

2014

Informe de Gestión Intermedio

Enero - Diciembre



biosearch life



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	10
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 llevar a cabo un esfuerzo por aligerar la estructura para afrontar un entorno adverso que se ha prolongado durante varios ejercicios, Biosearch ha mantenido una intensa actividad comercial orientada a los mercados internacionales, y al lanzamiento de nuevos productos. La evolución registrada hasta la fecha puede considerarse satisfactoria, pues se ha reducido la exposición al mercado español, minimizando el impacto de la caída generalizada del consumo, a la vez se ha logrado una mejora de márgenes asociada al lanzamiento de nuevos productos y a la puesta en marcha de planes de acción en busca de una mejora de la productividad. Si bien, el primer semestre del ejercicio 2014 mostró una desaceleración en la cifra de ingresos y en resultados, la segunda mitad del ejercicio ha respondido a las expectativas de crecimiento acelerado y ha permitido superar los resultados con respecto al año anterior.

Igualmente, se sigue trabajando en el desarrollo y selección de los proyectos más viables por la vía de la diferenciación y la innovación, en un escenario donde la pérdida de ingresos por subvenciones se mantiene, penalizando el importe neto de los gastos de explotación de la compañía. A pesar de este efecto, el empeño en mantener la inversión en los proyectos clave está dando los frutos esperados, y después de un coyuntural estancamiento, han tenido y seguirán teniendo su reflejo en un aumento de la cifra neta de negocio generada por la venta de productos.

2. Resultados del ejercicio

La sociedad Biosearch, S.A. ha alcanzado en el ejercicio 2014 una cifra neta de negocio de 17.427 miles de euros, lo que supone un crecimiento del 1,0% comparada con la correspondiente al año anterior (17.246 miles de euros).

El Ebitda generado ha sido de 3.235 miles de euros, que representa un aumento del 2,0% con respecto a los 3.171 miles de euros alcanzados en el ejercicio 2013. Esta progresión implica también una mejora del Ebitda en términos de margen sobre la cifra de ventas, que pasa de un 18,4% a un 18,6% en este ejercicio.

El beneficio antes de impuestos pasa así a ser positivo, y muestra un valor de 75 miles de euros (0,4% sobre la cifra de ventas), con lo que se materializa una mejora de un 141,9% frente a las pérdidas de -179 miles de euros correspondientes al ejercicio anterior.

Tabla 2.1.

En Miles de Euros	2014	2013	Dif	% Var
Ventas Netas	17.427	17.246	181	1,0%
EBITDA	3.235	3.171	64	2,0%
% s Ventas Netas	18,6%	18,4%		
EBIT	872	515	357	69,3%
% s Ventas Netas	5,0%	3,0%		
BAI	75	-179	254	141,9%
% s Ventas Netas	0,4%	-1,0%		
NWC	4.948	4.861	87	1,8%
ROCE	3,8	2,8		
Plantilla Media	117	112		
Endeudamiento Final	10.381	12.310	-1.929	-15,7%

La variación en términos absolutos de EBITDA supone un aumento de 0,2 puntos porcentuales sobre el valor de las ventas netas, que tiene su origen principal en un mejor mix de producto que ha permitido contrarrestar el menor volumen de ingresos por ventas de servicios y la reducción de los ingresos operativos ligados a subvenciones.

El BAI, que abandona ya los números rojos, se incrementa en 254 miles de euros a pesar de recoger un aumento de los gastos financieros por valor de 13 miles de euros. El esfuerzo orientado hacia el objetivo de generación de caja sigue dando resultados, y si bien el Net Working Capital refleja un ligero aumento de 87 miles de euros, fruto de un aumento puntual de los inventarios se siguen optimizando los plazos reales de pagos y cobros. En paralelo, y en consecuencia, se ha conseguido una reducción de la deuda de 1.929 miles de euros hasta los 10.381 miles de euros. Esto supone reducir la relación Deuda/Ebitda de 3,9 a 3,2 en 2014.

En el último trimestre del ejercicio 2013, Biosearch culminó un proceso de refinanciación de la totalidad de su deuda financiera. El importe del principal de la deuda refinanciada ascendió al 80,8% del endeudamiento bancario total, que en esa fecha ascendía a 12.976 miles de euros. El proceso permitió un diseño óptimo de la estructura de la deuda bancaria. Así pues, el importe total de los préstamos a largo plazo quedó en 10.538 miles de euros, con vencimiento a cinco años, mientras que el de pólizas de crédito ascendió a 2.438 miles de euros, con renovaciones anuales garantizadas por un mínimo de tres años.

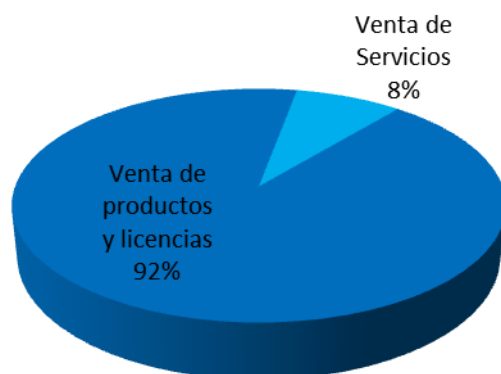
La refinanciación supuso ampliar significativamente el calendario de amortización de la financiación actual, adecuando el mismo a las capacidades financieras de la sociedad y permitiendo a ésta afrontar los siguientes ejercicios con la estructura financiera adecuada para el desarrollo de su actividad. En el ejercicio 2014, se ha amortizado deuda correspondiente a préstamos bancarios por 1.408 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 15.548 miles de euros, frente a los 15.365 correspondientes al ejercicio anterior. Esto representa una variación de un 1.2%
- La prestación de servicios de I+D y calidad muestra una disminución de ingresos del -17,4%.
- Se han generado ingresos por nuevos contratos de licencia asociados al suministro de productos por valor de 450 miles de euros.
- Esta evolución supone que la cifra de negocio que proviene de la venta de servicios se ve reducida hasta un 8% desde el 10% correspondiente a 2013.

Tabla 3.1.



Miles de euros	2014	2013	Dif	% Var
Venta de productos	15.548	15.365	183	1,2%
Venta de Licencias de productos	450	150	300	200,0%
Venta de servicios	1.429	1.731	-302	-17,4%
Total Cifra neta de negocio	17.427	17.246	181	1,0%

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

Tabla 3.3.

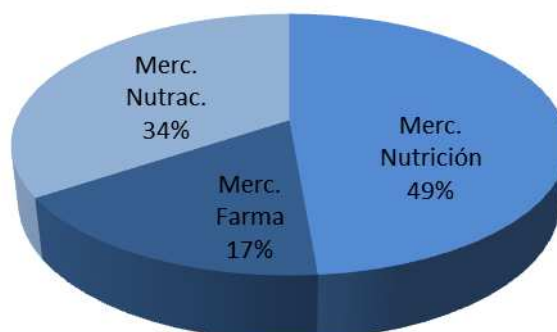
Miles de euros	2014	2013	Dif	% Var
Merc. Nutrición	7.562	6.664	898	13,5%
Merc. Farma	2.650	3.517	-867	-24,6%
Merc. Nutrac.	5.336	5.184	152	2,9%
Total ventas de productos	15.548	15.365	183	1,2%

El análisis por mercado revela que tanto el mercado de Nutrición como el Nutracéutico se comportan positivamente, con tasas de crecimiento del 13.5% y 2.9% respectivamente. Para el mercado Farmacéutico, cuya cifra de negocio decrece un -24.6% hasta los 2.650 miles de euros, el análisis comparativo está condicionado por el impacto del lanzamiento el pasado año del producto Caronositol® (D-chiroinositol), extracto natural indicado para mejorar los síntomas del Síndrome de Ovario Poliquístico. Mientras se han adecuado niveles de stock y están por materializarse los nuevos lanzamientos previstos asociados a este producto, se ha experimentado una desaceleración en la cifra de ingresos que ha afectado de manera importante al análisis comparativo de 2014 con el ejercicio anterior.

En el mercado de Nutrición, la evolución de la línea de probióticos es el principal motor del crecimiento, que mantiene su positiva tendencia gracias a los productos destinados al área de la nutrición infantil, que son el catalizador de un 22% de aumento en la cifra de negocio. También contribuyen positivamente los nuevos proyectos de Omega 3 orientados tanto a salud cardiovascular como a deterioro cognitivo, que experimentan una progresión del 11%. La línea de extractos ha experimentado una contracción de un 6% para los mercados de Nutrición.

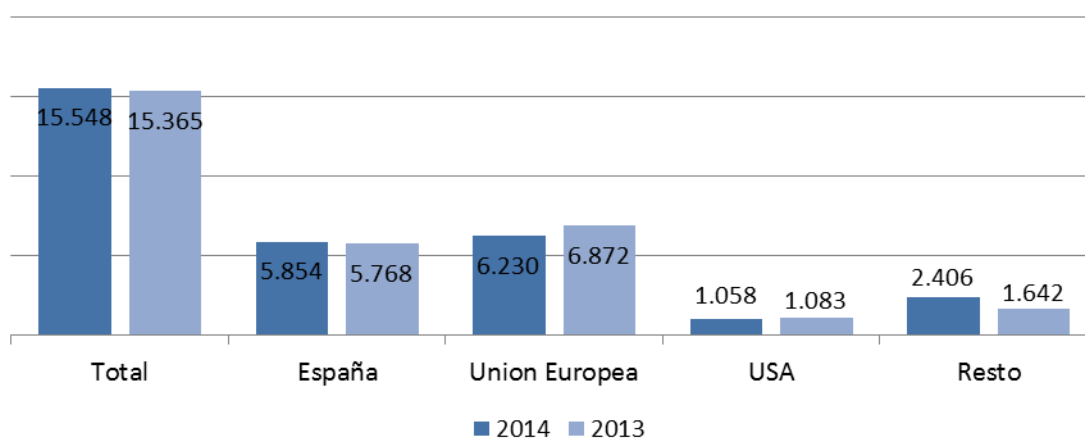
El mercado Nutracéutico sigue consolidando su recuperación gracias al crecimiento en los mercados internacionales que avanzan un 8%, y que compensan el deterioro del mercado doméstico donde la presión por los precios y la caída del consumo siguen haciendo sentir su efecto.

En el mercado Farmacéutico, cabe destacar la positiva contribución de los lanzamientos que han tenido lugar durante el ejercicio 2014 basados en la gama Hereditum® de probióticos para su aplicación en la mastitis humana.



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

Ventas por área geográfica
Miles de Euros



4. Evolución de las líneas de negocio

i. Omega 3

Las ventas de productos de Omega 3 alcanzaron los 4.923 miles de euros, cifra que representa un crecimiento del 5,5 % frente a las del año anterior.

Esta evolución de los productos Omega 3, confirma los signos de recuperación del mercado doméstico ya detectados a finales del pasado ejercicio. Del total de ventas de esta línea de negocio,

un 70% proviene actualmente del mercado español, que ha ido recuperando terreno progresivamente, hasta finalizar el año con un crecimiento del 3,3%; mientras que del negocio de productos Omega 3 en los mercados internacionales, el mercado de Nutrición mantiene su positiva y notable progresión con un avance del 24,2%. La pérdida de un proyecto en el mercado farmacéutico rebaja la evolución del total de esta línea hasta la mencionada tasa de crecimiento del 5,5%.

Biosearch mantiene su confianza en un sostenido crecimiento en base a dos factores: por un lado, la tendencia del mercado global de ingredientes basados en Omega 3, cuya tasa de crecimiento se cifra por encima del doble dígito, y por otro, el éxito consistentemente obtenido con nuevos clientes asociado a nuevos lanzamientos. 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, que permitirá a la compañía seguir creciendo en los mercados internacionales, tanto en los mercados de Nutrición, como en el Nutracéutico y Farmacéutico.

ii. Extractos naturales

La línea de Extractos ha contribuido con una cifra de negocio de 7.799 miles de euros, que en relación a la cifra alcanzada durante 2013 supone una variación negativa de un -10,0%.

Esta situación está marcada por el anteriormente mencionado impacto del lanzamiento de Caronositol® que tuvo lugar el año pasado, un producto purificado a partir de la algarroba, y que en diferentes estudios clínicos se ha mostrado eficaz en el tratamiento de los síntomas asociados al Síndrome de Ovario Poliquístico. Actualmente, tanto la producción como el suministro de este producto están a la espera del arranque de diversos proyectos que están en proceso previo al lanzamiento y por tanto no han aportado todavía la esperada continuidad al negocio generado en el pasado ejercicio.

Se continúa también 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.

iii. Probióticos

Los ingresos por ventas de Probióticos en términos acumulados han alcanzado en este ejercicio la cifra de 2.825 miles de euros, que en relación a los 2.036 miles de euros correspondientes al año anterior, experimentan un crecimiento del 38,7%.

El principal impulsor de este crecimiento sigue siendo el área de nutrición infantil, que continúa experimentando un crecimiento continuado de doble dígito. Desde el año pasado se ha estado suministrando la gama Hereditum® a distintas compañías del Grupo Lactalis, que han incorporado estas cepas en productos de nutrición infantil en diversos países donde disfrutaban ya de una posición relevante en el mercado.

Además es relevante también la contribución del mercado farmacéutico donde el lanzamiento del producto orientado a la mastitis humana está teniendo una evolución muy satisfactoria en el mercado doméstico. Los lanzamientos que han tenido lugar en la segunda mitad del año en otros países del entorno europeo han estado contribuyendo a mejorar aún más la posición en aplicaciones farmacéuticas.

El mercado de los probióticos a nivel global sigue mostrando una sólida tendencia, con tasas esperadas de crecimiento superiores al 20% anual. Actualmente este negocio se concentra en alimentación funcional, principalmente en yogures, y su evolución está siendo limitada en los países europeos por el rechazo sistemático del regulador a las solicitudes de alegaciones saludables (Health Claims) que permitan comunicar los beneficios de las cepas probióticas. En este contexto, Biosearch está teniendo éxito a base de orientar sus aplicaciones hacia la nutrición infantil y el mercado farmacéutico, donde la fortaleza de la base científica que acompaña a sus cepas es tremendamente importante en canales donde la comunicación hacia el prescriptor es la clave, a diferencia de los mercados orientados al consumo, donde el papel de un Health Claim es crítico.

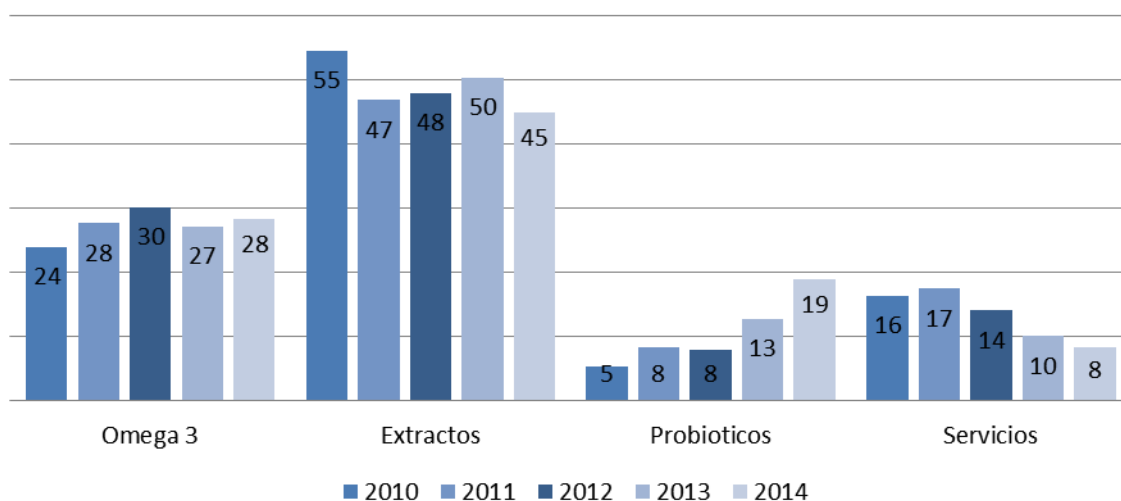
Independientemente de esta situación, Biosearch sigue trabajando para presentar solicitudes de Health Claims con las garantías suficientes para tener éxito y acceder así a los mercados de gran consumo de forma privilegiada. Además, se está avanzando con éxito en introducir las cepas Hereditum® en otros mercados internacionales que no están afectados por estas limitaciones regulatorias.

iv. Servicios

Dentro del capítulo de servicios, se continúa trabajando para empresas del Grupo Lactalis 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 siguen capitalizando las capacidades técnicas de Biosearch mediante su oferta al mercado, comercializándose así servicios de desarrollo y analíticos a distintos clientes.

Estas actividades han generado ingresos por servicios prestados por un importe de 1.429 miles de euros. Esta cifra es un 17,4 % inferior a los ingresos obtenidos durante el año 2013 por estos conceptos, que alcanzaron los 1.731 miles de euros, debido a una reducción de la demanda por parte del Grupo Lactalis.

Lineas de Negocio (% sobre ventas totales)



(*) Los datos correspondientes a Probióticos incluyen los ingresos por Licencias vinculadas a contratos de suministro de producto.

5. Actividad investigadora

Biosearch continúa desarrollando una importante actividad en el ámbito de I+D+i integrando 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”, ha tenido una duración de 3 años, iniciado en el ejercicio 2011, con una inversión total de 2,7 millones de euros. La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía resolvió favorablemente la concesión de un incentivo a fondo perdido para su ejecución.

El balance final del proyecto ha sido muy positivo, pues por un lado, ha permitido dotar de más soporte científico a las cepas Hereditum y por otro, obtener nuevas aplicaciones probióticas y cepas con características funcionales y tecnológicas novedosas que se han materializado en nuevas solicitudes de patente.

Proyecto INCOMES

El proyecto INCOMES “Guía para la sustanciación de Declaraciones de Salud en Alimentos: Funciones inmune, cognitiva y síndrome metabólico”, con una duración de 4 años (2011-2014) ha supuesto una inversión total de 1,2 millones de euros.

El proyecto, en el que han participado 10 empresas del sector alimentario y biotecnológico, fue objeto de una concesión de ayuda del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI).

El objetivo principal de la compañía a través de este proyecto, ha sido dotar a ciertos ingredientes, del soporte técnico y científico requerido por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) para autorizar alegaciones de salud (HEALTH CLAIMS).

Proyecto ATENA.

En el ejercicio 2013, el CDTI concedió una subvención al proyecto ATENA “El aceite de oliva y otras grasas saludables. Aplicaciones tecnológicas para su transformación en productos de alto valor añadido”. El proyecto, con una inversión total de 860 miles de euros, se ha llevado a cabo entre 2013 y 2014, mediante un consorcio de 5 empresas del sector agroalimentario y biotecnológico, ha sido liderado por Biosearch.

El objetivo de Biosearch en el proyecto, ha sido mejorar sus líneas de aceites y extractos vegetales a través de la aplicación de novedosas tecnologías que permiten desarrollar productos más estables y eficaces.

6. Personal

A lo largo del ejercicio 2014, Biosearch, ha contado con una plantilla media cualificada de 117 personas frente a la media de 112 correspondiente al mismo período del año anterior. Este aumento tiene su origen fundamentalmente en la internalización de diversas funciones del área administrativo-financiera que se llevó a cabo durante el tercer trimestre del año pasado. De esta manera, el personal actualmente integrante de éste área no formaba parte de la plantilla de la sociedad durante la primera mitad del pasado ejercicio.

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. Este planteamiento se ha ido extendiendo progresivamente a la práctica totalidad de la organización para reforzar aún más la vinculación de los recursos humanos con el éxito en la consecución de los resultados perseguidos.

7. Calidad y Medio Ambiente

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).

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 sólo 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.

Además, Biosearch cuenta con la certificación ISO 17025, acreditación otorgada por ENAC (Entidad Nacional de Acreditación). Esta acreditación, responde a una normativa internacional desarrollada por ISO (International Organization for Standardization) en la que se establecen los requisitos que deben cumplir los laboratorios de ensayo y calibración.

La acreditación de laboratorios conduce a asegurar la competencia técnica y proveer resultados técnicamente válidos. Esto representa un valor añadido para nuestros clientes y un elemento diferencial en la medida que ofrece una garantía adicional respecto a los resultados analíticos correspondientes a los productos y servicios que comercializa la compañía.

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 ejercicio 2015, son los inherentes a la actividad desarrollada por Biosearch, S.A. y ninguno se considera de especial relevancia.