

2012

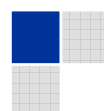
Informe de Gestión Intermedio

Enero - Junio



biosearch life

Biosearch S.A.
Camino de Purchil, 66
18004 Granada





INDICE

1. Biosearch, S.A.	3
2. Resultados del ejercicio	4
3. Detalle de la Cifra Neta de Negocio	5
4. Evolución de las líneas de Negocio	7
i. Omega 3	
ii. Extractos Naturales	
iii. Probióticos	
iv. Servicios	
5. Actividad investigadora	9
6. Personal	11
7. Calidad y Medio Ambiente	11
8. Riesgos	12

Passion for INNOVATION
Passion for LIFE
Innovation | Manufacturing | Quality



1. Biosearch, S.A.

La sociedad Biosearch, S.A. (en adelante, Biosearch) es un líder en biotecnología con vocación innovadora a nivel global. La Sociedad tiene presencia en el mercado nacional e internacional en los sectores farmacéutico, de nutrición y dietético, donde está presente con su propuesta de valor en servicios y en productos que giran en torno al concepto de vida saludable.

Biosearch diseña ingredientes bioactivos que permiten desarrollar medicamentos, complementos dietéticos y alimentos funcionales que incidan, entre otros, en la mejora de la salud cardiovascular, el control del peso, la salud articular, el desarrollo cognitivo, el sistema inmunológico o el envejecimiento celular.

Biosearch aporta soluciones completas a clientes de más de treinta países para quienes busca la máxima satisfacción con soluciones a medida y una sólida cartera de más de 200 productos agrupada en Lípidos, Probióticos y Extractos Naturales. La empresa es un referente internacional en la producción y comercialización de grasas funcionales (Omega 3), dispone de una cartera de cepas probióticas únicas en el mercado por su origen de leche materna, y ofrece una completa gama de extractos vegetales. Además, desde su creación, ha desarrollado numerosas patentes mundiales fruto de su labor de investigación.

Con estos elementos, Biosearch continúa implementando una estrategia de crecimiento rentable orientada a los productos de alto valor añadido, con la que pretende seguir avanzando en el mercado y desarrollando ingredientes que contribuyan a una vida saludable.

Después de un ejercicio 2011 especialmente duro por los efectos de un entorno económico muy complejo, el primer semestre del ejercicio 2012 confirma una evolución positiva ya avanzada con los resultados del primer trimestre. Con una situación en la que los mercados más desarrollados están estancados en términos de crecimiento, y en la que los recursos destinados a nuevos lanzamientos e inversiones por parte de los clientes naturales de Biosearch, se ven recortados, los resultados obtenidos hasta la fecha pueden considerarse muy satisfactorios.

Biosearch ha realizado un esfuerzo importante en aligerar su estructura, a la vez que ha reorientado sus recursos a los mercados geográficos más dinámicos, y ha acelerado la puesta en el mercado de nuevos productos. De esta manera, se ha minimizado los efectos de su exposición al mercado doméstico, donde el descenso del consumo se ha logrado compensar, y se ha conseguido capitalizar el potencial de los nuevos productos en nuevos mercados.

En este contexto, se sigue trabajando en el desarrollo de los proyectos más viables por la vía de la diferenciación y la innovación, mientras que se mantiene una dinámica de contención desde el punto de vista de la estructura de gastos con el fin de proteger al máximo la cuenta de resultados, sin perder de vista el mercado, y evitando, en la medida de lo posible, que cualquier plan de contingencia suponga hipotecar los proyectos en marcha que garanticen el crecimiento futuro.

2. Resultados del ejercicio

La sociedad Biosearch, S.A. ha alcanzado en el primer semestre del ejercicio 2012 una cifra neta de negocio de 8.927 miles de euros, lo que representa un crecimiento del 19,2 % con respecto al mismo período del año anterior.

El Ebitda generado ha sido de 1.272 miles de euros, cifra que supone un 14,2% sobre ventas y que, comparada con la cifra del año anterior para el mismo período, (1.018 miles de euros) representa un 25,0% de aumento.

El beneficio antes de impuestos muestra un valor de -379 miles de euros, que supone una mejora frente al año anterior de 114 miles de euros o de un 23,1%. El primer semestre de 2011 se cerró con un beneficio antes de impuestos de -493 miles de euros.

Tabla 2.1.

En Miles de Euros	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>Dif</u>	<u>% Var</u>
Ventas Netas	8.927	7.491	1.436	19,2%
EBITDA	1.272	1.018	254	25,0%
% s Ventas Netas	14,2%	13,6%		
EBIT	-116	-327	211	64,5%
% s Ventas Netas	-1,3%	-4,4%		
BAI	-379	-493	114	23,1%
% s Ventas Netas	-4,2%	-6,6%		
Circulante	8.007	7.088	919	13,0%
ROCE	-1,7	0,7		
Plantilla Media	122	117		
Endeudamiento Final	15.186	15.251	-65	-0,4%

La variación en términos absolutos de BAI supone una mejora de 2,4 puntos porcentuales sobre el valor de las ventas netas. El impacto positivo del mayor volumen de ventas, se ve sustancialmente absorbido por un efecto “product mix” negativo y por una sustancial disminución de los ingresos por subvenciones. La suma de gastos de personal y otros gastos de explotación se mantienen prácticamente a los niveles del ejercicio anterior.

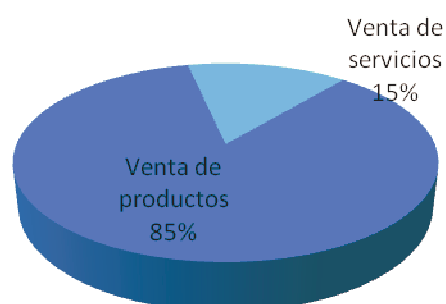
El valor del circulante aumenta un 13,0% como consecuencia del mayor volumen de ventas, mientras que el nivel de endeudamiento se reduce ligeramente hasta los 15.186 miles de euros.

3. Detalle de la Cifra Neta de Negocio

El análisis de la cifra de negocio total de Biosearch, revela la composición y el distinto comportamiento de la venta de productos y servicios:

- La venta de productos se sitúa en 7.629 miles de euros, frente a los 6.305 del mismo periodo del año anterior. Esta variación representa un notable crecimiento del 21,0%.
- La prestación de servicios de I+D y calidad muestra un aumento de ingresos del 9,4%.
- Esta evolución supone que, actualmente, el 85% de la cifra de negocio proviene de la venta de productos, ganando así peso relativo sobre la cifra total de negocio.

Tabla 3.1.



Miles de euros	2012	2011	Dif	% Var
Venta de productos	7.629	6.305	1.324	21,0%
Venta de servicios	1.298	1.186	112	9,4%
Total Cifra neta de negocio	8.927	7.491	1.436	19,2%

Desglosando por mercados los ingresos por venta de productos, la situación es la siguiente:

Tabla 3.3.

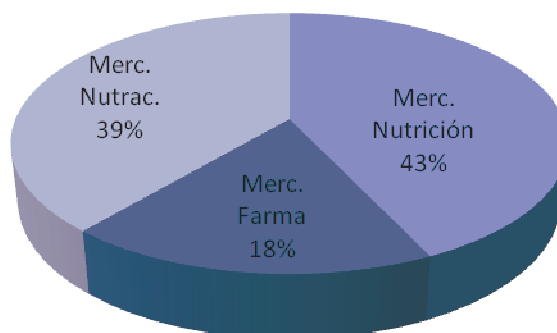
Miles de euros	2012	2011	Dif	% Var
Mercado de Nutrición	3.280	2.838	442	15,6%
Mercado Farmacéutico	1.388	859	529	61,6%
Mercado Nutracéutico	2.961	2.608	353	13,5%
Total ventas de productos	7.629	6.305	1.324	21,0%

Los tres mercados han sido generadores de crecimiento, y en los tres se han conseguido tasas positivas de doble dígito, que confirman una tendencia generalizada en la dirección marcada con

fuerte orientación al mercado internacional y los nuevos productos lanzados a lo largo de los últimos meses.

En el mercado de Nutrición, el continuo avance de nuevos proyectos con nuevos clientes en el ámbito de la línea de Lípidos se materializa con un aumento de la cifra de negocio para este mercado de un 15,6%, con lo que se alcanza un nivel de ventas de 3.280 miles de euros. Estos proyectos, basados en Omega 3 orientados tanto a salud cardiovascular como a deterioro cognitivo, están vinculados a lanzamientos de nuevos productos en mercados de gran potencial, por lo que se espera un impacto sostenido en el tiempo.

El mercado Farmacéutico muestra un fuerte avance en su conjunto, a pesar de una clara desaceleración en el mercado doméstico, marcada tanto por la situación económica general como por los continuos cambios regulatorios que sacuden al sector. Esta situación se está compensando con creces en otros territorios gracias a la contribución de los nuevos productos, especialmente en Corea y Australia. También es de destacar la contribución del mercado británico, donde una vez pasada la resaca de los cambios regulatorios, se está recuperando cierto dinamismo. El resultado es un importante crecimiento de un 61,6% en este primer semestre, hasta alcanzar los 1.388 miles de euros.

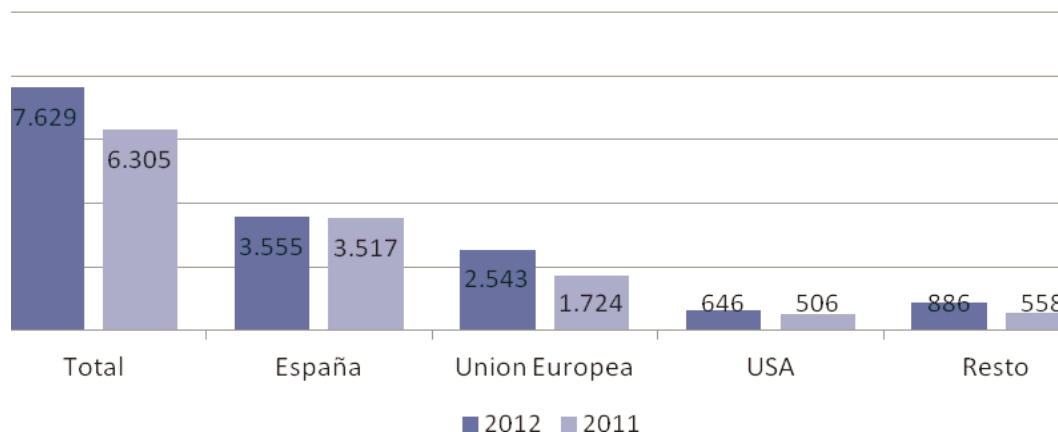


El mercado Nutraceutico refleja una situación parecida, con un buen crecimiento en el conjunto hasta alcanzar una cifra de negocio de 2.961 miles de euros. Esta cifra supone un incremento del 13,5% comparada con los 2.608 miles de euros obtenidos en el mismo periodo del año anterior, pero el análisis por mercados geográficos vuelve otra vez a mostrar una situación de deterioro en el mercado español muy ligada a la caída generalizada del consumo, y una situación más positiva a nivel internacional, que equilibra la balanza global con un crecimiento de doble dígito. Los mercados de Europa del Este siguen impulsando el crecimiento, acompañados por una positiva evolución en Estados Unidos. A la vez, las nuevas actividades comerciales iniciadas en el último trimestre en el mercado asiático, van materializándose de forma progresiva y contribuyendo al crecimiento con nuevos clientes.

Por mercados geográficos, el siguiente gráfico muestra la evolución anual de las ventas de producto:

Ventas por área geográfica

Miles de Euros



La venta de productos en el mercado español se mantiene estable, con una ligera variación positiva del 1,1%. Así pues, el crecimiento proviene casi en su totalidad de los mercados internacionales, donde en valor absoluto destacan los mercados europeos, con un significativo avance del 47,5%. En términos relativos, destaca el crecimiento del 58,6% obtenido por la venta de productos en otros mercados como Latinoamérica y Asia. La cifra de negocio para el mercado de EEUU también muestra una evolución muy positiva con un 27,7% de aumento. En definitiva, estas cifras son indicativas del éxito que se está cosechando como resultado de poner el énfasis comercial en el mercado internacional para compensar la actual debilidad del mercado doméstico.

4. Evolución de las líneas de negocio

i. Omega 3

Las ventas de productos de Omega 3 alcanzaron los 2.436 miles de euros, cifra que representa un crecimiento del 28,1 % frente a las ventas del primer semestre del año anterior.

Esta magnífica evolución de los productos de Omega 3, está directamente relacionada con dos factores: por un lado, la tendencia de continuo crecimiento del mercado global de ingredientes basados en Omega 3, que se estima superior al doble dígito, y por otro, el éxito consistentemente obtenido con nuevos clientes asociado a nuevos lanzamientos, tal y como se anticipaba en el último trimestre del año pasado. En este sentido, se pone de manifiesto una vez más la excelente posición de liderazgo de nuestros productos gracias a su imbatible calidad y el know-how aportado en la incorporación del ingrediente a las distintas matrices alimentarias.

Por otro lado, se está empezando a materializar el potencial del Grupo Lactalis, a la vez que los nuevos productos Omega 3 de Biosearch, están acelerando su introducción en los mercados farmacéutico y nutracéutico.

ii. Extractos naturales

La línea de Extractos ha contribuido con una cifra de negocio de 4.536 miles de euros, que supone un crecimiento del 20,6% comparado con la cifra alcanzada durante la primera mitad de 2011. Tal y como se esperaba, se ha conseguido un punto de inflexión que marca un importante cambio en la tendencia del negocio de extractos.

La situación actual está marcada por la introducción de los nuevos productos, que en este período han contribuido de manera notable a la cifra de crecimiento, en la medida que su demanda ha estado asociada a la etapa de lanzamiento por parte de nuestros clientes. Este es el caso de Carositol®, cuyo lanzamiento en Corea ha tenido lugar en estos primeros meses del año. Carositol® es uno de los nuevos productos desarrollado y producido en la planta de Peñafiel (Valladolid), y que en diferentes estudios clínicos se ha mostrado eficaz en el control de la glucosa en sangre. Por esta actividad, el producto está posicionado como una buena alternativa al tratamiento preventivo de la diabetes tipo II.

En paralelo, se sigue avanzando a nivel comercial con Ursolia®, extracto rico en ácido ursólico con propiedades antiinflamatorias, respaldado por diversas publicaciones, que se ha mostrado especialmente eficaz para las infecciones del tracto urinario, por su efecto sinérgico con el arándano rojo. Este producto se comercializó inicialmente en el mercado español, y recientemente ha sido introducido en otros países con clientes del mercado farmacéutico.

También en el mercado Farmacéutico, algunos de los procesos de autorización pendientes con las autoridades regulatorias locales tanto en España como en otros países europeos, se han resuelto finalmente con éxito, con lo que se ha iniciado su comercialización como ingredientes de algunas especialidades farmacéuticas publicitarias.

iii. Probióticos

Los ingresos por ventas de Probióticos en el primer semestre han alcanzado la cifra de 657 miles de euros, que en relación a los 642 miles de euros correspondientes al mismo período del año anterior, suponen un crecimiento del 2,3%.

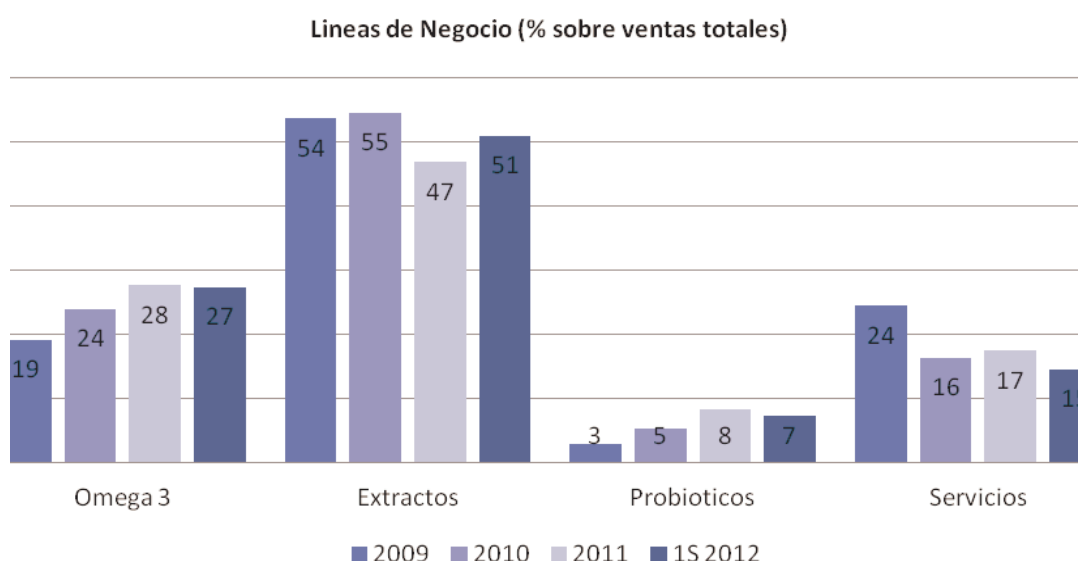
Esta situación de crecimiento moderado, se estima coyuntural, puesto que no recoge todavía el efecto de los acuerdos alcanzados recientemente relacionados con Hereditum® asociados a la mastitis humana. Los productos asociados a estos proyectos están actualmente en fase de pre-lanzamiento, lo que implica, entre otras actividades, completar las fases de registro del producto.

Se sigue trabajando en el desarrollo y escalado de otras cepas probióticas para ampliar la oferta, así como en el desarrollo clínico de las mismas en diversas aplicaciones. Desde el ámbito comercial, se está avanzando en distintas negociaciones abiertas con varias compañías para su lanzamiento en otros mercados.

iv. Servicios

Dentro del capítulo de servicios, se continúa trabajando para sociedades pertenecientes al Grupo Lactalis, como Lactalis Puleva, S.L. y en menor medida, para algunas empresas del Grupo Ebro Foods, S.A. en las áreas de calidad e investigación, en el desarrollo de tecnología, productos y procesos, así como en la evaluación nutricional de productos del ámbito lácteo. Además, se sigue explotando la oportunidad de ofrecer las capacidades técnicas de Biosearch al mercado, comercializándose así servicios de desarrollo y analíticos a distintos clientes.

Estas actividades han generado ingresos por servicios prestados por un importe de 1.298 miles de euros. Esta cifra es un 9,4 % superior a los ingresos obtenidos durante el primer semestre del pasado año 2011 por estos conceptos, que alcanzaron los 1.186 miles de euros.



5. Actividad investigadora

Biosearch continúa desarrollando una importante actividad en el ámbito de I+D+i con el fin de alimentar el flujo de nuevos productos y su futura puesta en el mercado. En este sentido, recientemente ha integrado buena parte de su esfuerzo investigador en el marco de varios proyectos:

Proyecto POSTBIO

El proyecto Postbio titulado “Nuevas aplicaciones de cepas probióticas y de compuestos derivados con actividad biológica”, nace en el año 2011 como una continuidad a la investigación realizada por la compañía en la línea de probióticos. El objetivo general de este proyecto está centrado en ampliar el potencial de aplicación de los microorganismos probióticos en general y en particular de las cepas desarrolladas por Biosearch.

En el año 2011, la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía resolvió favorablemente la concesión de un incentivo a fondo perdido para la ejecución de dicho proyecto, al amparo de la Orden de la Consejería de innovación, Ciencia y Empresa de 9 de diciembre de 2008, por la que se establecía un programa de incentivos para el fomento de la innovación y el desarrollo empresarial en Andalucía.

El proyecto tendrá una duración aproximada de 3 años y la inversión total se estima en 2,7 millones de euros, distribuidos en gastos de personal, materiales y colaboraciones externas principalmente. Para el desarrollo de este proyecto, se contará con la colaboración de cinco grupos de investigación especializados, con los que se llevarán a cabo diferentes estudios encaminados a la validación biológica y evaluación de las cepas probióticas desarrolladas por Biosearch.

Se espera que los resultados del proyecto impulsarán la utilización de probióticos en el tratamiento o prevención de enfermedades o trastornos de la salud en los que su aplicación es aún inexistente o poco significativa y también permitirá su utilización en complementos de la dieta y en alimentos que no deban mantenerse refrigerados, algo que están demandando diferentes sectores de la alimentación y que incrementará las opciones del consumidor final a la hora de elegir la fuente de probióticos más afín a sus gustos personales.

Proyecto INCOMES

También en 2011, Biosearch apostó por su participación en el programa de ayudas INNPRONTA, destinado a fomentar la cooperación estable público-privada en investigación y desarrollo (I+D), en áreas de importancia estratégica para el desarrollo de la economía española.

El proyecto “Guía para la sustanciación de Declaraciones de Salud en Alimentos: Funciones inmune, cognitiva y síndrome metabólico (INCOMES)”, formado por 10 empresas españolas del sector alimentario y biotecnológico, y representado por La Morella Nuts, S.A., ha sido valorado favorablemente a finales del año 2011 por el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) para la concesión de una ayuda al amparo de la Orden CIN/1865/2011, de 22 de junio, por la que se establecen las bases reguladoras.

El objetivo principal de este proyecto, de 4 años de duración, y es el desarrollo de una metodología estandarizada para la validación científica de alimentos/ingredientes con características saludables/funcionales que permita el establecimiento de alegaciones de salud (HEALTH CLAIMS). La inversión total se estima en 1,2 millones de euros para los cuatro años.

En el marco de este proyecto, Biosearch centrará sus investigaciones en dotar, a determinados ingredientes de su cartera, de los datos de caracterización, mecanismos de acción y de eficacia clínica requeridos por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) para autorizar alegaciones de salud.

Proyecto EXTRACTOS

En el ámbito de investigación de los extractos vegetales, Biosearch tiene como objetivo para los próximos años el desarrollo de una nueva generación de extractos vegetales a través de la aplicación de diferentes estrategias tecnológicas que permitan el desarrollo de extractos más

eficaces y con un potencial campo de aplicación más amplio, como consecuencia de las mejoras introducidas en relación a la estabilidad, funcionalidad y biodisponibilidad de los compuestos activos presentes en ellos.

Estos extractos naturales podrían dar lugar a nuevos ingredientes con aplicación en la formulación de alimentos funcionales saludables, de diferente naturaleza, y/o a complementos nutricionales, destinados a la mejora de la salud.

Actualmente la sociedad está evaluando distintas alternativas para obtener ~~otras~~ ayudas e incentivos que contribuyan a conseguir los objetivos indicados anteriormente en el ámbito de los extractos vegetales.

6. Personal

A lo largo de la primera mitad del ejercicio 2012, la Sociedad ha contado con una plantilla media cualificada de 122 personas frente a las 117 que conformaban la organización el año anterior después de los primeros seis meses. Este aumento en la plantilla media es coyuntural, y está estrechamente ligado al proceso de escalado industrial de algunos productos fabricados en la planta de Peñafiel, así como a una mayor demanda de servicios analíticos por parte de terceros, que ha requerido un refuerzo temporal durante esta primera parte del año. A pesar de esta situación coyuntural, se ha conseguido mantener la masa salarial de la compañía con respecto al año anterior.

Biosearch tiene implantado un sistema de retribución variable para el personal clave en función de unos objetivos determinados en base al puesto de trabajo, lo que supone una mayor implicación del personal en el día a día de la actividad y un mecanismo para alinear y orientar la organización hacia los resultados de la compañía.

7. Calidad y Medio Ambiente

Actualmente, Biosearch dispone de las certificaciones de sus sistemas de gestión de seguridad alimentaria (conforme a ISO 22000) y de calidad (conforme a ISO 9001) para las actividades llevadas a cabo en sus fábricas de Granada y Talayuela (Cáceres), así como en su oficina comercial de Madrid, concedidos ambos por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) a finales del ejercicio 2011.

El alcance de dichas certificaciones incluye aquellos procesos relacionados con la producción y distribución de aceites omega-3, bacterias probióticas y extractos herbales.

La aplicación del estándar ISO 22000:2005 garantiza que una organización que pertenece a la cadena alimentaria tiene la capacidad de controlar todos los peligros que pudieran afectar la inocuidad de los alimentos.

A través de la aplicación del estándar ISO 9001:2008 la organización demuestra su capacidad para proporcionar de forma coherente productos que satisfacen los requisitos de sus clientes y los reglamentarios aplicables.

La obtención de estas certificaciones otorgadas por AENOR, no solo reconoce el compromiso de la compañía con la calidad y la seguridad alimentaria sino que además, refuerza los objetivos de mejora continua establecidos por la organización.

Estas certificaciones han sido punto de partida para otros sistemas de gestión que la Sociedad está actualmente implantando, basados tanto en las Normas de Correcta fabricación (conforme a la guía ICH Q7A) como en la norma ISO 17025 para sus laboratorios de análisis.

Biosearch cuenta con una política global de gestión de residuos tanto a nivel industrial como para la actividad de investigación y desarrollo, entre otras cosas, con el objetivo de minorar la emisión de los mismos.

En esta línea se sigue trabajando en el plan de mejora continua medioambiental en la planta de producción de Talayuela. En las instalaciones que la Sociedad tiene en Granada, se realiza la gestión medioambiental por dos vías de actuación, una, mediante la transferencia de diversos residuos, principalmente plástico, disolventes y vidrio a un gestor externo, y otra, mediante el reciclaje de materiales como papel y cartón, entre otros.

La compañía cuenta con medios para la gestión de residuos originados tanto por la actividad industrial y como por la de investigación y desarrollo. Dispone de un almacén cerrado y aislado para el depósito de disolventes y reactivos, lo que reduce de manera importante el riesgo de contaminación en el caso de existir algún derrame accidental.

8. Riesgos

Respecto a los principales riesgos e incertidumbres que se esperan para el resto del ejercicio 2012, son los inherentes a la actividad desarrollada por Biosearch y ninguno se considera de especial relevancia.