



natraceutical

memoria anual 2002

04
carta del presidente

09
información de la sociedad

10
datos significativos del ejercicio

12
evolución de los negocios y la situación de la sociedad

15
acontecimientos posteriores al cierre del ejercicio

16
evolución previsible de la sociedad

18
mercado de valores

20
investigación y desarrollo

21
mercados en los que opera la compañía

22
fabricación. análisis por líneas de actividad

24
evolución de las filiales y participadas

25
inversiones industriales

26
política de calidad

28
medio ambiente

30
recursos humanos

32
órganos de gobierno

37
informe de auditoría y cuentas anuales consolidadas 2002

38
informe de auditoría

40
balance de situación consolidado

41
cuenta de pérdidas y ganancias consolidada

43
memoria consolidada

77
informe de gestión

carta del presidente



Vicente Domínguez
Presidente de Natraceutical



Estimados accionistas:

Es para mí una satisfacción dirigirme a todos ustedes e invitarles a que conozcan, a lo largo de estas páginas, los hechos más relevantes acontecidos en la reciente trayectoria de Natraceutical y compartir con ustedes nuestra visión de futuro.

En este primer Informe Anual pretendemos transmitir conceptos claros y destacar su realidad, plenamente contrastada. Estamos ante una compañía que desarrolla su actividad en el campo de la biotecnología, internacionalizada, surgida del grupo Natra –que celebra este año su 60 aniversario–, que le ha transferido su *know how*.

Natraceutical constituye uno de los principales ejes estratégicos del Grupo Natra, que en los últimos años adoptó la decisión de reorganizar sus líneas de negocio y aglutinar en Natraceutical todos los activos y recursos ligados a la elaboración de extractos naturales y productos nutracéuticos, así como la actividad de I+D+i de las distintas compañías del Grupo, para avanzar decididamente en el campo de la elaboración de principios activos e ingredientes para los sectores de alimentación funcional, cosmética y farmacia.

Con el fin de facilitar su expansión y permitir la participación en el crecimiento futuro de aquellos inversores atraídos por el potencial y el componente innovador de esta nueva realidad, Natraceutical acude al mercado de capitales el 29 de noviembre de 2002.

Esta operación se realiza desde la confianza que otorga una gran experiencia en procesos extractivos, un buen conocimiento del producto y una importante cartera de clientes, así como el entendimiento profundo de sus necesidades y la colaboración directa con ellos en la integración a su producto final. En definitiva, desde una estrategia claramente definida, el convencimiento de estar eligiendo el camino adecuado y la seguridad de poder llevar a cabo el plan de negocio trazado, que respalda la evolución futura y su rentabilidad.

Sin perder de vista la lealtad de aquellos accionistas, sin duda muchos de ustedes, que han participado en la vida y crecimiento del Grupo Natra, y con el fin de generar valor para todos ellos, el debut bursátil se realiza mediante el sistema de *listing*, para lo cual la matriz distribuyó previamente como dividendo en especie una acción de Natraceutical por cada acción de Natra, el pasado mes de octubre. El altísimo interés de los inversores ha quedado patente por el elevado número de valores intercambiados, que a cierre del año ascendían a 21 millones de títulos –en apenas un mes– permitiendo la entrada de Natraceutical (NTC) en el Índice General de la Bolsa de Madrid.

Los resultados presentados hasta ahora, así como los activos que más adelante detallaré, la convierten en un proyecto ya consolidado, tanto en nuestro país como a escala internacional, dentro de un mercado con elevado potencial de crecimiento.

Natraceutical elabora productos que se incorporan a alimentos de consumo diario cuyo uso continuado ayuda a prevenir enfermedades, lo que supone un valor añadido que genera beneficios para la salud y, como consecuencia, una mejora de la calidad de vida.

En definitiva, ayuda a que cada vez podamos vivir más años y en mejores condiciones.

Los rasgos que ilustran la sólida pujanza de Natraceutical son muchos, empezando por sus dimensiones económicas. En 2002, la compañía obtuvo un beneficio neto de 320.000 euros, superando sus previsiones; una facturación consolidada de 13,7 millones de euros y un BAITDA positivo de 2,4 millones de euros.

Además, cuenta con dos plantas de producción activas, una en Quart de Poblet (Valencia) y otra, de reciente inauguración, en la zona Franca de Manaus (Brasil), lo que ha reforzado su condición de primer fabricante mundial de cafeína purificada, y le permite estar en la zona de mayor biodiversidad del planeta teniendo acceso a un número infinito de nuevas materias primas de la selva amazónica.

Actualmente, la compañía comercializa 18 productos, con más de 75 referencias, que suministra a 350 clientes repartidos en cincuenta países de todo el mundo. Y tiene previsto el lanzamiento de otros nueve productos en el periodo 2003-2006, así como la consecución de varias patentes. En esta línea, ya el día 7 de enero de este año, Natraceutical anunció la solicitud de la patente para su compuesto CV-16, un alimento funcional completo.

Natraceutical ha formalizado acuerdos de colaboración con prestigiosos centros de investigación y universidades a escala mundial y, entre ellos y previa aprobación por parte del Consejo de Ministros, del proyecto de constitución de BIÓPOLIS, en la que participa el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Natraceutical forma parte de esta nueva Sociedad de Biotecnología como socio fundador, junto con el citado CSIC, la Corporación Alimentaria Peñasanta y la sociedad de capital-riesgo Talde, y prevé constituirla formalmente en Valencia a lo largo del mes de abril de 2003.

Pero esto es sólo el comienzo. La estrategia de Natraceutical para cumplir con el importante crecimiento previsto en los próximos años contempla la apuesta por los nutracéuticos y la alimentación funcional, mejorando el *mix* de ventas y enfocándolo hacia aquellos productos y sectores que proporcionan una rentabilidad superior y presentan un mayor potencial de desarrollo. La evolución en estos primeros meses de 2003 nos anima a pensar que la compañía está recorriendo el camino adecuado de cara al cumplimiento de los objetivos marcados, tanto para este trimestre como para el cierre del ejercicio.

Sólo me queda hacerles partícipes de la enorme satisfacción que ha supuesto para el Consejo de Administración que represento haber participado, contando con la absoluta disposición e indispensable y valiosísima dedicación de todo el equipo profesional de Natraceutical, en la construcción de una realidad tan sólida, transmitirles nuestra más absoluta confianza en el futuro de la compañía y dejar constancia del profundo compromiso de todos los que vivimos el día a día compartiendo un único objetivo: hacer de Natraceutical una compañía líder de la que empleados, clientes y accionistas se sientan orgullosos.

Para terminar, me permito recordarles la frase que escribió Hipócrates 400 años A.C. y que resume fielmente la filosofía de nuestra empresa:

“Que la alimentación sea nuestra primera medicina”.

Atentamente,

Vicente Domínguez



REX

0ml

200
150
100
APPROX 50



datos
significativos
del ejercicio

NATRACEUTICAL	<u>2002</u>
Cuenta de Pérdidas y ganancias analíticas (en miles de euros)	
Ingresos	13.735
Aprovisionamientos	-7.819
Gastos personal	-1.716
Otros gastos operativos	-1.450
Cash-flow operativo	2.750
Provisiones y amortizaciones	-797
Resultado operativo	1.953
Resultados financieros netos	-350
Amortización fondo de comercio	-280
Participación pérdidas sociedades puesta en equivalencia	-34
Resultados extraordinarios	-1.634
RESULTADO NETO, antes impuestos	-345
Impuestos	666
RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	321
Cash-flow neto despues impuestos	1.398
Balance de situación (en miles de euros, a 31 de diciembre)	
ACTIVO	
Inmovilizado	15.770
Otros activos	5.455
Activo circulante	9.032
TOTAL	30.257
PASIVO	
Fondos propios	12.503
Otros pasivos	119
Deudas	17.635
TOTAL	30.257
Ratios de Gestión	
Cash-flow operativo/ingresos consolidados	20,02%
Cash-flow operativo/activos totales	9,09%
Cash-flow operativo/fondos propios	21,99%
Resultado neto del ejercicio/ingresos consolidados	2,34%
Resultado neto del ejercicio/activos totales	1,06%
Resultado neto del ejercicio/fondos propios	2,57%
Cash-flow neto/ingresos consolidados	10,18%
Cash-flow neto/activos totales	4,62%
Cash-flow neto/fondos propios	11,18%
DATOS BURSÁTILES	
Número de acciones al 31 de diciembre de 2002	146.380.430 acciones
Valor nominal por acción al 31 de diciembre de 2002	0,10 euros
Capital social al 31 de diciembre de 2002	14.638.043 euros
Capitalización bursátil al 31 de diciembre de 2002	92.219.671 euros
Número de acciones negociadas durante 2002 (18 días bursátiles)	21.088.845 acciones
Volumen efectivo contratado durante 2002 (18 días bursátiles)	25.734.300,36 euros
Contratación media diaria durante 2002 (18 días bursátiles)	1.171.602 acciones



Evolución de los negocios y de la situación de la sociedad

Natraceutical, S.A. se constituye en el ejercicio 2002, a partir de la extinguida Extractos Natra, S.L., sociedad que en dicho ejercicio procedió a su transformación de sociedad limitada a sociedad anónima y a cambiar su denominación social por Natraceutical, S.A., mediante acuerdo de la Junta General Universal de fecha 10 de septiembre de 2002. Este cambio de denominación social y forma jurídica suponía el primer paso en el proceso de salida a bolsa de Natraceutical, que comenzaba su andadura con una facturación agregada para 2002 de aproximadamente 14 millones de euros.

Anteriormente, y dentro del proceso de reorganización emprendido por el Consejo de Administración para enfocar la compañía hacia productos con mayor margen, en junio de 2002 se realizó en la sociedad una ampliación de capital por importe de 7.463.000 de euros, mediante aportación de una rama de actividad por parte de Natra, S.A. a favor de Extractos Natra, S.L., de todos aquellos activos ligados a la elaboración de ingredientes nutracéuticos y otros principios activos, al desarrollo de la actividad de investigación y desarrollo y a la producción de cafeína purificada.

El siguiente paso consistió en el reparto del dividendo en especie a los accionistas de Natra, S.A., con cargo a las Reservas Voluntarias

de la compañía, consistente en una acción de Natraceutical, de 0,1 euros de nominal, por cada una de Natra, S.A. que se poseía en el momento del reparto. De esta forma, los accionistas de Natra, S.A. recibieron 20.520.000 acciones, el 14,02% de Natraceutical, que contaba con un total de 146.380.430 acciones. El dividendo acordado se entregó a los accionistas que lo fueron al cierre de la sesión del día 7 de octubre de 2002.

Una vez realizada la asignación de acciones a los accionistas de Natra, S.A. se pudieron efectuar los trámites precisos para llevar a cabo la admisión a cotización de las mismas en el Nuevo Mercado. Finalmente, con fecha 29 de noviembre de 2002, Natraceutical inició su cotización en el segmento del Nuevo Mercado de la Bolsa Española.

Natraceutical se constituye así como la filial biotecnológica del Grupo Natra, especializada en la elaboración de principios activos e ingredientes nutracéuticos, de origen natural, para los sectores de alimentación funcional, farmacia y cosmética. Con la creación de Natraceutical, el Grupo Natra perseguía culminar con éxito la apuesta realizada por la innovación y la obtención de nuevos derivados que otorguen mayor valor añadido a sus productos y que incrementen la ventas en el sector de la alimentación funcional y el farmacéutico.

Las principales líneas de negocio de Natraceutical consisten en:

1) Producción y comercialización de cafeína purificada. La experiencia y la estrecha relación con los principales clientes de esta actividad a escala mundial permiten a la compañía mantener una importante fuente de ingresos por este concepto.

2) Ingredientes nutracéuticos y otros principios activos. En la actualidad la compañía cuenta con 17 productos a base de extractos naturales, que dan lugar a más de 45 referencias diferentes, en función de la adaptación que se realice para las distintas aplicaciones de los clientes del sector alimentario y cosmético. Por otro lado, se encuentran en fase avanzada de desarrollo nueve nuevos productos, cuyo lanzamiento está previsto a lo largo del periodo 2003 a 2006 y que permitirá ampliar la tipología de clientes, incluyendo laboratorios farmacéuticos.

Natraceutical ha definido su misión como "Ser líder en la investigación y elaboración de principios activos e ingredientes nutracéuticos, en base a compuestos naturales, que mediante su uso continuado prevengan enfermedades y mejoren la calidad de vida, así como la obtención de patentes de estos productos nuevos y de sus procesos, una vez estén validados, para conseguir de esta forma una rentabilidad sobre las mismas".

La compañía es líder mundial en la elaboración y purificación de cafeína y dirige sus esfuerzos a posicionarse en el segmento de la alimentación funcional, con 17 productos que actualmente ya exporta a más de 50 países, con 350 clientes. Es por ello que la exportación representa más del 90% de su cifra de negocios.

Los productos nutracéuticos o funcionales son aquellos que, incorporados a la alimentación cotidiana, añaden a la función nutritiva un valor adicional que consiste en ayudar a prevenir determinadas enfermedades y/o a mantener la buena salud de los consumidores. Esto se consigue introduciendo en los alimentos de consumo habitual aquellos alimentos naturales, llamados ingredientes funcionales o nutracéuticos, que mejoran los alimentos desde el punto de vista de la salud. Los alimentos nutracéuticos de hoy se pueden considerar los precursores de la alimentación del siglo XXI.

En definitiva, Natraceutical recoge el testigo del proyecto iniciado en el Grupo Natra, partiendo de una aportación de rama de actividad consistente en aglutinar en Natraceutical todos aquellos activos ligados a la elaboración de extractos naturales y compuestos farmacéuticos, así como el desarrollo de la actividad de I+D+i. Todo ello con el objetivo de culminar con éxito la apuesta realizada por la compañía por la innovación y la obtención de nuevos derivados que otorguen un mayor valor añadido y mayores índices de rentabilidad.

Esta decidida apuesta por la investigación y el desarrollo lleva a prever que la mayor parte del negocio futuro vendrá generado por los productos que Natraceutical está desarrollando e investigando actualmente, y que prevé comercializar en el periodo 2003-2006.

En la actualidad Natraceutical cuenta con dos plantas de producción activas, una en Quart de Poblet (Valencia) y otra de reciente inauguración –mayo de 2002–, en la zona franca de Manaus (Brasil), fruto de una estrecha colaboración con uno de sus principales clientes, siendo ésta la primera inversión industrial en dicha ciudad brasileña. Adicionalmente, la sociedad cuenta con unos terrenos de 13.220 metros cuadrados en el Parque Tecnológico de Paterna (Valencia), sobre los cuales se han comenzado ya a construir cuatro naves industriales. En estas instalaciones se pretende desarrollar las fases finales del proceso de extracción y purificación para excipientar (salas blancas) y para adaptar los productos a las necesidades de los clientes, asegurando una calidad constante y homogénea.

La cuenta de resultados obtenida en 2002 ha sobrepasado las expectativas del mercado. Natraceutical ha presentado un beneficio neto de 320.000 euros, superando las previsiones anunciadas con motivo de su debut bursátil. La facturación consolidada –que incluye los

resultados de Exnama, la planta brasileña dedicada a la purificación de cafeína– alcanzó los 13,7 millones de euros, en tanto que el EBITDA positivo logrado ha sido de 2,7 millones de euros, por encima de las previsiones de 2,4 millones de euros anunciados para 2002. Cabe destacar que el margen bruto sobre ventas se situó en 5,9 millones de euros lo que representa el 43,9 % de las mismas, debido a la fuerte apuesta por los productos con mayores posibilidades de crecimiento en su sector.

Por líneas de productos, los ingresos se distribuyeron de la siguiente manera: 3,7 millones de euros por ventas de nutracéuticos y 9,9 millones por ventas de cafeína, mientras que las previsiones para 2003 elevan estas cifras a 4,8 y 15 millones, respectivamente.

La superación de las previsiones anunciadas para el ejercicio 2002 demuestra que el camino trazado por el nuevo proyecto es el inicio de una gran realidad empresarial en el campo de la biotecnología en nuestro país. Con respecto a las previsiones para 2003, será un año de fuerte crecimiento en el que Natraceutical prevé alcanzar una facturación de 21 millones de euros, con un EBITDA de 3,9 millones y un beneficio por encima de dos millones de euros.





acontecimientos posteriores al cierre del ejercicio

Natraceutical solicitó el 7 de enero de 2003 la patente de su producto CV-16, un alimento funcional completo basado en grasas vegetales naturales, conseguido gracias a la experiencia de la empresa en fraccionamiento y extracción de principios activos. El CV-16 sirve, además, como vehículo para incluir otros principios activos de origen vegetal en la alimentación diaria y está diseñado para ser introducido en canales de gran consumo.

El volumen de mercado estimado a escala mundial del CV-16 asciende a 945 millones de euros para 2004, con un crecimiento estimado del 12% anual. De esta forma, el lanzamiento en el mercado del CV-16, que inicialmente estaba previsto para el segundo semestre de 2004, fue adelantado a principios de 2004.

El compuesto posee ácidos grasos de cadena corta que ayudan a la prevención de enfermedades cardiovasculares, así como un elevado porcentaje de antioxidantes, que previenen el envejecimiento celular. Una de las principales características de este producto es su sabor, ya que no es necesario añadir aromas, saborizantes ni colorantes artificiales, lo que facilita su aplicabilidad en el uso diario. Otra de las características del CV-16 es que en su proceso de elaboración no se utilizan fases de hidrogenación para conseguir estabilidad del mismo y con ello se reduce el riesgo de aparición de restos de catalizadores.

En otro orden de cosas, el 7 de marzo de 2003 el Consejo de Ministros aprobó la constitución de Biópolis, S.L., una nueva sociedad en el ámbito

de la biotecnología constituida por el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A. (CAPSA), la empresa de capital-riesgo TALDE y Natraceutical. Biópolis nace con un capital social de 300.000 euros y su accionariado estará compuesto en un 40% por el CSIC, un 20% por CAPSA, un 15% por TALDE y un 25% por Natraceutical.

La aprobación por parte del Consejo de Ministros supone un trámite previo indispensable, dada la participación de un organismo público (CSIC), y la luz verde definitiva para su puesta en marcha, siendo la primera vez que el organismo público CSIC entra a formar parte del accionariado de una empresa biotecnológica de agroalimentación.

La nueva sociedad tendrá la forma jurídica de Sociedad Limitada. La sede social y las instalaciones, en régimen de alquiler, se ubicarán temporalmente en lo que ahora es la Planta Piloto de Biotecnología del Instituto de Agroquímica y Tecnología de Alimentos (IATA- CSIC), ubicado en Paterna (Valencia).

Biópolis nace con el objetivo de desarrollar nuevas aplicaciones biotecnológicas, inicialmente para el sector agroalimentario. Su ambición y su reto es integrar el esfuerzo investigador ya avanzado en materia de biotecnología, desarrollado por el CSIC, con socios industriales –Natraceutical y CAPSA– que aportan una experiencia previa y la red de ventas propia. Para ello cuentan con el apoyo de una experimentada empresa de capital-riesgo, TALDE, que asegura la estabilidad de este *start-up* en los primeros años de vida.



evolución previsible de la sociedad

E

l ejercicio 2003 será un año de consolidación de las decisiones tomadas en el ejercicio anterior, así como de lanzamiento de las nuevas estrategias de la empresa, encaminadas a potenciar la fabricación y comercialización de productos nutracéuticos y el cumplimiento de su plan de negocio establecido en el folleto informativo de salida a bolsa de la compañía.

La facturación prevista de la sociedad para el año 2003 asciende a aproximadamente 22 millones de euros, siendo los principales destinos América, Francia, Alemania, Suiza, Reino Unido e Italia. El beneficio antes de impuestos se estima en 2,1 millones de euros.

Proyecciones de ventas en años próximos

Respecto al plan de negocio de la compañía, por un lado está prevista la consolidación de los productos actuales (cafeína purificada y compuestos biotecnológicos), desarrollando las sinergias y la capacidad de producción y comercialización de las que se ha dotado Natraceutical.

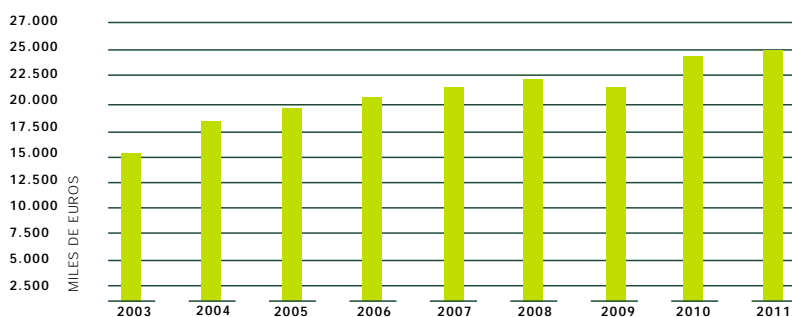
Por otro, se prevé el desarrollo completo de nueve nuevos proyectos de investigación, que se encuentran en una avanzada fase y cuya comercialización se estima realizar entre 2003 y 2006.

Cafeína purificada

En cuanto a la producción y comercialización de cafeína purificada, el objetivo estratégico es claro: la consolidación del liderazgo mundial de Natraceutical. Las aplicaciones de este producto son esencialmente las bebidas refrescantes, pero también las bebidas energéticas, bebidas sustitutivas del café y otros alimentos como barras energéticas, dulces o chicles. Igualmente, la cafeína es un ingrediente básico en numerosas preparaciones farmacéuticas, analgésicos y descongestionantes.

La experiencia adquirida a lo largo de los años y la estrecha relación con los principales clientes de esta actividad a escala mundial permite a la compañía establecer las siguientes previsiones de venta para el periodo proyectado 2002-2011:

PROYECCIONES DE VENTAS
DE CAFEINA



Productos nutracéuticos

Respecto a los ingredientes nutracéuticos y otros principios activos, las áreas de venta prioritarias son Europa y Estados Unidos, donde ya existe tanto presencia como conocimiento del mercado, puesto que en la actualidad prácticamente el 90% de estos ingredientes activos se destinan a la exportación.

El objetivo estratégico es situarse en este mercado de demanda creciente en una cuota de mercado global del 1,2% en el año 2011, dentro del segmento de extractos naturales e ingredientes. Considerando el elevado potencial de desarrollo de los productos funcionales y el hecho de que están dirigidos a la totalidad de los consumidores, el éxito comercial de un producto puede llevar a superar este objetivo de cuota de mercado.

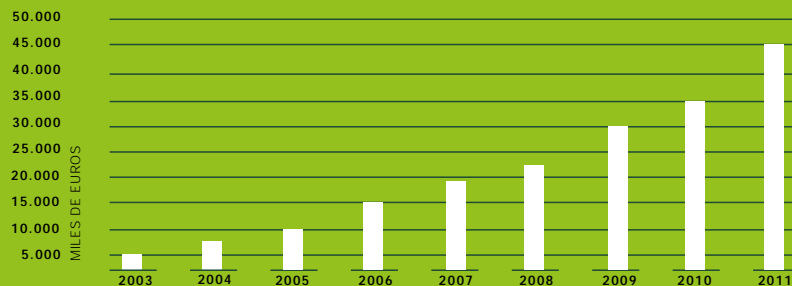
Para alcanzar estos objetivos, Natraceutical cuenta en este mercado con 17 productos actuales, que dan lugar a más de 45 referencias, y nueve proyectos en desarrollo, cuya comercialización está prevista a lo largo

de los próximos cuatro años. La compañía pretende consolidar la posición de sus productos actuales, algunos de ellos con gran capacidad de penetración en el mercado, gracias a la colaboración con los fabricantes de alimentos y otros clientes.

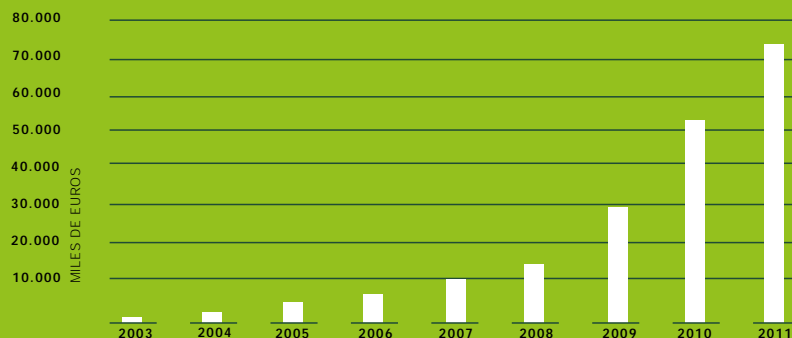
Por otro lado, el éxito de la actividad de Investigación y Desarrollo permite obtener nuevos productos con propiedades preventivas, que complementan y refuerzan la cartera actual de productos de la compañía. Con ello se accede, además, a un volumen de mercado mayor y con mayores rentabilidades.

En las siguientes tablas se recoge la previsión de ventas de ingredientes nutracéuticos y otros compuestos activos para el periodo 2003-2011, tanto las correspondientes a los 17 productos ya comercializados en la actualidad como a los nueve productos en desarrollo que la sociedad tiene previsto lanzar al mercado en el periodo 2003-2006:

PROYECCIONES DE VENTAS
DE LOS PRODUCTOS
NUTRACÉUTICOS YA
COMERCIALIZADOS
EN LA ACTUALIDAD
(17 PRODUCTOS)



PROYECCIONES DE VENTAS
DE LOS PRODUCTOS
NUTRACÉUTICOS
EN DESARROLLO
(9 PRODUCTOS)





mercado de valores

A pesar de que numerosos inversores han cuestionado la perdurabilidad de la excelente evolución de los valores de empresas biotecnológicas en los mercados, el sector biotecnológico sigue siendo atractivo. De hecho, se han detectado varios factores catalizadores para este tipo de compañías. En primer lugar, el sector biotecnológico sigue siendo uno de los pocos que continúa creciendo sin una exposición significativa a los riesgos que rodean a la recuperación económica, como se ha podido comprobar una vez conocidos los buenos resultados registrados en el cuarto trimestre de 2002. Por otro lado, se espera que se produzca un número importante de decisiones por parte de la FDA norteamericana, que serán acogidas con optimismo por los mercados. Estos dos factores tienen la virtualidad de extender la presente recuperación de las acciones de estas compañías, pese a que este sector se encuentre en medio de una fase de crecimiento a largo plazo.

En España, la biotecnología afronta su consolidación, comenzando a tener su peso específico como negocio con un gran potencial de crecimiento. Según datos de la Asociación Española de Bioempresas (Asebio), España cerró 2002 con 119 compañías enteramente biotecnológicas con una facturación de 1.650 millones de euros y 8.928 empleados en plantilla; en tanto que las ventas totales de las empresas relacionadas con la biotecnología alcanzaron los 4.900

millones de euros, con una plantilla total de 24.200 trabajadores. Asebio estima además que las principales ventajas de España para impulsar el negocio radican en unos costes de I+D muy competitivos respecto a la media europea –a pesar de los menores volúmenes invertidos–, una buena preparación científica y una posición privilegiada entre Europa y Latinoamérica.

Cotización en el Nuevo Mercado

En este entorno, el Grupo Natra ha apostado por este sector en expansión dando un giro a su estrategia de crecimiento, con la creación de Natraceutical –y su posterior salida a bolsa– a partir del traspaso de sus activos ligados a la investigación y desarrollo, así como las actividades de sus filiales Extractos Natra y la brasileña Exnama.

Las acciones de Natraceutical fueron admitidas a cotización el 29 de noviembre de 2002 en el sistema de Interconexión bursátil dentro del Segmento de Nuevo Mercado, en las bolsas de valores de Madrid, Valencia, Barcelona y Bilbao. Las acciones negociadas procedían del pago en especie realizado por la matriz, Natra, en octubre de 2002 en concepto de dividendo, consistente en una acción de Natraceutical (con un valor nominal de 0,10 euros) por cada acción de Natra.

Desde el inicio de su cotización, hasta el cierre del ejercicio en 2002, la evolución de la cotización ha demostrado la favorable aceptación que el valor de Natraceutical ha tenido en los mercados bursátiles, habiéndose negociado hasta la fecha durante ese periodo un total de aproximadamente 21 millones de acciones de la compañía.

En cuanto a la evolución que pueden alcanzar las acciones de Natraceutical, a pesar de la dificultad de estimar una cifra concreta, cabe esperar una tendencia positiva ya que los resultados de cierre de 2002, así como los del primer trimestre de este ejercicio y los contratos firmados para el año 2003 (que ya aseguran el 75% de la facturación), permiten mostrarse optimistas.

No obstante, finalmente, quien fija el precio es el propio mercado y éste lo hace en función de la percepción que tenga de un conjunto de factores. Por otro lado, está previsto llevar a cabo una ampliación de capital antes de fin de noviembre de 2003, como consta en el folleto de salida a bolsa de la compañía, para poder asegurar de esta forma el cumplimiento del objetivo de optimización y ampliación de las instalaciones productivas y de investigación.

El mercado en el que opera la sociedad presenta un potencial de crecimiento muy elevado y, sin duda, los resultados de las empresas que sepan aprovechar esta oportunidad deberían verse reflejados en la evolución positiva de sus valores.





investigación y desarrollo

En los mercados en que Natraceutical ha decidido trabajar, la innovación marca la diferencia entre el éxito y la mediocridad. No en vano, la misión de la compañía es ser líder en la investigación y elaboración de principios activos e ingredientes nutracéuticos, a partir de compuestos naturales, que mediante su uso continuado prevengan enfermedades y mejoren la calidad de vida, y obtener patentes de estos productos novedales y de sus procesos, una vez validados.

Para ello, Natraceutical posee cuatro líneas maestras de actividades de I+D+i, tales como:

- Ingredientes para la industria de alimentación.
- Principios activos e ingredientes biotecnológicos destinados a la prevención de enfermedades para su inclusión en alimentos funcionales y nutracéuticos.
- Desarrollo de alimentos funcionales por cuenta propia o para terceros.
- Actividades de I+D+i, realizadas por cuenta propia, de nuevas moléculas con actividad biológica que tengan un efecto positivo para la salud humana, con objeto de ser patentadas.

Durante los últimos dos años, NATRACEUTICAL ha desarrollado más de 10 proyectos de I+D+i y solamente para el año 2003 están en marcha más de 15

proyectos de desarrollo. En la actualidad Natraceutical comercializa con éxito 18 compuestos activos, desarrollados internamente, cuyos principios activos son utilizados por sus clientes para la prevención de enfermedades: cardiovasculares, cáncer, sistema digestivo y dermatología.

Así pues, la I+D+i es una actividad crítica en la estrategia de negocio y será la piedra angular de su futuro desarrollo y ampliación del negocio. Para asegurar que esto será así, Natraceutical planea inversiones constantes en este ámbito y se ha rodeado de los mejores profesionales. De hecho, aproximadamente 25% de los recursos humanos de la sociedad está dedicado a actividades de I+D+i.

Natraceutical participa, además activamente, en foros especializados de biotecnología, tanto a escala regional como nacional, y coopera con diferentes entidades de Investigación y Desarrollo, locales e internacionales, de forma permanente.

A través del desarrollo de su propio *know-how* y de la alianza estratégica con clientes, universidades e instituciones tecnológicas, Natraceutical asegurará una posición de liderazgo en el desafiante mercado biotecnológico mundial.



mercados en los que opera la compañía

Mercado de alcaloides

Durante los últimos años, la cafeína se viene utilizando en cantidades muy importantes en el sector de bebidas refrescantes y en menor medida en la industria farmacéutica. En este sentido, el consumo mundial de cafeína se estima en alrededor de 15.000 toneladas anuales, de las cuales cerca del 70% lo acapara la industria de bebidas refrescantes.

El total del volumen del mercado mundial de cafeína purificada destinada a los sectores de alimentación, a los que se dirige Natraceutical, se sitúa en torno a las 8.000 toneladas vendidas, de las cuales corresponden a Natraceutical un 15% en 2002.

Sin embargo, las inversiones realizadas en la planta brasileña de Manaus (EXNAMA) y en las de Quart de Poblet durante los últimos años, sitúan a Natraceutical como el principal elaborador de cafeína purificada con una cuota de mercado potencial cercana al 27%. De hecho, los ingresos obtenidos durante el pasado ejercicio en este concepto alcanzaron los 9,9 millones de euros. Natraceutical se configura así como el principal productor a escala mundial de cafeína purificada, con una capacidad de producción de 2.000 toneladas anuales que se prevé utilizar al máximo hacia 2004.

Mercado de alimentos funcionales

Natraceutical opera igualmente en el segmento de la alimentación funcional, que representa aproximadamente un 4% sobre el mercado total de la alimentación. Los países de mayor consumo de estos productos (ricos en polifenoles, bioflavonoides, fitoesteroles y ácidos grasos) se encuentran en América, Europa y Asia (Japón). Conviene recordar que el Grupo Natra está implantado en el mercado norteamericano desde hace más de 15 años, a través de NATRA US Inc., compañía de la que Natraceutical posee el 27,53%. En este campo, Natraceutical exporta más del 80% de su producción.

El mercado objetivo de ingredientes para alimentación funcional o ingredientes nutracéuticos crece a tasas superiores al 16%, esperándose que alcance un volumen de 6.125 millones de dólares en 2004. El año 2002 ha supuesto un volumen de 4.505 millones de dólares.



fabricación, análisis por líneas de actividad

En el ejercicio 2002 Natraceutical ha basado su modelo de negocio en dos ramas de actividad: por un lado, producción y comercialización de cafeína purificada y, por otro, ingredientes nutraceuticos y otros principios activos destinados a la prevención de enfermedades para su inclusión en alimentos funcionales.

Cafeína

En esta línea de actividad se incluye la producción y comercialización de cafeína purificada, ámbito en el cual Natraceutical se configura como uno de los principales productores a escala mundial.

Este alcaloide (familia de especies químicas ampliamente extendida en la naturaleza) se obtiene de diversas fuentes, principalmente del café, del té, de la hierba mate y del guaraná. Estas materias primas –sobre todo, café y té– se someten a un proceso de descafeinización en industrias especializadas en esta actividad generando una cafeína bruta, materia prima de Natraceutical, que posee una riqueza en cafeína que puede oscilar entre el 3% y el 5%, dependiendo del proceso de extracción y del tipo de material

considerado, llegando, una vez extraída y purificada, a conseguir cafeína con pureza superior al 99,99%.

El proceso de extracción de la cafeína requiere la eliminación de todas las impurezas acompañantes y, una vez homogeneizados los contenidos iniciales, ésta se purifica mediante cristalizaciones sucesivas. El producto ya puro se seca en continuo y se prepara a la granulometría deseada dependiendo de las necesidades de los clientes.

La compañía destina, aproximadamente, el 80% de la producción al mercado de la alimentación y el resto al de farmacia. En este sentido, el consumo principal se da en las bebidas refrescantes como saborizante (amargo) y ligeramente estimulante. Dada la naturaleza de estos usos, conviene que la cafeína sea de origen natural, especialmente en el sector de bebidas. Adicionalmente, la cafeína es un ingrediente básico en numerosas preparaciones farmacéuticas. La demanda para ésta y otras aplicaciones comunes, tales como analgésicos y descongestionantes, continúa mientras van apareciendo nuevas aplicaciones.

Ingredientes nutracéuticos y otros principios activos destinados a la prevención de enfermedades para su inclusión en alimentos funcionales y nutracéuticos

Estos productos se incorporan a productos de uso diario como nuevos ingredientes de un alimento funcional o a un producto nutracéutico, por lo que confieren al alimento y al producto nutracéutico nuevas propiedades nutricionales y/o para la prevención de enfermedades.

Natraceutical produce y comercializa dichos ingredientes o productos nutracéuticos y son sus clientes los que desarrollan los alimentos funcionales.

Cada planta o vegetal posee algún componente con una riqueza diferencial que constituye el principio activo que persigue Natraceutical y que constituirá el ingrediente nutracéutico. En función del principio activo que se quiere obtener y de las características de la propia materia prima, el proceso requiere distintas formas de preparación de dicha materia prima, de extracción, de concentración y el despliegue de un amplio conjunto de técnicas que permiten la purificación del compuesto.

La venta de ingredientes nutracéuticos y otros principios activos se ha ido incrementando en los últimos años de forma significativa, a medida que se completaba el desarrollo de nuevos productos.

Por la tipología del cliente final se pueden clasificar los ingredientes nutracéuticos y otros principios activos según se destinen a alimentación, cosmética o laboratorios farmacéuticos.

Natraceutical dispone de una planta flexible para la obtención de extractos naturales de plantas. En la actualidad la compañía cuenta con 17 compuestos biotecnológicos a base de extractos naturales, que dan lugar a más de 45 referencias diferentes, adaptadas a las aplicaciones de los clientes.

Por otro lado, se encuentran en fase avanzada de desarrollo nueve compuestos biotecnológicos para la prevención de enfermedades, cuyo lanzamiento está previsto a lo largo del periodo 2003-2006.





evolución de las filiales y participadas

Actualmente son dos las sociedades dependientes de Natraceutical, S.A.: Exnama-Extractos Naturais da Amazônia, Ltda. y Natra US Inc. La evolución de estas dos compañías durante 2002 ha sido la siguiente:

Exnama-Extractos Naturais da Amazônia, LTDA.

Sociedad con domicilio en la Avenida Buriti 5391 en el distrito industrial de Manaus (Brasil), se dedica a la elaboración y comercialización de alcaloides (cafeína) y tiene acceso a materias primas amazónicas para la obtención de extractos naturales. Además, Exnama, al estar ubicada en pleno Amazonas, aporta una proximidad geográfica privilegiada al mayor origen del mundo en cuanto a extractos naturales se refiere, es decir, a la materia prima y sus aportaciones a los productos nutracéuticos.

Participada al 100% por Natraceutical, el importe neto de la inversión es de 6.127.357 euros. En 2002 alcanzó una cifra de negocios de 3.429.089 euros y un EBITDA de 1.426.464 euros. Cuenta con 5.000 metros cuadrados de edificios (naves y oficinas), construidos en 2001, en terrenos que comprenden 32.000 metros cuadrados.

Natra US, Inc.

Sociedad creada en 1986 y domiciliada en Florida (Estados Unidos), es la filial del Grupo Natra dedicada a la comercialización de los productos de sus sociedades dependientes (derivados del cacao, cafeína, ingredientes nutracéuticos y otros principios activos, vinos y cavas). La participación de Natraceutical en esta sociedad es del 27,53%. Durante el pasado ejercicio su cifra de negocios fue de 3.926.516 euros.



inversiones industriales

Natraceutical ha realizado en los dos últimos ejercicios inversiones industriales para la fabricación de productos en las actuales instalaciones de la compañía, en el distrito industrial de Manaus (Brasil) y en los terrenos del Parque Tecnológico de Paterna (Valencia), que le permiten contar con la capacidad suficiente para asumir los incrementos de producción previstos. De hecho, durante el ejercicio 2002 se destinaron más de un millón de euros en este concepto.

Natraceutical posee más de 17.180 metros cuadrados edificadas para el desarrollo de su actividad de I+D y producción en los centros de Valencia y Manaus. Las instalaciones en Valencia están compuestas por diferentes naves y oficinas que totalizan 12.180 metros cuadrados.

La planta instalada en el distrito industrial Manaus-Amazona (Brasil) se ubica en una superficie de 33.000 metros cuadrados, de los que están construidos y operativos un total de 5.000 metros cuadrados, por lo que la capacidad de crecimiento está asegurada dentro del propio polo industrial. Estos activos, cuya inversión es de unos seis millones de euros, son propiedad de Exnama.

En el año 2002 Natraceutical destinó a inversiones más de un millón de euros. La inversión en I+D supuso, aproximadamente, 200.000 euros para actividades conjuntas con distintas instituciones dedicadas a la investigación, tanto nacionales como internacionales.

Entre estas actividades se encuentra el desarrollo de productos biotecnológicos, de patentes, certificación de productos, etc., análisis de distintos mercados y prospecciones, así como trabajos de I+D realizados en Natraceutical por doctores e investigadores y becarios destinados al desarrollo de productos específicos. Las fábricas recibieron una inversión que ha ascendido a cerca de 500.000 euros.

Natraceutical tiene previsto realizar inversiones por valor de 22,4 millones de euros en los próximos diez años, destinadas principalmente al desarrollo de nuevos productos y a las instalaciones necesarias para realizar actividades de investigación y desarrollo y tratamiento de diferentes productos.

En el caso de las inversiones correspondientes a laboratorio, envasado y excipientado y planta de Biotecnología, éstas vienen determinadas por un detallado plan de inversiones destinado al establecimiento y obtención de las instalaciones y equipos necesarios para la investigación y el desarrollo de nuevos productos. Entre ellas se encuentra la inversión en la ampliación de la capacidad de extracción y el equipamiento del laboratorio y de la Planta Piloto, así como la construcción de instalaciones industriales multipropósito con sistemas de extracción y destilación, sistemas para el desarrollo de procesos biotecnológicos de fermentación, aeróbicos y anaeróbicos, con bacterias lácticas, instalación de las plantas piloto, salas blancas, etc.



política de calidad

Natraceutical está totalmente comprometida con la calidad y así pretende reflejarlo en sus productos, servicios y procesos. Poseedora de un sistema de calidad desde hace varios años, Natraceutical se plantea como reto el transitar hacia un nuevo sistema bajo los requisitos del estándar UNE-EN ISO 9001:2000, que acoga en su seno a todas las áreas y actividades de la compañía.

Consciente de que un sistema de calidad sólo es efectivo si es impulsado por la dirección y compartido con entusiasmo por todos los integrantes de la compañía, Natraceutical entiende que un sistema de calidad no es un mero certificado acreditativo, sino un verdadero motor de la mejora continua para llegar a la excelencia. La sociedad, por tanto, proporciona todos los recursos necesarios para hacer real su Política de Calidad, fundamentada en estos conceptos: la mejora continua, la dirección por objetivos, la gestión por procesos y la satisfacción del cliente.

Además, no sólo se pretende cumplir los estándares que marca la ISO 9001. Natraceutical se auto-impone compromisos más exigentes a través de los requisitos de las GMP (Buenas Prácticas de Fabricación) y de un programa ARPCP (Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos), de modo que se obtenga un alto estándar de exigencia que supere las expectativas de clientes, proveedores, accionistas, trabajadores y de la comunidad en la que opera. En Natraceutical la Calidad Total es una prioridad absoluta. Diseñar, fabricar

y distribuir productos con altos estándares de calidad es una exigencia de sus clientes y, como tal, se acepta e implanta en todas sus actividades. La Calidad Total (TQM) es un concepto muy difundido en la actualidad, aunque a veces se utilice con meros criterios de imagen. Para Natraceutical es una cuestión estratégica y por ello plantea hacer del TQM una realidad tangible, con resultados visibles inmediatos, llevándolo a todas y cada una de sus actividades, de modo que se convierta en una parte inseparable de sus procesos.

Para conseguirlo, desarrolla los factores clave que le permiten el mayor de los éxitos en este ámbito: implantación y estandarización de un sistema de calidad, implicación eficaz del equipo humano, identificación y satisfacción de las necesidades del cliente, gestión por procesos, medición de los indicadores clave de gestión, introducción de los conceptos de cliente y proveedor interno, énfasis en el control del proceso y, por último, creencia en que la mejora continua es el camino hacia la excelencia.

Todos estos factores quedan enmarcados en un sistema de calidad basado en el estándar UNE-EN ISO 9001:2000, que además se verá complementado con los requerimientos de un sistema APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico), que permitirá un cercioramiento de la seguridad del producto y la aplicación de unas Buenas Prácticas de Fabricación (GMP) en Natraceutical, y que previsiblemente tendrá su culminación y certificación en septiembre de 2003.

Además, la compañía dispone de las más modernas técnicas de gestión documental disponibles en la Comunidad Valenciana, que aprovechan las nuevas tecnologías de modo que aseguran el dinamismo y mejora continua de los documentos y datos que conforman el sistema de calidad, evitando su desuso y potenciando su vivencia cotidiana.

Las directrices que guían todo este proyecto quedan reflejadas en la Política de Calidad de la Compañía, que puede resumirse en los siguientes puntos:

- La misión de Natraceutical es ser líder en la investigación y elaboración de principios activos e ingredientes nutracéuticos en base a compuestos naturales, que mediante su uso continuado prevengan enfermedades y mejoren la calidad de vida.
- Así pues, Natraceutical tiene como objetivo la satisfacción total del cliente en el diseño del producto, fabricación, entrega y servicio, de modo

que se establezcan relaciones mutuamente beneficiosas con proveedores, clientes, accionistas, trabajadores y nuestra comunidad.

- El personal de Natraceutical mantiene para ello una esforzada dedicación enfocada al cumplimiento de los requisitos y a la mejora continua de la eficacia del sistema de la calidad, a través de un recíproco compromiso y del establecimiento de objetivos coherentes y medibles.
- Natraceutical está comprometida con el respeto al medio ambiente y con la seguridad del trabajador, así como con el desarrollo tecnológico y la innovación.

La dirección se compromete a proveer los recursos e infraestructuras necesarias para garantizar el éxito de dicho compromiso y la superación de las expectativas del cliente.





medio ambiente

Natraceutical está comprometida firmemente con el entorno en el que desarrolla su actividades, por lo que su intención es lograr un desarrollo medioambientalmente sostenible utilizando sus propios recursos, que incluyen su conocimiento tecnológico y el constante desarrollo de sus competencias.

La compañía considera la protección del medio ambiente como una de sus prioridades indiscutibles y parte integrante de todas sus operaciones. Las mejoras que se deben realizar en cada una de las instalaciones dan respuesta a las exigencias aplicables y los nuevos productos y procesos que nacen en Natraceutical ya lo hacen buscando ser totalmente respetuosos con el medio ambiente.

Además, es consciente del impacto económico directo que supone la correcta gestión medioambiental y del estricto cumplimiento de la normativa vigente que

se espera de la compañía. En el transcurso del ejercicio pasado, Natraceutical ha establecido objetivos cuantificables para monitorizar sus vectores ambientales y ha provisto de recursos para conseguir el éxito en la consecución de dichos objetivos. Cabe destacar una eficaz puesta en marcha de una nueva planta depuradora de aguas residuales, que ya es una realidad tangible.

Natraceutical utiliza de modo eficiente sus fuentes de energía y materias primas, gestionando al mismo tiempo los subproductos y residuos que se generan. Así, el Grupo tiene implantados sistemas de depuración y tratamiento de aguas residuales y abonos, que permiten minimizar posibles impactos sobre el medio ambiente. De hecho, los gastos incurridos durante el ejercicio 2002 relacionados con la protección y mejora del medio ambiente se han estimado en cerca de 23.000 euros, destinados principalmente a la correcta gestión de residuos; en tanto que los costes que ha supuesto



el tratamiento y depuración de aguas residuales han ascendido a más de 540.000 euros.

Para un futuro inmediato, los hitos que Natraceutical quiere superar son, entre otros, la certificación de una política y un sistema de gestión medioambiental bajo el estándar UNE-EN ISO 14001:1996, el establecimiento de canales de información y comunicación con las Administraciones Públicas y la mejora continua de su actuación en lo que a la protección al entorno se refiere.

El cumplimiento de los objetivos del sistema de gestión medioambiental supondrá, no sólo reconocer que el medio ambiente es una prioridad para a empresa y establecer una adecuada política medioambiental, sino también identificar y controlar los aspectos medioambientales significativos

y sus impactos, así como los requisitos aplicables por la legislación española; identificar igualmente las oportunidades medioambientales relevantes, proporcionar recursos adecuados para alcanzar los objetivos marcados y evaluar la eficacia del sistema y la necesidad de introducir modificaciones para dirigirse hacia la mejora continua en el respeto al entorno.

De este modo Natraceutical pretende que el respeto al medio ambiente sea una parte consustancial de sus actividades, de sus nuevos proyectos y, en general, de la propia vida del Grupo.



recursos humanos

Natraceutical, en esta fase de crecimiento, pretende afirmar su convicción de que el activo más importante que posee es el capital humano. Así, desarrolla sus estrategias con una clara apuesta por la promoción profesional y personal de sus colaboradores. Entre las actuaciones más importantes en este sentido cabe citar:

a) Enfoque a la gestión por procesos

El organigrama de la empresa abandona la idea de los departamentos "estancos" y se abre para reafirmar su creencia en el valor de la gestión por procesos, creando seis de ellos claramente delimitados: elaboración de alcaloides; elaboración de grasas vegetales; elaboración de principios activos y productos nutracéuticos; cadena de suministro; I+D+i y áreas de soporte. Todas ellas tienen interfases perfectamente identificadas que permiten el aprovechamiento de sinergias entre los distintos procesos.

b) Gestión del conocimiento y *empowerment*

En Natraceutical se han dispuesto las herramientas necesarias para una eficaz y dinámica gestión del conocimiento. Gestionar el conocimiento significa administrar continuamente el conocimiento de las personas y de la compañía, de modo que satisfagan sus necesidades actuales y futuras, al tiempo que este activo se convierte en un instrumento para la consecución de los objetivos y estrategias de la organización. El conocimiento es generado, adquirido, organizado y distribuido a través de dos plataformas

cruciales en el día a día:

- Una plataforma de gestión documental y de bases de datos, totalmente pionera en el sector.
- Una plataforma de gestión de proyectos, *Natranet*, de desarrollo propio, que supera los estándares actuales del mercado.

Esta gestión del conocimiento se traduce necesariamente en un *empowerment*, que es el punto donde el personal de Natraceutical encuentra las informaciones, habilidades y responsabilidades necesarias para hacer real la misión de la compañía. El punto donde las personas se sienten dueñas de su trabajo, valoradas y reconocidas. Donde ven con claridad que su trabajo está ayudando a construir el negocio, potenciando así su creatividad y entusiasmo y creando una actitud positiva como motor de la mejora continua.

c) Reclutamiento

Natraceutical no sólo cuenta con los servicios de profesionales de acreditada experiencia y valía sino que da la oportunidad a jóvenes profesionales de formar parte de un proyecto de empresa muy prometedor y con grandes posibilidades de crecimiento personal y profesional. Los nuevos puestos de trabajo están claramente dimensionados de modo que las personas que los ocupan tienen un perfil profesional de tipología muy variada. Así, en Natraceutical tiene cabida un gran abanico de profesionales de muy distinta cualificación o experiencia.

Capital humano internacional

Natraceutical cuenta no sólo con la planta brasileña de Manaus, sino además con la red de ventas tanto en Europa como en Estados Unidos a través de la filial del Grupo, NATRA US, Inc. Durante el año 2003, la Sociedad tiene como objetivo reforzar aún más esta red de ventas, con la finalidad de estar presentes de forma permanente en los principales mercados de los sectores de la alimentación y farmacia.

Natraceutical cuenta con 85 empleados, de los cuales 26 desarrollan su trabajo en el extranjero permanentemente, ya que el 100% de las funciones comerciales están internacionalizadas, así como más del 30% de las funciones de elaboración y producción, de lo cual resulta que un elevado porcentaje de la plantilla total es personal internacional.

Seguridad laboral

Los accidentes en el trabajo pueden y deben prevenirse. Los trabajadores de Natraceutical son el bien máspreciado en su organización, así que no hay trabajo tan importante, tan urgente o tan crítico que no pueda llevarse a cabo en condiciones seguras para el trabajador y el entorno.

Por tanto, la seguridad en Natraceutical se basa en la prevención, teniendo en cuenta también que la seguridad incumbe a todos los miembros de la organización, que la formación continua es esencial, que es obligatorio el cumplimiento de las normas e instrucciones de seguridad, que cualquier deficiencia debe ser investigada y corregida en el plazo más breve posible y que, sin duda, la seguridad es una buena inversión.

La Ley 31/1995 y toda la normativa relacionada es el marco de referencia para gestionar la seguridad de los colaboradores de la compañía. Pero la única forma eficaz de que Natraceutical pueda garantizar la seguridad y la salud de sus empleados es con el compromiso y la cooperación de todos.

La confianza de hoy puede ser el riesgo de mañana. Por tanto, observar y comunicar situaciones, condiciones o actitudes inseguras es una obligación impuesta a todos los que forman parte de la compañía, de manera que trabajar en la misma sea sinónimo de calidad de vida, desarrollo personal y profesional y excelencia.



órganos de gobierno



E

l Consejo de Administración de Natraceutical, S.A., está compuesto por:

ABASTANZA, S.L.
REPRESENTADA POR D. VICENTE DOMÍNGUEZ PÉREZ
PRESIDENTE

LLADRÓ COMERCIAL, S. A. SOCIEDAD UNIPERSONAL
REPRESENTADA POR D. JOSÉ M.ª SANZ MARTÍNEZ
CONSEJERO

BMS PROMOCIÓN Y DESARROLLO, S.L.
REPRESENTADA POR D. JOSÉ LUÍS NAVARRO FABRA
CONSEJERO

D. RAFAEL BUSUTIL SANTOS
SECRETARIO NO CONSEJERO

Cabe mencionar que los consejeros de Natraceutical no son remunerados con dietas, créditos, planes de pensiones, etc., ni con otro tipo de retribución similar, ni perciben una retribución alguna ligada a las acciones. La sociedad no tiene hoy ningún plan de opciones sobre acciones ni ha presentado al Consejo de Administración ninguna propuesta a este respecto.

Participaciones que ostenta el Consejo de Administración

Denominación del partícipe	% Total
Abastanza, S.L.	0,738
BMS Promoción y Desarrollo, S.L.	3,502
Lladró Comercial, S.A. sociedad unipersonal	2,951

Los principales accionistas de Natraceutical y sus participaciones a 31 de diciembre de 2002 eran los siguientes:

Natra, S.A.	83,33%
Freefloat	16,67%

A 31 de diciembre de 2002 Natra, S.A. es la única sociedad con una participación superior al 10%, al mantener la titularidad del 83,33% de las acciones de la Sociedad dominante.

Natraceutical apoya firmemente el refuerzo de la normativa relativa a la transparencia de las empresas y los deberes de lealtad de los administradores y estima que es oportuno permitir la autorregulación de las empresas en el resto de los aspectos relativos al gobierno de la misma.

El marco regulador del gobierno corporativo de las empresas se encuentra en plena transformación, tanto a través de disposiciones legales (la Ley 44/2002 de Medidas de Reforma del Sistema Financiero o la nueva Ley del Mercado de Valores), como de códigos con mayor o menor fuerza vinculante, como el Informe Aldama, que constituye, de hecho, una revisión del anterior Código Olivencia, y que propone cambios legales acerca de la transparencia sobre el gobierno de las empresas.

De hecho, Natraceutical, como cualquier otra sociedad cotizada en bolsa, está obligada por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) a formular y remitir, antes del 23 de agosto de 2003, un Reglamento Interno de Conducta que contemple y asuma las novedades y previsiones contenidas en la Ley del Mercado de Valores, así como un compromiso escrito que garantice la actualización de dicho reglamento y que su contenido sea comprendido y aceptado por todas las personas afectadas por el mismo dentro de la organización.



La anteriormente citada Ley Financiera ha supuesto, entre otras novedades, la introducción preceptiva de una nueva figura encaminada a velar por el mayor rigor posible en el control de las cuentas anuales de las sociedades emisoras de valores cuyas acciones u obligaciones estén admitidas a negociación en un mercado secundario oficial de valores. Se trata del denominado Comité de Auditoría, el cual deberá contar con una mayoría de consejeros no ejecutivos nombrados por el Consejo de Administración, debiendo elegirse su presidente entre dichos consejeros no ejecutivos.

En este sentido, el Consejo de Administración trabajaba en la elaboración del mismo a fecha de formulación de las Cuentas Anuales 2002, con el fin de aprobar en el primer cuatrimestre de 2003 el Reglamento Interno de Conducta en Materias Relativas a los Mercados de Valores de NATRACEUTICAL, S.A. y todas sus entidades filiales y participadas, para regular la actuación en su ámbito de los miembros del órgano de administración y de determinados empleados.

Este hecho supone la modificación de los Estatutos Sociales de la compañía, incorporando un nuevo artículo que regula estatutariamente la Comisión de Auditoría, tal como exige la Ley de Medidas de Reforma del Sistema Financiero, y que se presentará a la aprobación de la Junta General de Accionistas que está prevista para el 20 de junio de 2003.