas estas actividades han permitido que la Fundación haya alcanzado desde su creación una importante visibilidad en medios nacionales y regionales off/online con más de **1.500 artículos** recogiendo las acciones realizadas, impactando en más de **75 millones de personas** con un ROI superior a **1,5 millones de euros.**

Reconocimiento

A lo largo del año 2021 la Fundación Osborne ha potenciado la Escuela Gastro Osborne a través de sus distintas actividades. Fruto de este esfuerzo la Fundación Osborne ha sido galardonada por Caritas Diocesana Asidonia-Jerez con el reconocimiento "**Entidad con Corazón**" por favorecer la empleabilidad de los jóvenes por medio de la formación en hostelería.

PRESERVACIÓN Y DIVULGACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO DE OSBORNE.

La Fundación Osborne ha continuado trabajando en la preservación y difusión del legado histórico, cultural y artístico que Osborne ha ido generando a lo largo de sus 250 años de historia, asegurando su mantenimiento óptimo y su exposición pública.

HITOS LOGRADOS EN 2021

Investigación del archivo histórico

Durante este año 2021, destaca especialmente la continuación de los trabajos de investigación del archivo histórico, compuesto por fondos documentales y bibliográficos, que tendrán un gran impacto en los eventos de la celebración del 250 Aniversario de Osborne en 2022.



Estos trabajos de investigación, desarrollados en colaboración con la **Universidad de Cádiz** a través del Grupo de Investigación de Estudios Históricos "Esteban Boutelou", dirigidos por Alberto Ramos y Javier Maldonado, permiten poner en valor la dimensión y contenido del archivo histórico de Osborne que cuenta con un total de 14 fondos con un total de más de 900 unidades de instalación documental.

Por otro lado, entre otros proyectos desarrollados por la Fundación Osborne en cumplimiento de este fin, destacan, entre otros, los siguientes desarrollados de manera colaborativa:

En el ámbito artístico, especialmente impulsando el arte contemporáneo

- Colaboración con el artista **Juan Díaz-Faes,** con su colección SOLO, la mejor colección privada de arte contemporáneo de España, y con la intervención de uno de un Toro de Osborne que pasa a formar parte de la exposición permanente en Toro Gallery, espacio que recibe miles de visitantes cada año.



- Colaboración con la institución de arte **Casa de Indias,** con la exposición fotográfica de la artista Sarah Lucas en la Sala de exposiciones de nuestra Fundación.

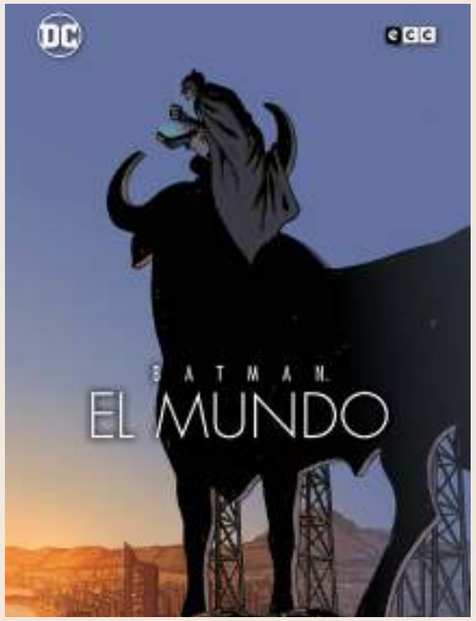
- Colaboración con el artista **Willie Márquez** en la Sala de Exposiciones de la Fundación.



HITOS LOGRADOS EN 2021

- Colaboración con la Feria de arte contemporáneo **ESTAMPA.**

- Participando activamente en la celebración mundial del **Batman Day** junto con la silueta del Toro de Osborne.



Eventos de carácter cultural que generan una mayor visibilidad para la Fundación Osborne:

- La participación en la Inauguración de la exposición del legado del artista Manolo Prieto, autor de El Toro de Osborne, en la **Real Fábrica de Moneda y Timbre.**



- El evento **Monkey Weekend,** ligado al mundo de la cultura y apoyado por la Junta de Andalucía.

- El evento cultural **Hispania Nostra** celebrado en el Palacio de los Enríquez de Ribera situado en el municipio de Bornos, Cádiz.

- La acción **Toro en Moto**, viajar a la caza de los 89 toros de Osborne que hay repartidos por España, el único que hay en Dinamarca, visitar los 6 que hay en México y el ejemplar de Japón.



- La participación en el **Día Internacional del Flamenco** organizado por la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía y apoyado por la Fundación Osborne.

- Otras colaboraciones con músicos como **Mikel Erentxun, Enrique Bunbury, Mala Rodríguez y José Mercé,** para las cuales desde la Fundación Osborne hemos cedido los espacios de nuestras bodegas para la grabación de sus videos musicales, lo que ha supuesto una manera de poner en valor nuestras bodegas a la vez que se fomenta la cultura musical, arte con alta capilaridad que prestigia y da volumen a la Fundación Osborne.



GRAN ACOGIDA

El éxito de estas actividades ha sido destacado, puesto que dichos videos han tenido un alto nivel de visualizaciones en las distintas plataformas superando los **3.4 millones de visualizaciones.**

Financiación

Desde su creación, los principales fondos obtenidos para el desarrollo de las actividades son proporcionados por Osborne y Cía. S.A. y Grupo Osborne S.A., al tiempo que ya estamos consiguiendo financiación de terceros para la consecución de nuestros propios proyectos.

DESARROLLO LOCAL

Todas nuestras actividades están íntimamente ligadas a los territorios en los que se desarrollan y en especial, las de producción y elaboración de nuestros productos. Esto hace que seamos capaces de mantener nuestros valores de tradición, autenticidad y maestría en cada uno de nuestros procesos productivos.

Por todo ello, en Osborne mantenemos un firme compromiso con el desarrollo de estas comunidades y, en aquellos entornos en los que estamos presentes, apostamos por la contratación de la población local para generar oportunidades de empleo en las mismas.



Osborne ha diversificado progresivamente su actividad y actualmente opera, dentro del sector de Alimentación y Bebidas, en cinco grandes negocios: los licores o bebidas espirituosas, los productos de bellota 100% ibérico, el caviar, los vinos de diversas denominaciones de origen y la restauración. Estamos presentes en los territorios de El Puerto de Santa María (Cádiz), Jabugo (Huelva), Fuenmayor (La Rioja), Tomelloso (Castilla La Mancha) y en la Sierra de Loja (Granada), siendo estos tres últimos municipios de menos de 3.200 habitantes.



Conservamos “el saber” que las comunidades locales han conseguido forjar generación tras generación.

HITO LOGRADO EN 2021

Durante este año 2021, hemos seguido reforzando nuestro compromiso con este desarrollo local continuando con la **contratación de proveedores locales** en todos nuestros procesos de compra, de cara a impulsar la generación de un impacto positivo de nuestras actividades sobre la economía de los entornos en los que nos desarrollamos, las comunidades anejas y el territorio.

99,37%

Trabajadores locales en plantas productivas

TRABAJO LOCAL

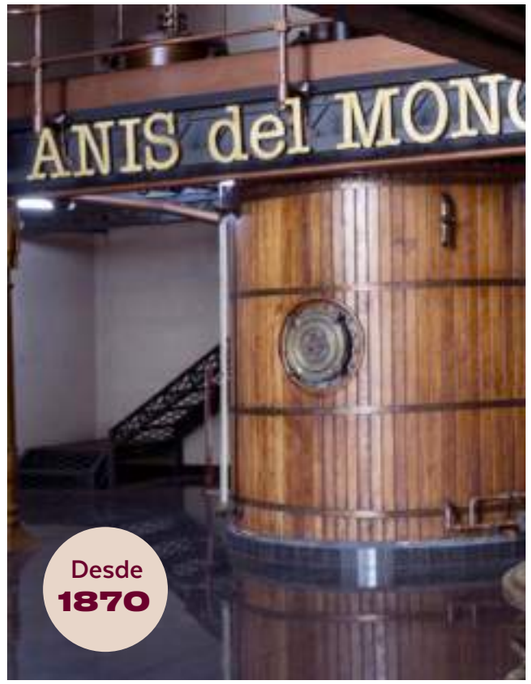
87%

Contratación local en España, sobre número total de proveedores contratados

Elaboración centenaria

Osborne cuenta con los siguientes centros de producción muchos de ellos centenarios, en las comunidades locales mencionadas, donde elabora sus principales productos con el máximo respeto por la tradición.





Nuestras bodegas

- Nuestras bodegas son parte de un legado de más de dos siglos, que se inició con los vinos de Jerez y que ha ido ampliándose poco a poco a nuevas denominaciones de origen, siempre manteniendo la tradición y la calidad que nos caracterizan.

- **Desde 1772** hemos confeccionado la mejor colección de vinos viejos de Jerez y muy cerca de allí envejecemos nuestros brandies más premium siguiendo el proceso de elaboración tradicional con el que conseguimos satisfacer los paladares más exigentes.

- Bodegas Montecillo es la tercera más antigua de Rioja, **150 años** ininterrumpidos de pasión por el auténtico Rioja donde elaboramos vinos reconocidos internacionalmente.

Nuestras destilerías

- En las destilerías de Tomelloso y Badalona elaboramos las holandas, aguardientes y destilados con los que producimos nuestros brandis y Anís del Mono **desde 1870.**

- En Galicia destilamos el albariño de nuestra Ginebra Nordés.

- Nuestras destilerías guardan la esencia y la tradición a la hora de elaborar algunos de los productos más conocidos y apreciados de nuestra compañía, manteniendo un proceso de elaboración artesanal y centenario.





La Dehesa

- **Desde hace más de 140 años** y generación tras generación, conservamos intacto el tesoro de la dehesa para llevar a nuestros clientes el auténtico sabor del jamón de bellota 100% ibérico.

- La bellota es la base de la alimentación de los cerdos que se crían en libertad en nuestras dehesas, complementada con otros alimentos disponibles en este ecosistema y que aportan a su carne una textura y sabor inigualables. Posteriormente, cada pieza esconde la destreza de las manos expertas que durante años se han dedicado a su elaboración, un proceso de curación lento, artesanal y controlado, preservando los oficios especializados creados a partir de los conocimientos heredados.

- En nuestra bodega Cinco Jotas de **1879** plasmamos la sabiduría local de Jabugo en productos de máxima calidad y sabor, gracias al aporte de la cultura y el saber hacer de cinco generaciones artesanas.

El ecosistema óptimo para la cría del esturión

Riofrío es una pedanía de Loja, en la provincia de Granada, de poco más de 400 habitantes. En este apacible lugar se encuentran las piscifactorías de caviar Riofrío desde **1963** que disfrutan de unas condiciones hídricas únicas de pureza y temperatura constante durante todo el año, reproduciendo así el entorno más natural posible para la cría del esturión.

CONSUMIDORES Y SALUD

En Osborne siempre ponemos a **nuestros clientes y consumidores en el centro de nuestros proyectos.** En particular, tenemos adquirido el compromiso de que nuestra producción, comercialización y venta de nuestros productos cumplan los más altos estándares de seguridad alimentaria y bienestar, velando así por la salud de nuestros consumidores, con la que Osborne está especialmente sensibilizada.

Para cumplir este compromiso, todos los productos de Osborne pasan por los debidos procesos de revisión de calidad de productos, contando Osborne con una cadena de suministro responsable y una gestión de la trazabilidad de sus productos en constante evaluación.

El resultado de llevar a cabo una cadena de suministro responsable unida a ciertas alianzas con asociaciones del sector, y atendiendo al carácter intrínseco de nuestras líneas de negocio, permiten desarrollar productos focalizados en la salud de nuestros consumidores.

- Con Espirituosos España y la Federación Española del Vino, asociaciones sectoriales vinculadas a Osborne, hemos seguido promoviendo un **consumo responsable** de nuestros vinos y de nuestras bebidas espirituosas, con numerosas iniciativas promovidas por estas dos asociaciones, y el cumplimiento de programas que desde el sector europeo del vino promueven un consumo con moderación y luchan contra el consumo abusivo de alcohol y sus efectos perjudiciales en la sociedad.

- Respecto al sector cárnico, en colaboración con la Universidad de Huelva realizamos estudios como entre otros, los que demuestran que nuestro **jamón ibérico es cardiosaludable.**

- Participamos en proyectos sectoriales y nacionales para hacer los **embutidos más sanos,** consistente en la reducción de sal y grasas en el mismo, liderado por el Ministerio de Sanidad a través de la Agencia AECOSAN.



HITO LOGRADO EN 2021

Durante este año 2021, no se ha detectado ningún caso de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios, incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios recibidos, ni incumplimientos relacionados con comunicaciones de marketing.

SOCIAL

TEMAS MATERIALES

- **Compromiso con la sociedad**
- **Cadena de suministro responsable**
- **Salud, seguridad y calidad de productos y servicios**
- **Satisfacción de clientes**
- **Respeto de los Derechos Humanos**

NUESTRO COMPROMISO

En Osborne mantenemos un fuerte compromiso con la Sociedad, siendo nuestra cadena de suministro respetuosa con un modelo de producción y de consumo sostenibles, enfocado en mejoras para seguir aumentando la calidad y seguridad de nuestros productos y la atención y satisfacción de nuestros clientes.

El desarrollo de las poblaciones locales sigue siendo una de nuestras prioridades por la fuerte vinculación con los territorios en los que nuestras actividades centenarias se iniciaron y a su patrimonio cultural. Además, trabajamos de la mano de Asociaciones que buscan el continuo bienestar de los consumidores y la más alta calidad y seguridad de los productos. Todos estos compromisos están marcados por el respecto a los derechos humanos y se encuentran alineados con la consecución de los ODS.

GOBERNANZA

NUESTROS PRINCIPIOS DE GOBIERNO CORPORATIVO



Junta de Accionistas 2021.

EMPRESA FAMILIAR. PAPEL DEL ACCIONISTA

Nuestra vocación como familia empresaria ha sido siempre proteger nuestro legado y construir para las generaciones futuras.

SISTEMA DE GOBIERNO

Somos una compañía pionera en la incorporación de buenas prácticas de gobierno corporativo.

ASOCIACIONISMO

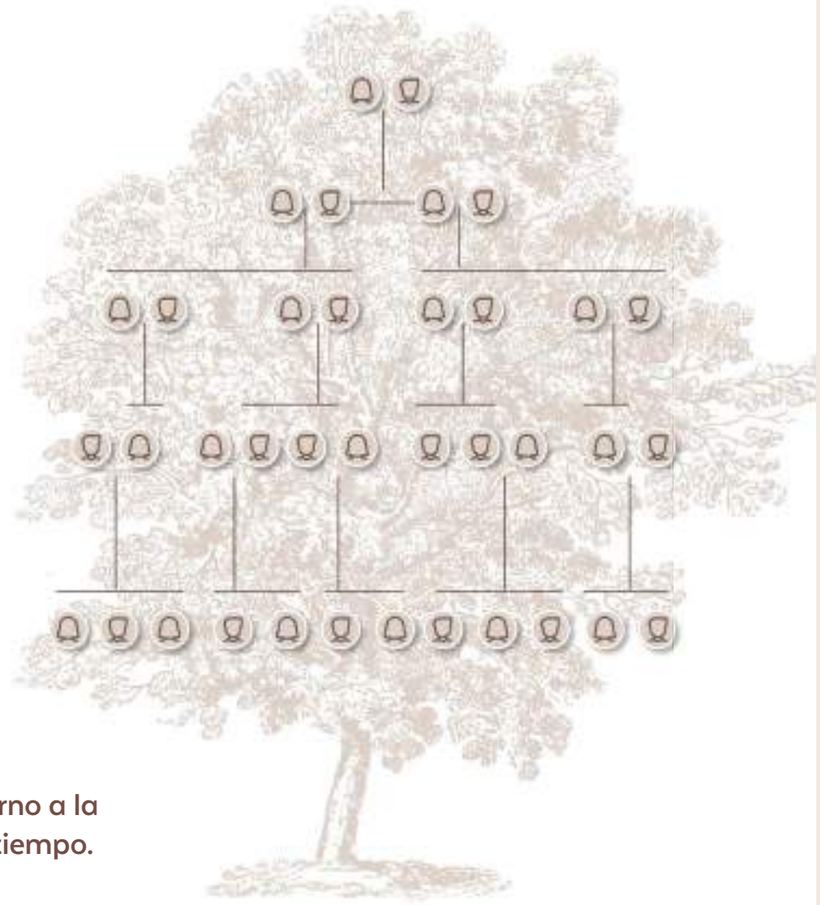
Llevamos décadas colaborando con un gran número de grupos de interés, especialmente en las comunidades locales donde operamos.

EMPRESA FAMILIAR. PAPEL DEL ACCIONISTA

Osborne es una empresa cuyo accionariado es cien por cien de la familia Osborne. Así, nuestra vocación como familia empresaria ha sido siempre proteger nuestro legado y construir para las generaciones futuras, en beneficio tanto del entorno como de los accionistas.

HITO LOGRADO EN 2021

Durante este año 2021, hemos seguido atendiendo a las inquietudes y sensibilidades de nuestros accionistas profundizando en el eje de la sostenibilidad como factor clave para mantener el "orgullo de pertenencia" de nuestros accionistas. Especialmente cuando, la profesionalización y la no involucración de la familia en la gestión de la compañía necesariamente debe verse compensada por la alineación de nuestras actividades en este ámbito con las sensibilidades de nuestros accionistas, especialmente los más jóvenes.



Llevamos casi 250 años de historia desarrollando nuestras actividades entorno a la idea de crear un legado sostenible en el tiempo.

ESTRUCTURA Y SISTEMA DE GOBIERNO. NUESTROS PRINCIPIOS DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

Somos una compañía pionera en la incorporación de buenas prácticas de gobierno corporativo, unas obligatorias por ley y otras como guías o recomendaciones de buenas prácticas dirigidas hacia el buen funcionamiento de la compañía. Somos una de las empresas familiares precursoras de implementar un modelo de Buen Gobierno Corporativo en nuestros órganos de gestión, aun cuando la Ley de Sociedades de Capital y demás normativa no nos aplica por no ser sociedad cotizada.

HITOS LOGRADOS EN 2021

En este contexto, durante este año 2021, hemos modificado nuestros Estatutos Sociales para atender mejoras de buen gobierno corporativo establecidas en el Código de Buen Gobierno de Sociedades Cotizadas de la CNMV, como la gestión de la sostenibilidad desde el Consejo de Administración, y el mayor protagonismo de la información no financiera del negocio.

Osborne entiende así que, enmarcado en el deber de debida diligencia del Consejo de Administración, la sostenibilidad como un asunto transversal integrado en la estrategia empresarial, es un asunto de primer nivel de responsabilidad de su Consejo de Administración.

Junta de Accionistas

Principal órgano de representación de Osborne, a través del cual, los propietarios adoptan los acuerdos sobre aquellas materias que la Ley y los Estatutos Sociales de Osborne determinen.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

El Consejo de Administración, máximo órgano de gestión y gobierno de la compañía, supervisa y guía la actuación de la dirección, determina las orientaciones estratégicas del grupo y garantiza el cumplimiento de las normas éticas y de transparencia, además de la gestión de riesgos del grupo, apoyándose para ello en las Comisiones, órganos delegados del propio Consejo de Administración.

Comisión de Auditoría y Cumplimiento

Trata como principales temas la gestión de riesgos, el control interno, la supervisión de los trabajos de auditoría tanto interna como externa, que evalúan tanto la información financiera como la no financiera, la supervisión del trabajo del experto valorador y velar por el cumplimiento de los códigos éticos de conducta, entre otras funciones.

Comisión de Nombramientos y Retribuciones

Tiene encomendado, entre otros, las propuestas de nombramiento, renovación y remuneración de los Consejeros, el auxilio al Consejo en la determinación y la supervisión de la política de remuneración y la estrategia de compensación de la Compañía, el plan de contingencia y sucesión de puestos clave; la política de jubilaciones; y la supervisión del diseño y ejecución del informe de autoevaluación del Consejo de Administración.

Comisión Ejecutiva

Tiene, entre otras funciones, la aprobación de inversiones y oportunidades de negocio extraordinarias así como la canalización de asuntos relacionados con accionistas.

Para llevar a cabo un ordenado gobierno, gestión y representación de la sociedad, el Consejo de Administración de Osborne se apoya en normativa interna elaborada conforme a la Ley vigente en todo momento. Así, el Consejo se regula a través de su propio Reglamento del Consejo de Administración y cada una de sus Comisiones tiene también su propio Reglamento.

Sistema de Gobierno: Secretaría General y de Gobierno Corporativo



La Secretaría General y de Gobierno Corporativo, en dependencia directa orgánica y funcional del Presidente y del Consejero Delegado, busca reforzar las buenas prácticas de Gobierno Corporativo, Gestión de Riesgos y Cumplimiento ya implantadas en la compañía.



SISTEMA DE GOBIERNO

Gestión de Riesgos
Identificar, evaluar y seguir los eventos de riesgo

Control Interno
Detectar, prevenir o mitigar los eventos de riesgo

Cumplimiento
Identificar ámbitos normativos de cumplimiento y proponer y seguir los controles. Vigilar el comportamiento ético y actuar como órgano de Prevención Penal

Auditoría interna
Coordinar y participar en el diseño e implementación de los procesos y metodologías del sistema de gestión de riesgos, control interno y cumplimiento

HITOS LOGRADOS EN 2021

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Durante este año 2021, el Consejo de Administración de Osborne ha realizado las tres siguientes grandes actuaciones:

- La monitorización y supervisión de los planes de negocio, en un año clave de recuperación marcada por el Covid.
- La monitorización y supervisión del Mapa de Riesgos de la compañía.
- La elaboración del nuevo Plan Estratégico, con las metas fijadas y planes de acción.
- La supervisión del Buen Gobierno Corporativo de la compañía.
- La revisión y aprobación de la Política de Dividendos, en concordancia con la evolución del negocio.

En línea con el espíritu de mejora continua de nuestra compañía, el Consejo de Administración se somete anualmente a una autoevaluación, de conformidad con sus Estatutos, de cara a detectar áreas de mejora y, elaborar planes de acción para su consecución y su seguimiento.

COMISIÓN DE AUDITORÍA Y CUMPLIMIENTO

- La evaluación y supervisión de la información no financiera como una de las mejoras de gobierno corporativo introducida en los Estatutos Sociales; y
- La gestión de los riesgos derivados del Covid durante este año de recuperación.

COMISIÓN NOMBRAMIENTOS Y RETRIBUCIONES

En 2021 esta Comisión ha trabajado especialmente en los planes de sucesión de la alta dirección y puestos clave de la compañía, precisamente después de la época convulsa marcada por el Covid.

Sistema de gobierno: Secretaría General y de Gobierno Corporativo

Durante este año 2021 hemos avanzado en el robustecimiento de nuestra cultura corporativa y de nuestro sistema de Gobierno Corporativo, la Gestión de Riesgos y Cumplimiento, garantizando el buen gobierno de la compañía y dotando de una mayor relevancia a la gestión sostenible y responsable de Osborne.

En el ámbito del Gobierno Corporativo:

- Los avances en materia de información no financiera, dirigidos a desarrollar a futuro una Estrategia de Sostenibilidad y el avance por el Consejo de la gestión de los indicadores.

- El papel cada vez más relevante de la Fundación Osborne en este ámbito como canalizadora de gran parte de la responsabilidad social corporativa del grupo.

En el ámbito de la Gestión de Riesgos y Cumplimiento:

- La profundización en el programa de Gobierno Corporativo, Gestión de Riesgos y Cumplimiento (Programa GRC) que establece los principios básicos de comportamiento y el conjunto de procesos y estructuras para gestionar y supervisar las actividades de la organización con el fin de lograr sus objetivos.

- El comienzo de los trabajos en la consecución de la obtención de la Certificación UNE 19601 de Compliance Penal, con el objetivo de poner en valor nuestro sistema ya maduro de prevención de riesgos penales.

- La ausencia de denuncias a través del Canal Denuncias.



ESTRUCTURA DE GESTIÓN

El Comité de Dirección de Osborne es el órgano máximo de gestión, que persigue alcanzar los retos estratégicos y la visión marcada en el Plan Estratégico de ser el mejor embajador de la gastronomía española en el mundo, enmarcada dentro de un desarrollo de su negocio de manera sostenible.

El Comité de Dirección está liderado por el Consejero Delegado que asume las funciones de dirección general de la compañía. Está conformado por las siguientes seis direcciones:

CONSEJERO DELEGADO

- Dirección de Marketing
- Dirección Comercial España
- Dirección Comercial Internacional
- Dirección de Operaciones
- Dirección de Servicios Corporativos y Transformación
- Dirección de Recursos Humanos



ASOCIACIONISMO. GRUPOS DE INTERÉS

En Osborne creemos firmemente en el Asociacionismo, llevando décadas colaborando con un gran número de asociaciones de diferente carácter y diferentes fines, así como desarrollando iniciativas de patrocinio que nos permiten apoyar diferentes actividades realizadas especialmente por las comunidades locales en las que operamos, acercar nuestras marcas a los consumidores y visibilizarlas en diferentes ámbitos tanto a nivel local como sectorial. Así, las asociaciones profesionales o sectoriales han sido y son una constante en el desarrollo habitual de las relaciones institucionales de nuestra compañía.

HITOS LOGRADOS EN 2021

Durante este año destacan concretamente las incorporaciones a Landaluz (Asociación Empresarial que apoya las empresas de Alimentos de Andalucía) y a la AAEF (Asociación Andaluza de apoyo a la Empresa Familiar).

Para poner en valor el trabajo y las inquietudes del sector de la alimentación y bebidas, y para contribuir al fortalecimiento de las empresas familiares en Andalucía.

Colaboraciones de carácter científico, académico o de I + D durante 2021



El Dehesón de El Encinar, Toledo, Castilla La Mancha.

En el Centro de Investigaciones Agropecuarias “El Dehesón del Encinar” primer centro español en iniciar trabajos de mejora genética en el cerdo ibérico en 1945, pionero en esta materia y referente en la investigación del cerdo ibérico:

- **Proyectos de genética,** conservación y producción de estirpes de cerdo ibérico en colaboración entre el INIA (El Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria) y el IRIAF (Instituto Regional de Investigación y Desarrollo Agroalimentario y Forestal de Castilla-La Mancha).



0,6 MM€
Aportación a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

- Desarrollo del **Máster en Sanidad** y Producción Porcina con la Universidad de Lleida, Zaragoza y Complutense de Madrid.
- **Proyectos de I+D,** como el Proyecto AGL para la mejora del estado de salud y la productividad en cerdas ibéricas y su descendencia, con la Universidad Complutense de Madrid y otros proyectos desarrollados en colaboración con el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) y el Ministerio de Economía y Competitividad.
- **Tesis doctorales** en el marco de la colaboración con Universidades como la Universidad Complutense de Madrid y el IRIAF (Instituto Regional de Investigación y Desarrollo Agroalimentario y Forestal de Castilla-La Mancha).



Todos estos proyectos han avalado que el Centro de Investigaciones Agropecuarias “El Dehesón del Encinar” haya sido galardonado con el premio ***Porc d’Or Especial a la Innovación 2021.***

Alianzas con otras asociaciones

Osborne sigue manteniendo sus alianzas con otras Asociaciones como entre otras:

ASOCIACIONES SECTORIALES

Espirituosos España y la Federación Española del Vino, asociaciones que defienden los intereses del sector de bebidas espirituosas y del sector vitivinícola respetivamente, de las cuales D. Ignacio Osborne ocupa su Presidencia, y D. Fernando Terry es miembro de la Comisión Ejecutiva.

AECERIBER (Asociación Española de Criadores de Cerdo Ibérico), asociación para la defensa de los intereses del sector del cerdo ibérico, en la que con la marca Cinco Jotas actuamos como Vicepresidente, además de ser miembros de la **Junta de IBERAICE, ASICI, ARAPOR o ANICE Huelva (Asociación Nacional de la Industria Cárnica Española)** o de la Denominación de Origen Jabugo.

Los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen de Jerez y Rioja, de los que formamos parte.

ASOCIACIONES MULTISECTORIALES

Círculo Fortuny, asociación dedicada a la promoción y puesta en valor de marcas españolas vinculadas al segmento del lujo, lo que permite poner en valor marcas como Cinco Jotas, la categoría de Vinos Viejos de Jerez (VORS y RARE) y el caviar Riofrío.

Foro de Marcas Renombradas, que pone en valor la gestión de Marcas Españolas y su internacionalización, ocupando D. Ignacio Osborne la Presidencia.

Federación Española del Lujo

ASOCIACIONES DE APOYO A LA EMPRESA FAMILIAR QUE DEFIENDE LOS INTERESES DE LA EMPRESA FAMILIAR Y PONE EN VALOR LA CONTRIBUCIÓN DE LAS MISMAS A LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

Asociación Andaluza de la Empresa Familiar (AAEF).

Instituto de la Empresa Familiar, de la que D. Ignacio Osborne, es miembro de la Junta Directiva.

UNIVERSIDADES Y CENTROS DE INNOVACIÓN PARA DISTINTOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA ACADÉMICA

Universidades de Huelva, Córdoba, Sevilla, Granada o Cádiz y Centros de Investigación como el CSIC (Centro Superior de Investigaciones Científicas) y el INIA (Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria).

San Telmo Business School, Escuela de Negocios que desarrolla actividades formativas a directivos.

ASOCIACIONES DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL

Fundación Princesa de Girona, siendo Osborne Patrono de la misma, Fundación entre cuyos objetivos está rescatar el talento de los más jóvenes facilitando su adecuada formación y premiando aquellas iniciativas más innovadoras.

Club de Directivos de la Fundación Cajasol, entidad que realiza proyectos de acción social, cultural, emprendimiento y formación.

Academia de Bellas Artes Santa Cecilia de El Puerto de Santa María que fomenta actividades culturales.

RESULTADOS MEDIOS 2021

Todas estas acciones, además de producir un impacto positivo en las comunidades a las que apoyamos, tienen un retorno a nivel comunicativo para la marca Osborne que medimos año tras año para detectar áreas de mejora en nuestra llegada y participación con las poblaciones en donde desarrollamos nuestras actividades, nuestros consumidores y los usuarios de nuestras redes; de forma que podamos mantener una comunicación bidireccional en la que trasladamos a la sociedad nuestros valores y principios, a la vez que escuchamos activamente sus expectativas y necesidades para darles la respuesta más eficaz:

7.013
Apariciones en medios
+34% RESPECTO A 2020

52.356.968€
Valor publicitario estimado
+47% RESPECTO A 2020

1.785.860.065
Impactos a espectadores (Audiencia)
-14% RESPECTO A 2020

Redes sociales

515 mil
Seguidores FB (todas las marcas)
+16% RESPECTO 2020

196 mil
Seguidores IG (todas las marcas)
+52% RESPECTO 2020

40 mil
Seguidores LinkedIn Osborne
+9% RESPECTO 2020

989 mil
Visualizaciones Osborne TV Channel (YouTube)

475 mil
(TBC) Usuarios únicos web corporativa al mes
+38% RESPECTO 2020

GOBIERNO



TEMAS MATERIALES

- **Gobierno Corporativo**
- **Ética empresarial**
- **Gestión de Riesgos**
- **Cumplimiento normativo y regulatorio**
- **Reputación y valor de marca**
- **Transparencia y comunicación**
- **Innovación y digitalización**

NUESTRO COMPROMISO

Nuestro modelo de Gobierno Corporativo, Gestión de Riesgos y Cumplimiento, los valores asociados a nuestra marca y la transparencia en nuestras acciones de comunicación y reporte son los pilares en los que basamos nuestro modelo de negocio justo y sostenible.

En este contexto, contamos con un sistema de compliance maduro garante de la vigilancia del comportamiento ético, la prevención penal de la compañía que incluye la gestión de riesgos y la supervisión del cumplimiento normativo.

Para medir nuestro progreso en esta materia de gobernanza, elaboramos e instauramos indicadores.

Para conseguir todo ello, trabajamos en la constitución de alianzas eficaces con los distintos grupos de interés, para poder alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, para lograr tecnologías y modelos de producción más sostenibles, gracias al aumento de la eficiencia en el uso de recursos y tecnologías.

ECONÓMICO



TEMAS MATERIALES

- **Diversificación e internacionalización**
- **Creación de valor para los accionistas**
- **Solidez financiera**

NUESTRO COMPROMISO

A través de nuestras prácticas como compañía procuramos un desarrollo económico sostenible de nuestro negocio, apoyando las metas marcadas por los ODS en materia de desarrollo tecnológico, sistemas de comercio multilateral universales y creación de alianzas estratégicas.

OSBORNE

1772