

**DOCUMENTO DE AMPLIACIÓN REDUCIDO PARA EL MERCADO
ALTERNATIVO BURSÁTIL, SEGMENTO PARA EMPRESAS EN
EXPANSIÓN (MAB-EE) DE AB-BIOTICS, S.A.**



Noviembre 2011

El presente Documento ha sido redactado de conformidad con el modelo establecido en el Anexo II de la Circular MAB 1/2011 sobre requisitos y procedimientos aplicables a los aumentos de capital de entidades cuyas acciones estén incorporadas a negociación en el Mercado Alternativo Bursátil Segmento Empresas en Expansión, actuando DCM Asesores, Dirección y Consultoría de Mercados, S.L. como Asesor Registrado, en cumplimiento de lo establecido en la Circular MAB 5/2010 y Circular MAB 10/2010.

Ni la Sociedad Rectora del Mercado Alternativo Bursátil ni la Comisión Nacional del Mercado de Valores han aprobado o efectuado ningún tipo de verificación o comprobación en relación con el contenido del Documento de Ampliación.

Se recomienda al inversor leer integra y cuidadosamente el presente Documento de Ampliación con anterioridad a cualquier decisión de inversión.

DCM Asesores, Dirección y Consultoría de Mercados, S.L. con domicilio social en Calle Menéndez y Pelayo, 8, 2º, de A Coruña y provista del N.I.F. B-70160296, debidamente inscrita en el Registro Mercantil de A Coruña al Tomo 3.307, Folio 139, Hoja N° C-43.646, Inscripción 1ª, Asesor Registrado en el Mercado Alternativo Bursátil - Segmento de Empresas en Expansión (en adelante también "el Mercado"), actuando en tal condición respecto de AB-BIOTICS, S.A. (en lo sucesivo también "la Sociedad"), entidad que ha decidido solicitar la incorporación de las acciones de nueva emisión objeto de la ampliación de capital al Mercado, y a los efectos previstos en el apartado quinto B,1º y 3º y C, de la Circular del Mercado 10/2010, de 4 de enero, sobre el Asesor Registrado en el Mercado Alternativo Bursátil

DECLARA

Primero. Ha asistido y colaborado con la Sociedad en la preparación del Documento de Ampliación Reducido exigido por la Circular 1/2011 del Mercado, de 23 de Mayo, de requisitos y procedimientos aplicables a los aumentos de capital.

Segundo. Ha revisado la información que dicha Sociedad ha reunido y publicado y que el Documento de Ampliación cumple con las exigencias de contenido, precisión y claridad que le son aplicables, no omite datos relevantes y no induce a confusión a los inversores.

ÍNDICE

1	INCORPORACIÓN POR REFERENCIA DEL DOCUMENTO INFORMATIVO DE INCORPORACIÓN	5
1.1	Mención a la existencia del Documento Informativo de Incorporación y a que se encuentra disponible en las páginas webs de la entidad emisora y del Mercado	5
1.2	Persona o personas físicas responsables de la información contenida en el Documento de Ampliación. Declaración por su parte de que la misma, según su conocimiento, es conforme con la realidad y de que no aprecian ninguna omisión relevante.....	5
1.3	Identificación completa de la Sociedad	6
2	ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL DOCUMENTO INFORMATIVO DE INCORPORACIÓN.....	7
2.1	Finalidad de la ampliación de capital. Destino de los fondos que vayan a obtenerse como consecuencia de la incorporación de las acciones de nueva emisión	7
2.2	Factores de riesgo. Actualización de los factores de riesgo incluidos en el Documento Informativo de Incorporación	8
2.3	Información financiera	8
2.4	Previsiones o estimaciones de carácter numérico sobre ingresos y costes futuros.....	11
2.4.1	Plan de negocio	11
2.4.2	En caso de que se hubieran cuantificado previsiones o estimaciones de carácter numérico sobre ingresos y costes futuros en el Documento Informativo de Incorporación al Mercado, información respecto al grado de cumplimiento de las mismas.....	22
2.4.3	Confirmación de que las previsiones y estimaciones se han preparado utilizando criterios comparables a los utilizados para la información financiera histórica.....	23
2.4.4	Asunciones y factores principales que podrían afectar sustancialmente al cumplimiento de las previsiones o estimaciones	23
2.4.5	Declaración de los administradores del Emisor de que las previsiones o estimaciones derivan de análisis efectuados con una diligencia razonable	23
2.5	Información sobre tendencias significativas en cuanto a producción, ventas y costes del Emisor desde el cierre del último ejercicio hasta la fecha del Documento de Ampliación	24
2.6	Información pública disponible.....	26
3	INFORMACIÓN RELATIVA A LA AMPLIACIÓN DE CAPITAL	27
3.1	Número de acciones de nueva emisión cuya incorporación se solicita y valor nominal de las mismas	27
3.2	Periodo de suscripción de las acciones de nueva emisión	28
3.3	Información relativa a la intención de acudir a la ampliación de capital por parte de los accionistas principales o los miembros del Consejo de Administración	32
3.4	Características principales de las acciones de nueva emisión y los derechos que incorporan	32
3.5	En caso de existir, descripción de cualquier restricción o condicionamiento a la libre transmisibilidad de las acciones de nueva emisión, compatible con la negociación en el MAB-EE...	32
4	OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS.....	33

5	ASESOR REGISTRADO Y OTROS EXPERTOS O ASESORES.....	33
5.1	Información relativa al Asesor Registrado	33
5.2	Declaraciones o informes de terceros emitidos en calidad de experto, incluyendo cualificaciones y, en su caso, cualquier interés relevante que el tercero tenga en el Emisor	34
5.3	Información relativa a otros asesores que hayan colaborado en el proceso de incorporación de las acciones de nueva emisión en el MAB-EE.....	34
	ANEXO I: Descripción del Plan de Negocio.....	35
	Líneas de Negocio.....	35
	Productos y servicios propios	41
	Estrategia comercial	51
	Organigrama	72

1 INCORPORACIÓN POR REFERENCIA DEL DOCUMENTO INFORMATIVO DE INCORPORACIÓN

1.1 Mención a la existencia del Documento Informativo de Incorporación y a que se encuentra disponible en las páginas webs de la entidad emisora y del Mercado

AB-BIOTICS, S.A. (en adelante, indistintamente, “**AB-BIOTICS**”, “la **Compañía**”, la “**Sociedad**” o el “**Emisor**”) preparó, con ocasión de su incorporación al MAB-EE, producida el 20 de julio de 2010, el correspondiente Documento Informativo de Incorporación, de conformidad con el modelo establecido en el Anexo I de la Circular MAB 5/2010 sobre requisitos y procedimientos aplicables a la incorporación y exclusión en el Mercado Alternativo Bursátil de acciones emitidas por Empresas en Expansión.

Dicho Documento Informativo de Incorporación está disponible al público en la página web de la Sociedad (www.ab-biotics.com), así como en la página web del Mercado Alternativo Bursátil (www.bolsasymercados.es/mab/esp/marcos.htm), donde además se podrá encontrar la información relativa a la compañía y a su negocio.

Asimismo, el pasado mes de Julio de 2011 la Sociedad recibió el informe favorable del Comité de Coordinación e Incorporaciones del MAB en relación al Documento de Ampliación de Capital (en los términos de la Circular MAB 1/2011) que tuvo por objeto la adquisición de la compañía Quantum Experimental, S.L. (en adelante, indistintamente, “Quantum Experimental” o “Quantum”).

El referido Documento de Ampliación se encuentra a disposición del público en la web de la Sociedad (www.ab-biotics.com) y del Mercado Alternativo Bursátil (www.bolsasymercados.es/mab/esp/marcos.htm).

1.2 Persona o personas físicas responsables de la información contenida en el Documento de Ampliación. Declaración por su parte de que la misma, según su conocimiento, es conforme con la realidad y de que no aprecian ninguna omisión relevante

Don Miquel Àngel Bonachera Sierra y Don Sergi Audivert Brugué, en nombre y representación de AB-BIOTICS, S.A., como Consejeros Delegados de la compañía nombrados en el Consejo de Administración de la Sociedad celebrado el 11 de Mayo de 2010, asumen la responsabilidad por el contenido del presente Documento de Ampliación, cuyo formato se ajusta al Anexo II de la Circular MAB 1/2011 de requisitos y procedimientos aplicables a los aumentos de capital de entidades cuyas acciones estén incorporadas a negociación al Mercado Alternativo Bursátil Segmento para Empresas en Expansión.

Don Miquel Àngel Bonachera Sierra y Don Sergi Audivert Brugué como responsables del presente Documento de Ampliación, declaran que la información contenida en el mismo es, según su conocimiento, conforme con la realidad y que no incurre en ninguna omisión relevante.

1.3 Identificación completa de la Sociedad

AB-BIOTICS, S.A es una sociedad mercantil de duración indefinida y con domicilio social en Cerdanyola del Vallès (Barcelona), Viver d'Empreses de la UAB, Masía Can Fatjó del Molí, s/n, Parc Tecnològic del Vallès, con N.I.F. número A-63497473.

Fue constituida por tiempo indefinido con la denominación de "AB-BIOTICS Producciones Industriales de Microbiotas, S.L." y posteriormente transformada a Sociedad Anónima pasando a denominarse AB-BIOTICS, S.A por medio de escritura autorizada ante el notario de Barcelona, Don Federico Sampol Bèrgamo, Notario del Il·ltre. Colegio de Catalunya en fecha 6 de abril de 2010, con el número 454 de su protocolo. La Sociedad está inscrita en el Registro Mercantil de Barcelona, al Tomo 36567, Folio 82, Hoja B-293983, Inscripción 1ª.

La Junta General Extraordinaria de accionistas de la compañía celebrada el pasado 11 de abril de 2011, acordó la modificación del artículo 2 de los Estatutos Sociales a los efectos de ampliar el objeto social para incluir la prestación de servicios sanitarios en el ámbito de los análisis genéticos.

Así, el objeto social de la Sociedad se recoge en el artículo 2 de los Estatutos Sociales, cuyo texto literal es el siguiente:

Artículo 2.Objeto Social

2.1. Constituye el objeto de la Sociedad:

- a) *La investigación, el desarrollo, la innovación y la producción de soluciones biotecnológicas que mejoren la salud y el bienestar de las personas.*
- b) *La comercialización, la distribución, la exportación y la importación de cualesquiera productos relacionados con los señalados en el apartado anterior.*
- c) *El desarrollo, la adquisición, la transmisión, la cesión, la explotación y la comercialización de toda clase de derechos de propiedad industrial e intelectual.*
- d) *La prestación de cualesquiera servicios relacionados con las actividades mencionadas en los anteriores apartados.*
- e) *La prestación de servicios sanitarios en el ámbito de los análisis genéticos.*

2.2. *El objeto social podrá realizarse por la Sociedad, ya directamente, ya indirectamente, incluso mediante la titularidad de acciones o participaciones en sociedades con objeto idéntico, análogo o parecido.*

2.3. *Quedan excluidas del objeto social todas aquellas actividades para cuyo ejercicio la Ley exija requisitos especiales que no queden cumplidos por la Sociedad.*

2.4. Si las disposiciones legales exigiesen para el ejercicio de algunas de las actividades comprendidas en el objeto social algún título profesional o autorización administrativa o inscripción en Registro Público de cualquier clase, dichas actividades deberán realizarse por medio de persona que ostente dicha titulación profesional y, en su caso, no podrán iniciarse antes de que se hayan cumplido los requisitos administrativos exigidos”.

2 ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL DOCUMENTO INFORMATIVO DE INCORPORACIÓN

2.1 Finalidad de la ampliación de capital. Destino de los fondos que vayan a obtenerse como consecuencia de la incorporación de las acciones de nueva emisión

La ampliación de capital de AB-Biotics tiene por objeto ampliar la base accionarial de la Sociedad y captar recursos con los que poder desarrollar un nuevo Plan de Negocio cuyo eje principal recae en la expansión internacional de la compañía tal y como se detallará en el punto 2.4 del presente Documento.

El capital captado con motivo de esta ampliación se destinará en gran medida (aproximadamente un 74%) a la expansión comercial del área de negocio de AB-Genotyping y más concretamente a la distribución del Neurofarmagen a otros países, basándose en una combinación de:

- Adquisición de laboratorios y empresas en algunos de los países objetivo.
- Establecimiento de oficinas comerciales y logísticas.
- Acuerdos de distribución.

El restante 26% del capital captado se destinará, tal y como se detalla en el punto 2.4 de este Documento, al área de AB-Ingredientes Funcionales y a los costes de Fundraising resultantes de la operación.

De esta forma, la Junta General Extraordinaria de accionistas realizada el pasado 15 de Septiembre acordó por unanimidad ampliar el capital social mediante la creación y puesta en circulación de hasta 10.400.000 acciones ordinarias, con un valor nominal de 0,05 euros y con una prima de emisión a determinar por parte del Consejo de Administración.

AB-GENOTYPING extenderá la comercialización del Neurofarmagen a nivel internacional en Estados Unidos, México, Brasil, Turquía, Francia, Alemania y Reino Unido.

La estrategia de entrada será una combinación de adquisiciones de laboratorios y empresas, con acuerdos de comercialización y logística. Como se verá en el apartado 2.4 del presente Documento, la penetración de mercado es progresiva, empezando en el 2011 con una penetración de mercado muy baja. En paralelo, se lanzará la comercialización de nuevas referencias a corto y medio plazo.

Esta ampliación de capital será un hito más realizado por la compañía desde que en Julio de 2010 iniciase su andadura en el Mercado Alternativo Bursátil, y que el pasado mes de Julio realizase la primera ampliación de capital no dineraria de este Mercado.

2.2 Factores de riesgo. Actualización de los factores de riesgo incluidos en el Documento Informativo de Incorporación

Los factores de riesgo existentes coinciden con los incluidos en el Documento informativo de Incorporación al Mercado. No obstante, dado el ambicioso plan de internacionalización de la compañía, deberán tenerse en cuenta además los siguientes riesgos potenciales relacionados con la oportunidad de inversión en AB-Biotics:

- Riesgo de desviación entre las proyecciones de las adquisiciones al realizarlas y el posterior resultado real.
- Riesgo de dilatación temporal en el crecimiento de las ventas y en el de gastos/inversiones.
- Riesgo operativo en la ejecución, por el enorme salto cualitativo que se da, y su dificultad.
- Riesgo de que deba adecuarse el plan de negocio en el caso de que la suscripción de la ampliación de capital no alcance los niveles previstos.
- Riesgo macroeconómico y microeconómico de cada nuevo país.
- Riesgo de posicionamiento en la cadena de valor local.
- Costes o cambios inesperados en la normativa nacional e internacional.

2.3 Información financiera

El pasado 15 de septiembre de 2011 y en cumplimiento de lo dispuesto en la Circular 9/2010 del Mercado Alternativo Bursátil, AB-Biotics publicó el informe financiero semestral relativo a los seis primeros meses del ejercicio 2011 que incluía revisión limitada sobre los estados financieros intermedios a 30 de Junio de 2011 elaborado por el auditor de la Sociedad.

Las cuentas semestrales de la Sociedad, correspondientes al primer semestre del ejercicio 2011, se encuentran a disposición de los inversores en las páginas web de la Sociedad y del Mercado Alternativo Bursátil.

Los ingresos de la compañía a 30 de Junio de 2011 alcanzaron los 2,2 millones de euros, representando un crecimiento del 52,3% con respecto al primer semestre de 2010 y un 43,8% de los ingresos estimados a 31 de diciembre de 2011.

Se reproducen a continuación las cifras del balance y cuentas de pérdidas y ganancias de la Sociedad correspondientes al primer semestre del ejercicio 2011:

Balance de Situación a 30/06/2011

ACTIVO	30 de Junio de 2011	31 de Diciembre de 2010
A) ACTIVO NO CORRIENTE	3.783.207,94	3.042.215,81
I. Inmovilizado Intangible	2.688.129,48	2.125.486,17
II. Inmovilizado Material	257.063,03	184.869,17
IV. Invers. empresas grupo y asociadas	821.109,01	714.996,96
a) Instrumentos de patrimonio	821.109,01	714.996,96
V. Inversiones financieras a L/P	8.988,79	2.860,00
VI. Activos por impuesto diferido	7.917,63	14.003,51
B) ACTIVO CORRIENTE	3.146.548,87	3.131.896,65
II. Existencias	65.076,39	65.076,39
III. Deudores ciales y otras cuentas cobrar	1.974.308,26	1.891.395,28
1. Clientes ventas y Prestaciones Serv	1.898.899,10	1.823.685,69
3. Otros Deudores	75.409,16	67.709,59
V. Inversiones financieras a C/P	951,78	6.000,00
VI. Periodificaciones a C/P	51.694,92	51.694,92
VII. Efectivo y otros activos líquidos eq	1.054.517,52	1.117.730,06
TOTAL ACTIVO (A+B)	6.929.756,81	6.174.112,46

PASIVO	30 de Junio de 2011	31 de Diciembre de 2010
A) PATRIMONIO NETO	4.007.429,44	4.652.161,90
A-1) Fondos propios	3.879.047,32	4.583.555,68
I. Capital	250.795,00	250.795,00
1. Capital escriturado	250.795,00	250.795,00
II. Prima de emisión	4.204.023,48	4.491.398,28
III. Reservas	344.424,02	31.838,86
1. Reservas	344.424,02	31.838,86
IV. Acciones y partici. patrimonio prop.	-310.819,51	-200.001,56
V. Resultados Ejercicios Anteriores	0,00	-8.071,40
VII. Resultado del ejercicio	-609.375,67	17.596,50
Ingresos/gastos pendiente cierre	-609.375,67	-60,00
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	128.382,12	68.606,22
B) PASIVO NO CORRIENTE	1.754.808,98	1.408.876,78
II. Deudas a L/P	1.745.707,38	1.386.008,04
1. Deudas con entidades de crédito	343.711,77	558.305,98
3. Otras deudas a L/P	1.401.995,61	827.702,06
IV. Pasivos por impuesto diferido	9.101,60	22.868,74
C) PASIVO CORRIENTE	1.167.518,39	113.073,78
III. Deudas a C/P	79.032,28	8.541,42
1. Deudas con entidades de crédito	64.639,97	0,00
3. Otras deudas a C/P	14.392,31	8.541,42
IV. Deudas con emp. grupo y asociadas	4.341,52	4.341,52
V. Acreedores ciales. Y otras ctas. A pagar	1.084.144,59	100.190,84
1. Proveedores	171.523,20	64.924,42
b) Proveedores a C/P	171.523,20	64.924,42
2. Otros acreedores	912.621,39	35.266,42
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	6.929.756,81	6.174.112,46

Cuenta de Pérdidas y Ganancias abreviada a 30/06/2011

PÉRDIDAS Y GANANCIAS	30 de Junio de 2011	31 de Diciembre de 2010
1. Importe neto de la cifra de negocios	1.256.457,70	1.801.686,24
3. Trab.realizados por la empresa para su actividad	620.081,00	1.295.627,00
4. Aprovisionamientos	-433.935,88	-428.947,71
5. Otros ingresos de explotación	282.894,74	380.343,57
b) Subvenciones explot.incorporadas Rtdo.	282.894,74	380.343,57
6. Gastos de personal	-697.691,04	-953.974,22
a) Sueldos, salarios y asimilados	-552.082,54	-757.796,46
b) Indemnizaciones	-3.850,50	0,00
c) Seguridad social a cargo de la empresa	-101.453,59	-132.181,44
f) Otros gastos sociales	-40.304,41	-63.996,32
7. Otros gastos de explotación	-1.458.351,10	-2.079.377,70
8. Amortización del inmovilizado	-177.246,96	-121.982,51
9. Imputación subvenciones inmovil.no financiero	0,00	111.666,77
11. Deterioro y Rtdo.enajenaciones inmovil.	0,00	10.396,08
b) Resultados por enajenaciones y otras	0,00	10.396,08
b1) Beneficios	0,00	10.396,08
13. Otros Resultados	50,80	-1.326,00
A) Resultado explotación (del 1 al 13)	-607.740,74	14.111,52
14. Ingresos financieros	11.333,57	12.238,15
b) Otros ingresos financieros	11.333,57	12.238,15
b2) De val. Negociables y otros inst.fin	11.333,57	12.238,15
b21) De empresas del grupo y asociadas	11.271,52	12.238,15
b22) De terceros	62,05	0,00
15. Gastos financieros	-13.094,37	-3.042,31
a) Por deudas con empresas grupo y asociadas	-8.250,27	-820,81
b) Por deudas con terceros	-4.844,10	-2.221,50
17. Diferencias de cambio	125,87	-1.269,73
B) Resultado financiero (14+15+16+17+18+19)	-1.634,93	7.926,11
C) Resultado antes de impuestos (A+B)	-609.375,67	22.037,63
20. Impuestos Sobre beneficios		-4.441,13
D) Resultado del ejercicio (C+20)	-609.375,67	17.596,50

2.4 Previsiones o estimaciones de carácter numérico sobre ingresos y costes futuros

2.4.1 Plan de negocio

Las líneas de Negocio de la compañía siguen siendo fundamentalmente las descritas en su día en el Documento de Incorporación al Mercado con tres matizaciones:

1. La incorporación en el área de I+D OUTSOURCING de la compañía Quantum Experimental, S.L.
2. La internacionalización del área de AB-GENOTYPING.
3. Se devolverá parte de la prima de emisión, tal como se explicaba en el correspondiente hecho relevante disponible en la web del MAB y de la compañía, mediante entrega de dinero o participaciones sociales de AB-THERAPEUTICS. Las acciones que no sean distribuidas a accionistas, serán vendidas a terceros con los que ya hay negociaciones en este sentido. A efectos de previsiones del nuevo plan de negocio, se ha mantenido en balance la participación entretanto no es efectiva la salida del grupo de esta compañía, si bien en cuanto se materialice su salida, prevista a corto plazo, dejará de tener tal reflejo.

El Anexo I recoge información sobre diversos aspectos de la actividad de la compañía que se consideran relevantes de cara a entender el Plan de Internacionalización que se contempla en el presente Documento:

- Líneas de Negocio
- Productos y servicios propios
- Estrategia comercial
- Organigrama

A lo largo de este apartado se expone el nuevo Plan de Negocio de la compañía. Dado el ambicioso plan estratégico de internacionalización, el Plan de Negocio expuesto a continuación es diferente del publicado hasta la fecha a través de los diferentes documentos presentados al Mercado.

El nuevo Plan de Negocio que a continuación se expone, incluye el plan de expansión y diversificación internacional de la compañía, en el ámbito de la nueva estrategia en la que está inmersa, quedando sin efecto el Plan de Negocio anterior.

Líneas estratégicas del Plan de Negocio

Las líneas estratégicas que sustentan el Plan de Negocio de AB-Biotics se componen de cinco aspectos fundamentales que afectan a las tres áreas de negocio existentes:

1. Incrementar las ventas y desarrollar los canales de distribución de sus productos y servicios.

Se han lanzado ya al mercado productos y servicios, y otros están en pipeline con un *time to market* a corto plazo, lo cual requerirá de la introducción de los productos y servicios en nuevos canales de distribución, así como fortalecer los ya iniciados.

En el caso de AB-Biotics I+D OUTSOURCING implicará la consolidación de los proyectos de *early licensing* en que se viene demostrando sobrado *track-record* durante los últimos cinco ejercicios. Si bien la incorporación de Quantum Experimental amplía el espectro de actuación y aporta una cartera de clientes sinérgica con los servicios que ofrece AB-Biotics en su división de servicios. La integración del equipo comercial de Quantum Experimental libera tiempo al equipo directivo de AB-Biotics que será empleado en la explotación de las licencias de la división de Ingredientes Funcionales.

En el caso de AB-Biotics INGREDIENTES FUNCIONALES, se potenciará inicialmente la comercialización de AB-FORTIS, AB-LIFE e I3.1, y el resto del pipeline a medio plazo.

En el caso de AB-GENOTYPING, se extenderá la comercialización del Neurofarmagen a nivel internacional en Estados Unidos, México, Brasil, Turquía, Francia, Alemania y Reino Unido. La estrategia de entrada es una combinación de adquisiciones de laboratorios y empresas biotec, con acuerdos de comercialización y logística. La penetración de mercado es progresiva, empezando en el 2011, en Estados Unidos, y en 2012 en el resto, con una penetración de mercado muy baja. En paralelo, se lanzará la comercialización de nuevas referencias a corto y medio plazo.

2. Financiar las actividades de investigación y desarrollo de los próximos años potenciando la evidencia clínica de las patentes en otros países, mejorando así el potencial de rentabilidad de las licencias.

3. Expandir el negocio de medicina personalizada en distintos países mediante la implementación del plan de internacionalización de Neurofarmagen que se ha comentado en los puntos anteriores.

4. A pesar del esfuerzo de desarrollo de negocio, que supone este Plan de Negocio y gracias a los buenos márgenes, se estima entrar en beneficios a partir de 2014.

No obstante lo anterior, la compañía hará sus máximos esfuerzos para retribuir al accionista desde el 2012, por vías distintas al beneficio generado.

5. Consolidar el posicionamiento en mercado e incrementar la imagen de marca.

Actualmente AB-Biotics tiene una posición competitiva buena en sus mercados, pero desea refrendarla con un posicionamiento de marca acorde con el mismo y que le permita impulsar la comercialización de sus productos.

Principales hipótesis empleadas en la elaboración del Plan de Negocio

Las hipótesis de desarrollo de negocio que sustentan el Plan de Negocio por áreas son las siguientes:

- AB-Biotics R&D SERVICES:
 - I+D Outsourcing: Reducirá su actividad hasta situarse en un entorno de un millón de euros anuales en 2015, manteniendo la rentabilidad.
 - Quantum Experimental: Crecimiento moderado de los servicios (10-15% anual).
- AB-GENOTYPING: Crecimiento internacional de Neurofarmagen mediante un fuerte plan de expansión comercial y crecimiento inorgánico.
- AB-Biotics INGREDIENTES FUNCIONALES: A nivel de inversión, se destinará principalmente a completar la llegada al mercado de 3 patentes con clínica terminada y contratos de licencia.

Proyecciones de la cuenta de pérdidas y ganancias de AB-BIOTICS (2011-2016)

A continuación se muestra la cuenta de pérdidas y ganancias correspondiente a los ejercicios comprendidos por el Plan de Negocio, en base al cierre de 2010, y que se cuantifican para las líneas de negocio de: INGREDIENTES FUNCIONALES (también referida como FUNCTIONAL INGREDIENTS), AB-GENOTYPING (incluyendo el Plan de Expansión Internacional) y R&D SERVICES (también referida como AB-Biotics PROJECT MANAGEMENT y QUANTUM EXPERIMENTAL).

Cuenta de Resultados ('000€)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS TOTALES	3.589	5.024	12.021	22.002	39.124	62.586	86.396
Coste de las Ventas	952	2.583	4.038	6.494	10.694	16.071	21.470
Margen Bruto	2.637	2.441	7.983	15.509	28.430	46.515	64.926
% Margen Bruto	73%	49%	66%	70%	73%	74%	75%
Costes Operativos							
Desarrollo de Producto	990	918	2.075	1.414	1.633	1.920	1.103
Ventas y Marketing	742	1.754	4.637	7.620	11.777	16.821	21.604
General & Administración	778	1.125	2.598	3.176	3.728	4.492	5.269
Coste de los Negocios No Funcionales (adquisiciones)	0	0	2.740	3.152	3.624	4.168	4.793
Total Costes Operativos	2.510	3.797	12.049	15.362	20.762	27.401	32.768
% s/ingresos	70%	76%	100%	70%	53%	44%	38%
EBITDA	127	-1.355	-4.066	147	7.668	19.114	32.158
% s/ingresos	4%	-27%	-34%	1%	20%	31%	37%
Amortización y Depreciación	113	789	682	783	959	1.123	1.163
EBIT (Resultado de Explotación)	14	-2.145	-4.748	-636	6.708	17.991	30.995
Ingresos Extraordinarios	0	-372	-802	0	0	0	0
Ingresos Financieros / (Costes Financieros)	8	0	0	0	0	0	0
Resultado antes de Impuestos	22	-2.517	-5.550	-636	6.708	17.991	30.995
Impuestos	4	78	112	88	681	6.031	8.191
Beneficio Neto	18	-2.595	-5.663	-724	6.027	11.960	22.805
% s/ventas	0%	-52%	-47%	-3%	15%	19%	26%

La evolución de los ingresos agregados experimenta un crecimiento sustancial a partir del ejercicio 2011, al coincidir en el tiempo el agresivo plan de internacionalización del

negocio de farmogenética y el inicio de las ventas, bajo licencia, de Ingredientes Funcionales.

El presente Plan de Negocio incorpora también ajustes respecto al plan vigente para el año 2011, además de la actualización para los años siguientes. Los ajustes del 2011 reflejan una disminución en la cifra de negocios debida principalmente a (i) la desviación de los esfuerzos de la compañía en el desarrollo del plan de internacionalización que se desarrolla en el presente Documento, (ii) al retraso en la comercialización de los ingredientes funcionales, (iii) y a un menor volumen de cifra de negocios en proyectos de I+D Outsourcing. Este último punto, se atribuye a la situación económica actual, que ha provocado que muchas empresas cliente paralicen los proyectos de I+D y a una disminución de los presupuestos públicos para I+D, que están estrechamente vinculados a la contratación de proyectos I+D Outsourcing de la compañía.

Evolución de la cifra de ventas

A continuación se detallan las estimaciones de la cifra de ventas para el periodo 2011-2016 por líneas de negocio:

Ingresos ('000€)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
AB-GENOTYPING (Nacional & Internacional)	656	1.776	5.129	14.106	28.694	46.675	63.407
AB-FUNCTIONAL INGREDIENTS	1.399	570	1.079	1.660	3.470	8.075	14.131
R&D SERVICES (incl. Quantum)	1.533	3.309	3.483	3.555	3.874	4.277	4.763
Otros Ingresos No Funcionales (Negocios Adquiridos)	0	0	3.094	3.558	4.092	4.706	5.412
Menos Transacciones Intercompañía	0	-630	-764	-877	-1.006	-1.147	-1.317
TOTAL INGRESOS	3.589	5.024	12.021	22.002	39.124	62.586	86.396

No se han considerado activaciones de trabajos en las expectativas de ingresos por un criterio de prudencia.

Mientras que hasta en el ejercicio 2010 inclusive las ventas de la compañía estaban centradas en el área de I+D OUTSOURCING, durante el periodo contemplado en el Plan de Negocio, irán cobrando mayor peso las áreas de AB-GENOTYPING y AB-INGREDIENTES FUNCIONALES.

La evolución estimada para las ventas de ingredientes funcionales está basada en la estrategia de obtención de ingresos a través de la venta de licencias sobre los productos propiedad de la compañía, siendo el cliente objetivo de éstos la industria farmacéutica y alimentaria. Aunque se contemplan los primeros ingresos para el ejercicio 2010, derivados de subvenciones y activaciones, es a partir de 2011 cuando la compañía empieza a tener ingresos directos de licencias, que crecen de forma exponencial en los próximos 5 años. Estas expectativas están fundamentadas en las negociaciones que se vienen celebrando en los últimos meses entre la compañía y distintos grupos internacionales que han manifestado interés concreto en el pipeline de ingredientes funcionales y probióticos de AB-Biotics.

En el caso de los servicios del área de farmacogenética, la evolución de las ventas se sustenta en el posicionamiento en un mercado con expectativas de muy alto crecimiento

como es el de la medicina personalizada basada en técnicas de diagnóstico genético. En concreto, las ventas del primer producto en mercado (Neurofarmagen) se espera que alcancen un ritmo superior a las 40 unidades mensuales durante el ejercicio 2011, y duplicar el ritmo consecutivamente durante los ejercicios 2012 y 2013. Asimismo, como ya se ha explicado en apartados anteriores, el peso principal de AB-GENOTYPING proviene de la expansión internacional en Estados Unidos, México, Brasil, Turquía, Alemania, Francia y Reino Unido. En los 3 primeros países, dado que la expansión se realiza a través de adquisiciones, también se han tenido en cuenta las ventas provenientes de los negocios pre-existentes en las empresas adquiridas, que aparecen desglosadas en el cuadro anterior como “Otros Ingresos no Funcionales”.

Dada la importancia relativa de la unidad de negocio de AB-GENOTYPING a continuación se expone el desglose de las ventas por países:

Ingresos AB-GENOTYPING ('000€)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
España	656	1.065	1.670	4.062	6.470	8.957	10.771
Estados Unidos	0	711	2.288	6.343	12.875	19.493	23.066
México	0	0	707	1.654	3.539	5.792	8.569
Brasil	0	0	233	1.227	3.289	6.499	10.902
Turquía	0	0	40	115	262	516	918
Alemania	0	0	67	240	800	1.856	3.022
Francia	0	0	76	249	719	1.663	2.971
Reino Unido	0	0	49	216	739	1.899	3.187
TOTAL INGRESOS AB-GENOTYPING	656	1.776	5.129	14.106	28.694	46.675	63.407

En este análisis no se han considerado activaciones de trabajos en las expectativas de ingresos por un criterio de prudencia, y se ha considerado un nivel de ayudas públicas limitado, que apenas impacta al Plan de Negocio.

Por otro lado, una de las razones que avalan la adquisición de Quantum, tiene que ver con la capacidad de ésta de prestar servicios a otros negocios de AB-Biotics, esencialmente de Regulatory y Análisis Clínicos. Por ello, en el cuadro de ingresos totales se detalla la facturación intercompañía (ver línea “Menos transacciones Intercompañía”).

Evolución del coste de ventas

A continuación se detallan la evolución prevista para el coste de ventas:

Coste de las Ventas ('000€)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
AB-GENOTYPING (Nacional & Internacional)	79	688	2.138	4.426	8.346	13.126	17.782
AB-FUNCTIONAL INGREDIENTS	20	36	83	166	347	808	1.413
R&D SERVICES (incl. Quantum)	853	2.174	2.199	2.340	2.504	2.711	2.933
Intercompañía	0	-315	-382	-438	-503	-574	-658
TOTAL COSTE DE VENTAS	952	2.583	4.038	6.494	10.694	16.071	21.470

Los costes tienen un comportamiento distinto según el negocio de que se trate. Así, R+D SERVICES se espera que reporte unos costes alrededor del 65% del precio de venta.

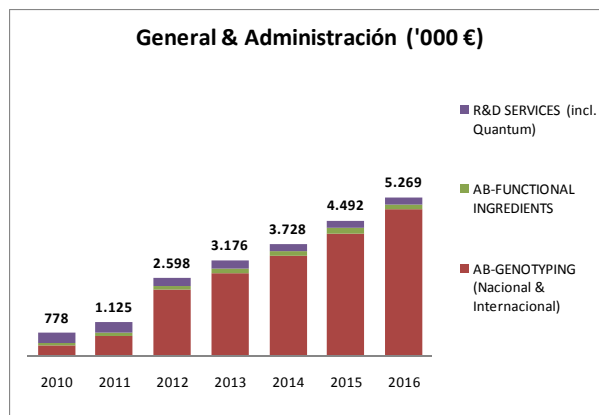
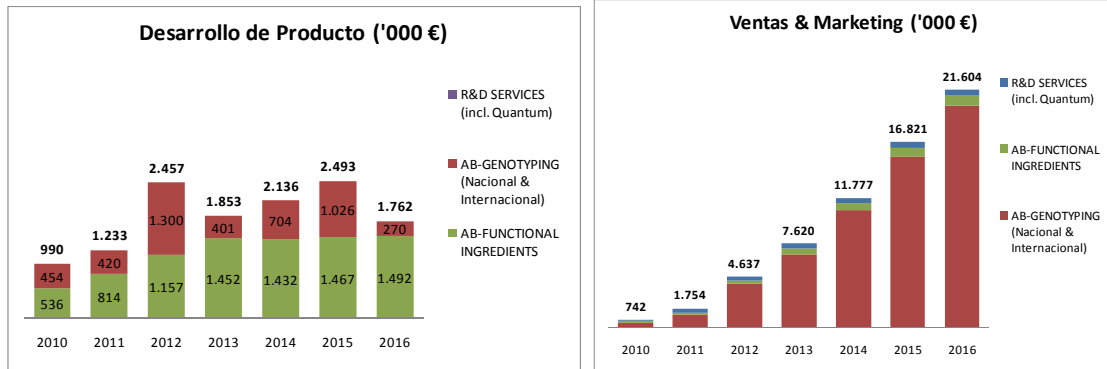
Por su parte, el coste del área de INGREDIENTES FUNCIONALES, que apenas repercute un coste estable, toda vez que se trata de una estrategia de negocio basada en licencias, sin costes de producción, se sitúa ligeramente por debajo del 10%.

Finalmente, el área de farmacogenética, AB-GENOTYPING, sí recoge una evolución previsible en coste de ventas proporcional a la evolución de las mismas, por cuanto estamos hablando de la prestación de un servicio de análisis genético en que cada unidad vendida sí produce su propio coste unitario, estimado en un 30% del precio promedio de venta.

Evolución de costes operativos

A continuación se detallan la evolución prevista para los costes operativos:

Costes Operativos (*000€)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Desarrollo de Producto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
AB-GENOTYPING (Nacional & Internacional)	454	420	1.300	401	704	1.026	270
AB-FUNCTIONAL INGREDIENTS	536	814	1.157	1.452	1.432	1.467	1.492
R&D SERVICES (incl. Quantum)	0	0	0	0	0	0	0
Total Desarrollo de Producto	990	1.233	2.457	1.853	2.136	2.493	1.762
Ventas & Marketing	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
AB-GENOTYPING (Nacional & Internacional)	405	1.153	4.006	6.592	10.670	15.446	20.084
AB-FUNCTIONAL INGREDIENTS	192	214	264	560	614	848	953
R&D SERVICES (incl. Quantum)	145	386	366	468	492	528	566
Total Ventas & Marketing	742	1.754	4.637	7.620	11.777	16.821	21.604
General & Administración	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
AB-GENOTYPING (Nacional & Internacional)	365	692	2.202	2.762	3.338	4.078	4.859
AB-FUNCTIONAL INGREDIENTS	73	86	116	165	145	164	160
R&D SERVICES (incl. Quantum)	340	347	280	248	245	249	250
Total General & Administración	778	1.125	2.598	3.176	3.728	4.492	5.269
Total Costes Compañías Adquiridas	0	0	2.740	3.152	3.624	4.168	4.793
Total Transacciones Intercompañía	0	-315	-382	-438	-503	-574	-658
TOTAL COSTES OPERATIVOS	2.510	3.797	12.049	15.362	20.762	27.401	32.768



Los gastos operativos crecen de manera más acusada en el área comercial, multiplicándose por 30 en 5 años.

Los gastos de desarrollo de producto, incluyen un estudio clínico en 2012 dentro de la división de AB-Genotyping con 2.000 pacientes, con el objetivo de obtener un análisis del ahorro económico que se deriva del uso de Neurofarmagen. Con dichos resultados, la compañía pretende introducir el análisis farmacogenético en el sistema de salud pública, tanto en España como en el resto de países donde el sistema sanitario público tiene un peso importante (i.e. Europa). Asimismo, en la partida de gastos de desarrollo de producto, se incluyen los estudios clínicos para acelerar la llegada a mercado de los probióticos (división AB-Functional Ingredients), con Health Claims aprobados por la FDA y la EFSA.

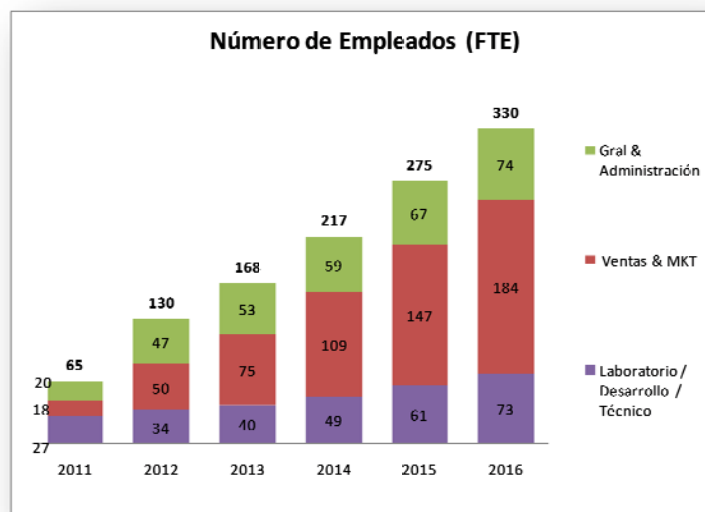
Evolución de los gastos de personal

Los costes de personal marcan de manera clara la evolución del negocio, sobre todo en el negocio de AB-GENOTYPING y en la actividad comercial.

Coste de Personal ('000€)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
AB-GENOTYPING (Nacional & Internacional)	473	1.481	4.760	7.038	10.468	14.585	18.708
AB-FUNCTIONAL INGREDIENTS	213	559	805	1.168	1.170	1.242	1.272
R&D SERVICES (incl. Quantum)	268	1.482	1.529	1.594	1.650	1.784	1.892
TOTAL COSTE DE PERSONAL	954	3.522	7.094	9.800	13.289	17.611	21.873

A nivel de número de empleados, la previsión es la siguiente:

Número de Empleados, por función	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Laboratorio / Desarrollo / Técnico	2011	2012	2013	2014	2015	2016
AB-GENOTYPING (Nacional & Internacional)	5	9	14	23	35	46
AB-FUNCTIONAL INGREDIENTS	7	9	12	11	11	10
R&D SERVICES (incl. Quantum)	15	15	15	15	16	16
TOTAL FTE - Laboratorio / Desarrollo / Técnico	27	34	40	49	61	73
Ventas & MKT	2011	2012	2013	2014	2015	2016
AB-GENOTYPING (Nacional & Internacional)	11	42	63	96	132	167
AB-FUNCTIONAL INGREDIENTS	1	2	4	5	6	7
R&D SERVICES (incl. Quantum)	6	6	8	8	9	10
TOTAL FTE - Ventas & MKT	18	50	75	109	147	184
Gral & Administración	2011	2012	2013	2014	2015	2016
AB-GENOTYPING (Nacional & Internacional)	10	38	45	51	59	66
AB-FUNCTIONAL INGREDIENTS	1	2	2	2	2	2
R&D SERVICES (incl. Quantum)	8	7	6	6	6	5
TOTAL FTE - Gral & Administración	20	47	53	59	67	74
TOTAL NÚMERO DE EMPLEADOS	65	130	168	217	275	330



Evolución del Balance de AB-BIOTICS (2011-2016)

Balance ('000€)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ACTIVOS							
Caja y Equivalentes	1.318	4.571	7.238	4.221	6.757	14.487	33.029
Clientes	1.949	3.024	3.464	5.023	8.217	12.488	17.214
Existencias	65	97	240	471	856	1.355	1.860
Coste de Ampliación de Capital (temporal)	0	0	0	0	0	0	0
Prepaid & Deferred	0	0	0	0	0	0	0
Total Activos Corrientes	3.332	7.691	10.942	9.715	15.830	28.330	52.103
Impuestos Diferidos	14	14	14	14	14	14	14
Activos Materiales Netos	184	978	1.710	1.949	2.172	2.204	2.117
Activos Intangibles Netos	2.126	2.901	3.237	3.590	4.031	4.486	4.873
Goodwill	0	3.654	7.528	7.528	7.528	7.528	7.528
Activos Financieros (Participaciones)	718	737	737	737	737	737	737
TOTAL ACTIVOS	6.374	15.975	24.169	23.534	30.313	43.300	67.373
PASIVO							
Proveedores	104	975	1.390	1.479	2.231	3.258	4.527
Otras Deudas a corto plazo	8	287	287	287	287	287	287
Parte actual de Financiación de Equipos	0	24	24	24	24	24	24
Notas a pagar (US)	0	714	0	0	0	0	0
Total Deudas a Corto Plazo	112	2.000	1.701	1.789	2.541	3.569	4.837
Deuda a Largo Plazo							
Deuda a Largo Plazo	1.409	1.941	1.941	1.941	1.941	1.941	1.941
Total Deuda	1.521	3.941	3.642	3.730	4.483	5.510	6.779
Fondos Propios							
Reservas	92	455	-2.140	-7.802	-8.526	-2.499	9.460
Capital Social	251	274	434	717	717	717	717
Prima de Emisión	4.491	5.900	13.740	27.613	27.613	27.613	27.613
Ampliación de Capital		8.000	14.155	0	0	0	0
Beneficio Neto	18	-2.595	-5.663	-724	6.027	11.960	22.805
Total Fondos Propios	4.852	12.034	20.527	19.803	25.830	37.789	60.594
TOTAL PASIVO	6.374	15.975	24.169	23.534	30.313	43.300	67.373

(*) La participación financiera en AB-THERAPEUTICS dejará de existir en cuanto se acabe de consumir la devolución de parte de prima de emisión comunicada en hecho relevante de fecha 16 de septiembre de 2011, y se vendan en su caso las participaciones sobrantes a inversores que ya han manifestado interés en adquirirlas. Se mantiene no obstante formalmente en las previsiones aquí reflejadas por cuanto hoy por hoy forma parte del balance de la sociedad.

La necesidad financiera global del plan de negocio de la compañía se secuencia en dos fases: una primera en la que los fondos se hacen necesarios en el ejercicio 2011 y alcanza los 8 millones de euros, incorporando los 14 millones de euros restantes a partir del ejercicio 2012. De este modo, en caso de que la captación de la operación reflejada en este documento resultase incompleta, está prevista su complementación con una nueva operación en el ejercicio 2012.

Para el dimensionamiento del capital circulante se han considerado los ratios habituales para este tipo de negocio en los nuevos mercados en los que se espera operar y se han mantenido los históricos para el mercado doméstico.

La inversión en inmovilizado se debe sobre todo a la necesidad de dimensionar la capacidad operativa al crecimiento esperado.

Asimismo, el intangible se debe a la necesidad de capitalización de conocimiento y adquisición de patentes para el negocio de Ingredientes Funcionales.

Para el cálculo de la necesidad financiera no se ha contemplado la obtención de deuda financiera adicional.

El *Goodwill* derivado de la estrategia de crecimiento inorgánico en la división genómica está pendiente de determinar con exactitud una vez llevado a cabo el proceso de Due diligence de las potenciales adquisiciones de empresas que el Plan de Negocio contempla.

A nivel de las adquisiciones y entrada en países con Neurofarmagen, el calendario previsto es el siguiente:

- **2011:**
 - Adquisición empresa Biotec en Estados Unidos.
- **2012:**
 - Adquisición laboratorio clínico en México.
 - Adquisición laboratorio genético en Brasil.
 - Acuerdo de distribución de Neurofarmagen con un laboratorio de primer nivel en Turquía.
 - Establecimiento de oficinas comerciales en Francia, Reino Unido y Alemania (durante 2012 y 2013), con personal del país en cuestión. A nivel logístico, se establecerán acuerdos con laboratorios implantados y con alta capilaridad, en cada uno de los territorios.

Las adquisiciones se estructurarán con un pago inicial (*upfront*), mediante una combinación de caja e intercambio de acciones, y unos pagos complementarios posteriores secuenciados en hitos (*milestones*) en la medida que se vaya dando cumplimiento al Plan de Negocio acordado en la negociación de las adquisiciones, y tras las pertinentes *Due Diligences* de las compañías objetivo. En el balance y cash-flow se refleja el pago inicial de las adquisiciones, sin embargo no se han contemplado los pagos correspondientes al cumplimiento de los hitos, ya que en caso de cumplirse dichos hitos significará que la empresa adquirida ha superado con creces las expectativas del Business Plan incorporado a estas previsiones. Por ello, en cualquier caso, el efecto del pago aplazado sería neutro o positivo para el conjunto del Plan de Negocio.

Evolución del Cash Flow

A continuación se detallan la evolución prevista para el cash-flow:

Cash Flow ('000€)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Beneficio Neto	18	-2.595	-5.663	-724	6.027	11.960	22.805
Amortización	113	789	682	783	959	1.123	1.163
CAPEX	-389	-1.193	-1.750	-1.375	-1.624	-1.610	-1.462
Variación del Working Capital	-241	-210	-168	-1.701	-2.827	-3.743	-3.962
Deuda Financiera: Incremento / (Reducción)	0	176	-714	0	0	0	0
Cash Flow Operativo	-499	-3.033	-7.613	-3.017	2.536	7.730	18.542
Coste de las adquisiciones y entrada en países	0	-1.714	-3.874	0	0	0	0
Free Cash Flow para el Inversor	-499	-4.747	-11.488	-3.017	2.536	7.730	18.542

El buen margen de los diferentes negocios de la compañía permite que, a pesar del gran esfuerzo que se lleva a cabo para su desarrollo y crecimiento, el *cash flow* sea positivo a partir de 2014.

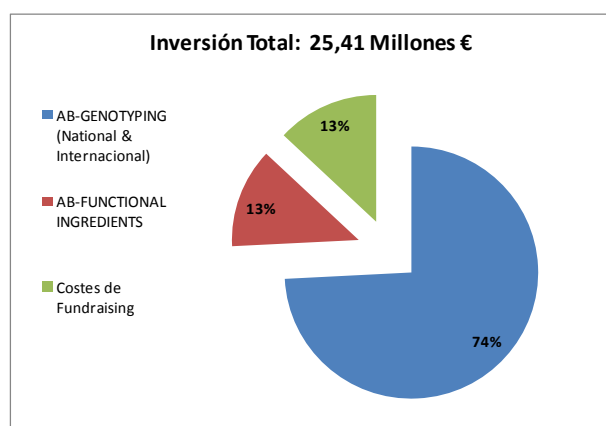
Evolución de las actividades de inversión

A continuación se detallan la evolución prevista para las actividades de inversión:

CAPEX ('000€)	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Activos Materiales						
AB-GENOTYPING (Nacional & Internacional)	467	1.146	726	830	760	638
AB-FUNCTIONAL INGREDIENTS						
R&D SERVICES (incl. Quantum)	30	50	50	70	70	70
Inversión Total en Activos Materiales	497	1.196	776	900	830	708
Activos Intangibles						
AB-GENOTYPING (Nacional & Internacional)	315	288	232	206	180	154
AB-FUNCTIONAL INGREDIENTS	381	266	367	517	600	600
R&D SERVICES (incl. Quantum)						
Inversión Total en Activos Intangibles	696	554	599	724	780	754
TOTAL CAPEX	1.193	1.750	1.375	1.624	1.610	1.462

La inversión se centra en proveer capacidad operativa al negocio de Genotyping y a la necesidad de adquirir conocimiento para la actividad de Ingredientes Funcionales.

Para que la compañía pueda acometer el Plan de Negocio expuesto con anterioridad, las necesidades de inversión para cada línea de negocio son las siguientes:



Total Inversión necesaria para el Plan 22.097

Costes de Fundraising 3.315

INVERSIÓN TOTAL ('000€) 25.412

Necesidad Operativa para el Plan de Negocio: 22,10 M€

AB-Ingredientes Funcionales (probióticos) sigue siendo un mercado atractivo con un elevado potencial de crecimiento. La inversión se destinará a la comercialización de los recientes éxitos, así como a la aceleración del pipeline actual.

AB-Genotyping (farmacogenética) es un nuevo mercado emergente donde la compañía ya cuenta con la experiencia de éxito en España. La inversión se centrará en la expansión de mercado para posicionar a AB-Biotics como referente en la adopción de la farmacogenética a nivel internacional.

Las necesidades de inversión requeridas para el desarrollo del Plan de Negocio también requieren una inversión adicional para cubrir los costes de fundraising.

Para la primera fase del plan de expansión, AB-Biotics prevé una inversión inicial de entre 6 y 8 Millones de euros, en el marco del plan de negocio global y del importe máximo de ampliación autorizado por la junta de accionistas de fecha 15 de septiembre en función de la demanda percibida, que permitirían a la compañía:

1. Entrar en el mercado de **Estados Unidos**, mediante la adquisición de una empresa biotecnológica como plataforma para introducir Neurofarmagen en dicho mercado.
2. Consolidar la estrategia comercial de AB-Genotyping en **España**, incluyendo el estudio clínico para entrar en la sanidad pública.
3. Desarrollar los estudios clínicos con probióticos necesarios para la obtención de los **Health Claims** para su licencia como Ingrediente Funcional.

Tal como se comenta en la página 19 del presente documento, en caso de suscripción incompleta de la operación planteada, está ya contemplada una nueva operación que la complemente para cubrir la necesidad financiera a partir del ejercicio 2013.

2.4.2 En caso de que se hubieran cuantificado previsiones o estimaciones de carácter numérico sobre ingresos y costes futuros en el Documento Informativo de Incorporación al Mercado, información respecto al grado de cumplimiento de las mismas

El Plan de Negocio que presenta la compañía en el presente Documento de Ampliación y que recoge la ampliación de capital proyectada (apartado 2.4. del presente Documento), sustituye al publicado en el Documento de Información al Mercado original con el que la compañía se listó en MAB.

El actual incluye el amplio plan de expansión y diversificación internacional de la compañía, en el ámbito de la nueva estrategia en la que está inmersa, quedando sin efecto el Plan de Negocio anterior.

2.4.3 Confirmación de que las previsiones y estimaciones se han preparado utilizando criterios comparables a los utilizados para la información financiera histórica

El balance de situación y la cuenta de pérdidas y ganancias proyectados contenidos en este epígrafe y relativa al Plan de Negocio de la Sociedad están elaborados siguiendo las normas del nuevo Plan General de Contabilidad, (aprobado por medio del Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre) y es comparable con la información financiera histórica correspondiente al ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2010, al haberse elaborado con arreglo a los mismos principios y criterios contables aplicados por AB-Biotics en las cuentas anuales correspondientes al citado ejercicio.

2.4.4 Asunciones y factores principales que podrían afectar sustancialmente al cumplimiento de las previsiones o estimaciones

La evolución del negocio de la compañía en los términos proyectados en su Plan de Negocio depende fundamentalmente de cuatro factores de riesgo:

1. Que no sean exitosos los desarrollos científicos del pipeline.
2. Que no sea exitosa la comercialización de los productos.
3. Que la integración de Quantum no evolucione conforme a lo deseado.
4. Que existan desviaciones del plan de internacionalización como pueden ser desviaciones entre las proyecciones de las adquisiciones al realizarlas y el posterior resultado real.

2.4.5 Declaración de los administradores del Emisor de que las previsiones o estimaciones derivan de análisis efectuados con una diligencia razonable

La información financiera incluida en el presente apartado 2.4 se basa en la situación económica, de mercado y regulatoria actual, y en la información que posee la Sociedad a la fecha de presentación de este Documento de Ampliación. Las alteraciones que puedan producirse con posterioridad a dicha fecha podrían modificar las cifras reflejadas en el mencionado apartado.

La información financiera incluida en el presente apartado 2.4 incluye estimaciones, proyecciones y previsiones que son, por su naturaleza, inciertas y por tanto podrían ser susceptibles de no cumplirse en el futuro. No obstante, con la información conocida hasta la fecha, AB-Biotics cree que las expectativas que han servido de base para la elaboración de las previsiones y estimaciones son razonables.

Asimismo, el Consejo de Administración de la Sociedad no garantiza las posibles desviaciones que pudieran producirse en los distintos factores ajenos a su control que influyen en los resultados futuros de la Sociedad, ni por tanto, del cumplimiento de las perspectivas incluidas en el Plan de Negocio.

2.5 Información sobre tendencias significativas en cuanto a producción, ventas y costes del Emisor desde el cierre del último ejercicio hasta la fecha del Documento de Ampliación

A continuación se exponen los resultados provisionales a cierre de Septiembre 2011 comparados con el Plan de Negocio vigente publicado en Julio 2011. No obstante, se destaca que el presente Documento de Ampliación, una vez aprobado y publicado, reemplazará el Plan de Negocio anterior.

Perdidas y Ganancias	Septiembre 2011 (*)	2011 e
Ingresos	3.474.005	6.248.727
Coste de ventas	-777.770	-1.161.653
Margen Bruto	2.696.234	5.087.074
Personal	-1.668.424	-2.639.608
Clínicos & I+D	-352.027	-915.382
Otros	-1.472.600	-748.113
Gastos operativos	-3.493.051	-4.303.103
Beneficio de las operaciones	-796.817	783.971
Depreciaciones	-299.666	-221.027
Provisión por Insolvencias	-422.285	
Beneficio neto de las operaciones	-1.518.768	562.944
Resultados financieros	-44.695	-35.417
Resultado neto antes de impuestos	-1.563.463	527.527
Impuesto sobre beneficios		-158.258
Beneficio neto	-1.563.463	369.269

(*) datos provisionales a 30 de septiembre incluyendo Quantum Experimental, S.L.

BALANCE Septiembre 2011 (*)		2011 e
ACTIVO		7.540.871
		8.141.833
Activo no corriente intangible	2.954.475	2.554.774
Depreciación acumulada	-334.638	-183.551
Intangible no corriente neto	2.619.837	2.371.223
Activo no corriente material	817.346	749.992
Depreciación acumulada	-203.554	-275.402
Participación en empresas del grupo	1.030.093	714.997
Activo no corriente material y financiero neto	1.643.885	1.189.587
Existencias	65.076	27.205
Cuentas a cobrar	2.573.361	1.952.500
Otros	169.218	203.425
Activos líquidos	469.494	2.397.894
Activo corriente	3.277.149	4.581.024
PASIVO		7.540.872
		8.141.833
Equity	3.530.574	5.475.059
Capital social	440.795	440.795
Reservas	4.653.243	4.664.995
Pérdidas y ganancias	-1.563.464	369.269
Pasivo no corriente	2.866.387	1.797.888
Préstamos ordinarios	2.866.387	1.797.888
Pasivo corriente	1.143.911	868.886
Cuentas a pagar	1.143.911	710.628
Gastos acumulados		
Impuesto sobre beneficios		158.258

(*) datos provisionales a 30 de septiembre incluyendo Quantum Experimental, S.L.

Los resultados a Septiembre 2011 muestran unos ingresos consolidados del Grupo, incluyendo Quantum, de 3,5 Millones de euros, casi la misma cifra que a cierre de 2010 (3,6 Millones €).

La compañía prevé cerrar el ejercicio actual en 5,0 Millones de €, con un crecimiento anual del 40% aproximadamente. Sin embargo, a cierre de ejercicio según el Plan de Negocio todavía vigente los ingresos debían haber sido de 6,3 Millones de euros. Esta magnitud se ha reducido en este Documento de Ampliación, debido principalmente a que con esta ampliación de capital la compañía ha decidido poner el foco estratégico durante los últimos cuatro meses del ejercicio en el nuevo plan de expansión más que en los siguientes aspectos que se corresponden con el antiguo Plan de Negocio:

1. Menor ritmo de introducción comercial de Neurofarmagen en España que el proyectado inicialmente. Las expectativas de crecimiento para esta división se fijaron en un momento de introducción del servicio, y se sobreestimó la capacidad de penetración en un mercado incipiente, como es la medicina personalizada. A pesar de ello, en 2011 se han triplicado las ventas obtenidas en 2010. Este aprendizaje ha permitido a la compañía llevar a cabo un análisis del crecimiento futuro y de planificación de recursos, basado en el comportamiento actual del modelo de negocio en España y bajo unas hipótesis más conservadoras en cuanto a niveles de penetración.

2. El retraso en el cierre de licencias para el área de Ingredientes Funcionales, ya que las negociaciones con grandes grupos multinacionales ha sido más largo de lo esperado. No obstante, en Octubre 2011 ya se ha cerrado el primer acuerdo de licencia de AB-LIFE con la compañía farmacéutica LACER, para su distribución en España. En paralelo, se está en negociaciones con grandes empresas de alimentación y farma para el resto de productos.
3. El área de Project Management, o I+D Outsourcing, está por debajo de lo esperado ya que algunos proyectos de consultoría en I+D en cartera han “caído” debido a la coyuntura económica del momento. Asimismo, cabe destacar que esta división presenta una gran estacionalidad en los ingresos, siendo el último trimestre en el que históricamente la compañía ha facturado el mayor peso de las ventas anuales.

En cuanto a los costes operativos, destacar principalmente que ha aumentado la partida de Otros Gastos, donde se encuentran los costes vinculados al Plan de Internacionalización (estudios de mercados, viajes de prospección a los distintos países, consultores especializados, etc.). La compañía ha considerado imprescindible afrontar estos gastos para poder diseñar y presentar el presente Plan de Negocio con la conocimiento necesario de los distintos países donde AB-Biotics tiene previsto entrar en los próximos años: Estados Unidos, México, Brasil, Francia, Alemania, Reino Unido y Turquía.

Finalmente, tal y como ya se comentó en el Informe Semestral publicado el pasado 15 de Septiembre, el resultado neto se ha visto afectado por la provisión por insolvencias derivada de operaciones con el grupo Nueva Rumasa correspondientes al ejercicio 2010 (422.285 euros). Se trata de un impacto puntual, que repercute en el área de Project Management, respecto al que la compañía ya ha tomado las medidas legales oportunas para reclamar el crédito correspondiente. No obstante, por un tema de prudencia, AB-Biotics ha llevado a cabo la provisión de la deuda pendiente en el ejercicio 2011.

2.6 Información pública disponible

En cumplimiento de lo dispuesto en la Circular 9/2010 sobre la información a suministrar por Empresas en Expansión incorporadas a negociación en el Mercado Alternativo Bursátil, el **Documento Informativo de Incorporación al Mercado** de AB-BIOTICS, está disponible en la página web de la Sociedad (www.ab-biotics.com), así como en la página web de Bolsas y Mercados Españoles (www.bolsasymercados.es/mab), donde además se puede encontrar la información relativa a la compañía y a su negocio.

Ambas páginas webs, y atendiendo a la citada Circular 9/2010, recogen todos los documentos públicos que se han aportado al Mercado para la incorporación de los valores de AB-BIOTICS, así como toda la información periódica y relevante remitida al Mercado de conformidad con esta Circular.

3 INFORMACIÓN RELATIVA A LA AMPLIACIÓN DE CAPITAL

3.1 Número de acciones de nueva emisión cuya incorporación se solicita y valor nominal de las mismas

La ampliación de capital con cargo a aportaciones dinerarias contemplada en este Documento, se corresponde con la captación de recursos con los que poder desarrollar un nuevo Plan de Negocio cuyo eje principal recae en la expansión internacional de la compañía.

El capital social de AB-BIOTICS, S.A. está compuesto por 5.470.446 acciones de 0,05 euros de valor nominal cada una de ellas, alcanzando una cifra de capital social de 273.522,30 euros.

De esta forma, la Junta General Extraordinaria de accionistas realizada el pasado 15 de Septiembre acordó por unanimidad ampliar el capital social mediante la creación y puesta en circulación de hasta 10.400.000 acciones ordinarias, con un valor nominal de 0,05 euros y con una prima de emisión a determinar por parte del Consejo de Administración.

Al amparo de la delegación conferida por la Junta General Extraordinaria de Accionistas celebrada en primera convocatoria, el día 15 de Septiembre de 2011, el Consejo de Administración acordó por unanimidad, en su sesión celebrada el 25 de Octubre de 2011, aumentar el capital social de la Sociedad en los términos y condiciones que seguidamente se detallan.

Importe de la emisión y acciones que se emitirán:

Se ha acordado aumentar el capital social en la cuantía de 410.283,45 euros, mediante la emisión y puesta en circulación de 8.205.669 acciones de 0,05 euros de valor nominal cada una de ellas, que pertenecerán a la misma clase y serie que las acciones actualmente en circulación que estarán representadas mediante anotaciones en cuenta.

En consecuencia, las acciones que se emitan tendrán los mismos derechos políticos y económicos que las que se encuentran actualmente en circulación, y participarán en las ganancias sociales y en el patrimonio resultante a partir del momento en el que la ampliación se esté suscrita y desembolsada.

Capital resultante de la ampliación:

De suscribirse íntegramente la ampliación, el capital social resultante será de 683.805,75 euros, dividido en 13.676.115 acciones de 0,05 euros de valor nominal cada una de ellas. Se ha previsto la posibilidad de suscripción incompleta, con lo que el capital quedará efectivamente ampliado solo en la parte que resulte suscrita y desembolsada una vez concluido el periodo de suscripción de las acciones de nueva emisión que se describe en el epígrafe 3.2 siguiente.

Tipo de emisión:

El Consejo de Administración de la Sociedad en su sesión celebrada el pasado 17 de Octubre de 2011 acordó que las acciones nuevas se emitirán a su valor nominal, esto es, 0,05 euros por acción, mas una prima de emisión de 2,65 euros por acción.

Derecho de suscripción preferente:

Se reconoce el derecho de suscripción preferente a los titulares de acciones de la Sociedad, de conformidad con lo previsto en el artículo 304 de la Ley de Sociedades de Capital (en adelante, "LSC"), en la proporción de tres acciones nuevas por cada dos acciones antiguas.

Los derechos de suscripción preferente serán transmisibles, de conformidad con lo establecido en el artículo 306.2 de la LSC, en las mismas condiciones que las acciones de las que se derivan. En consecuencia, tendrán derecho de suscripción preferente aparte de los Accionistas Legitimados que no hubiesen transmitido sus derechos de suscripción preferente, los terceros inversores que adquieran tales derechos en el mercado en una proporción suficiente para suscribir nuevas acciones, excluyéndose la autocartera de la compañía.

3.2 Periodo de suscripción de las acciones de nueva emisión

El proceso de suscripción de las nuevas acciones se llevará a cabo en las siguientes tres vueltas y en los términos y plazos que se indican a continuación:

1. Periodo de Suscripción Preferente (primera vuelta).
2. Periodo de Asignación de Acciones Adicionales (segunda vuelta).
3. Periodo de Asignación Discrecional (tercera vuelta).

1. Periodo de Suscripción Preferente:

Tendrán derecho de suscripción preferente los accionistas de la Sociedad que lo sean a las 23.59 horas del día de publicación del anuncio del acuerdo de ampliación en el Boletín Oficial del Registro Mercantil (esto es, del día anterior al de inicio del periodo de suscripción preferente).

El Periodo de Suscripción finalizará transcurrido un mes desde la publicación de este anuncio en el Boletín Oficial del Registro Mercantil, de conformidad con lo establecido en el artículo 305 de la Ley de Sociedades de Capital (LSC), y comenzará el día siguiente al de la publicación de este acuerdo.

Este periodo no será prorrogable. Los Accionistas Legitimados podrán ejercer sus derechos de suscripción preferente durante el Periodo de Suscripción Preferente.

Para ejercer los derechos de suscripción preferente, las personas legitimadas deberán dirigirse a la Entidad Participante de Iberclear en cuyo registro contable tengan inscritos sus derechos de suscripción preferente (que será la Entidad Participante en la que tengan

depositadas las acciones que les confieren tales derechos), indicando su voluntad de ejercitar su derecho de suscripción preferente.

Las órdenes cursadas se entenderán formuladas con carácter firme, incondicional e irrevocable y conllevarán la suscripción de las acciones nuevas a las cuales se refieren. Los derechos de suscripción preferente no ejercitados se extinguirán automáticamente a la finalización del Periodo de Suscripción Preferente.

Durante el Periodo de Suscripción Preferente, al tiempo de ejercer sus derechos de suscripción preferente, los Accionistas y los Inversores podrán solicitar la suscripción de nuevas acciones adicionales de la Sociedad (en adelante, Acciones Adicionales) para el supuesto de que al término del Periodo de suscripción preferente quedaran nuevas acciones no suscritas en ejercicio del derecho de suscripción preferente.

Para solicitar Acciones adicionales, los Accionistas legitimados y /o Inversores deberán haber ejercitado algunos de los derechos de suscripción preferente que tuvieran depositados en ese momento en la Entidad Participante ante la que tengan intención de solicitar Acciones Adicionales y ejerciten los referidos derechos. Las órdenes relativas a la solicitud de Acciones Adicionales deberán formularse por un número determinado de Acciones Adicionales y no tendrán límite cuantitativo.

Las Entidades Participantes en IBERCLEAR serán las responsables de verificar que los Accionistas Legitimados e Inversores que soliciten Acciones Adicionales hayan ejercido previamente derechos de suscripción preferente que tengan depositados en ese momento en la Entidad participante de que se trate.

Sin perjuicio de que puedan no ser atendidas en su totalidad, las órdenes relativas a la solicitud de Acciones Adicionales se entenderán formuladas con carácter firme, irrevocable e incondicional.

En ningún caso se adjudicarán a los Accionistas Legitimados o a los Inversores que soliciten Acciones Adicionales un número mayor de acciones de las que se hubieren solicitado. La adjudicación de acciones adicionales quedará en todo caso condicionada a la existencia de acciones sobrantes tras el ejercicio de los derechos de suscripción preferente en el Periodo de Suscripción Preferente.

Mercado de Derechos de Suscripción Preferente:

La Compañía solicitará la apertura de un periodo de negociación de los derechos de suscripción preferente en el MAB, que dará comienzo el tercer día hábil siguiente a aquél en el que se efectúe la publicación del anuncio del acuerdo de ampliación en el Boletín Oficial del Registro Mercantil y tendrá una duración de diez días hábiles.

2. Periodo de Asignación de Acciones Adicionales:

En el supuesto en que, finalizado el Periodo de Suscripción Preferente, hubiera Acciones sobrantes, se abrirá el Periodo de Asignación de Acciones Adicionales a fin de su distribución entre los Accionistas Legitimados e Inversores que, conforme a lo previsto en el apartado anterior, hubiesen solicitado Acciones Adicionales en tiempo y forma.

La asignación de acciones adicionales tendrá lugar no más tarde del quinto día hábil siguiente a la fecha de finalización del Periodo de Suscripción Preferente.

En esa fecha la Entidad Agente procederá a determinar el número de acciones sobrantes y las asignará a aquellos Accionistas Legitimados e Inversores que hubieran solicitado Acciones Adicionales en tiempo y forma.

En el caso de que el número de Acciones Adicionales solicitadas fuese igual o inferior al número de acciones sobrantes, se asignarán en proporción a los solicitantes hasta cubrir íntegramente sus solicitudes.

En el caso de que el número de Acciones Adicionales fuere superior al de las acciones sobrantes, la Entidad Agente practicará un prorrateo conforme a las siguientes reglas:

- Las acciones sobrantes se adjudicarán de forma proporcional al volumen de Acciones Adicionales solicitado por cada Accionista Legitimado o Inversor. A tal efecto, se dividirá el número de acciones sobrantes entre el número de Acciones Adicionales solicitadas. En caso de fracciones en la adjudicación, se redondeará a la baja, de modo que resulte un número entero de acciones. Los porcentajes a utilizar para la asignación proporcional indicada se redondearán por defecto hasta ocho cifras decimales.
- Si tras la aplicación del prorrateo referido en el párrafo anterior, hubiese acciones sobrantes no adjudicadas por efecto del redondeo, se distribuirán una en una, por orden de mayor a menor cuantía de la solicitud de Acciones Adicionales y, en caso de igualdad por orden alfabético de los Accionistas Legitimados o Inversores que hubiesen formulado dichas solicitudes, tomando la primera posición del campo "Nombres y apellidos o Denominación", sea cual sea su contenido, que figure en las transmisiones electrónicas (o, en su defecto, en los soportes magnéticos) remitidos por las entidades Participantes, a partir de la Letra A.

La Entidad agente comunicará a las entidades Participantes a través de las que se formularon las respectivas solicitudes de suscripción de Acciones Adicionales, el número de nuevas acciones asignadas a los solicitantes, lo que se llevará a cabo el día hábil siguiente a la finalización del periodo de Asignación de acciones Adicionales.

3. Periodo de Asignación Discrecional:

Si tras la determinación por parte de la Entidad Agente del número de acciones nuevas suscritas en ejercicio del derecho de suscripción preferente y de la asignación de Acciones Adicionales quedasen acciones nuevas por suscribir y adjudicar, la Entidad Agente lo pondrá en conocimiento del Consejo de Administración de AB-BIOTICS, S.A. no más tarde de las once horas de Barcelona del sexto día hábil siguiente a la finalización del Periodo de Suscripción Preferente (la "Comunicación del Agente") y se iniciará un período de asignación de las acciones de asignación discrecional (las "Acciones de Asignación Discrecional").

El Periodo de Adjudicación Discrecional tendrá una duración máxima de 2 días hábiles desde la comunicación de la Entidad Agente prevista en el párrafo anterior y durante el mismo el Consejo de Administración podrá distribuir acciones a favor de terceros

inversores, sin que en ningún caso tenga la consideración de oferta pública de acuerdo con el artículo 38.1 del Real Decreto 1310/2005, de 4 de noviembre.

Durante el periodo mencionado, los inversores a los que se dirige, podrán presentar propuestas de suscripción de Acciones de Asignación Discrecional ante la entidad colocadora Bankia Bolsa y aquellas otras que pueda designar a tal efecto AB-BIOTICS, S.A. bajo la coordinación de Bankia Bolsa. Las propuestas de suscripción realizadas durante el Periodo de Asignación Discrecional serán firmes, incondicionales e irrevocables e incluirán el número de Acciones de Asignación Discrecional que cada inversor esté dispuesto a suscribir al Precio de Suscripción. Una vez comunicadas las asignaciones de Acciones de Asignación Discrecional a los inversores, sus propuestas se convertirán en órdenes de suscripción en firme.

En el caso que el número de Acciones Discrecionales solicitadas fuere superior al de las acciones sobrantes, la Entidad Agente practicará un prorrateo conforme a las reglas citadas para la asignación de Acciones Adicionales.

Cierre anticipado y suscripción incompleta

No obstante lo previsto en los apartados anteriores, AB-BIOTICS, S.A. podrá en cualquier momento dar por concluido el aumento de capital de forma anticipada una vez concluido el Periodo de Suscripción Preferente o, en su caso, el Período de Asignación Adicional de Acciones, siempre y cuando hubiese quedado íntegramente suscrito.

Habiéndose autorizado expresamente la posibilidad de una suscripción incompleta del aumento de capital, en el supuesto que el aumento no sea suscrito íntegramente dentro del plazo fijado al efecto, el capital se aumentará en la cuantía de las suscripciones realizadas. Una vez se produzca el desembolso de las acciones efectivamente suscritas, AB-BIOTICS, S.A. procederá a declarar suscrita y cerrada la ampliación de capital determinando su importe definitivo mediante hecho relevante.

Desembolso:

El desembolso íntegro del Precio de Suscripción de cada nueva acción suscrita en el ejercicio del derecho de suscripción preferente se hará efectivo en el momento de presentar la solicitud de suscripción a través de las entidades depositarias ante las que se cursen las correspondientes órdenes de suscripción.

El desembolso íntegro del Precio de Suscripción de cada acción nueva suscrita durante el Período de Asignación de Acciones Adicionales se realizará no más tarde de las 12:00 horas del sexto día hábil siguiente al de la finalización del Período de Suscripción Preferente, a través de las Entidades Participantes ante las que se hubieran cursado las correspondientes solicitudes. Las solicitudes de Acciones Adicionales que no sean desembolsadas en estos términos se tendrán por no efectuadas.

Los desembolsos del Periodo de Suscripción Preferente y del Periodo de Asignación de Acciones Adicionales se realizarán a través de Iberclear.

El desembolso íntegro del Precio de Suscripción de cada Acción de Asignación Discrecional deberá realizarse no más tarde de las 12 horas del siguiente día hábil respecto a la finalización del Periodo de Asignación Discrecional.

3.3 Información relativa a la intención de acudir a la ampliación de capital por parte de los accionistas principales o los miembros del Consejo de Administración

Los miembros del Consejo de Administración de la Sociedad y los directivos de la Sociedad, han manifestado su interés de acudir a la ampliación de capital, y en consecuencia, de suscribir acciones nuevas por importe de un millón de euros (1.000.000 €).

3.4 Características principales de las acciones de nueva emisión y los derechos que incorporan

El régimen legal aplicable a las acciones es el previsto en la ley española y, en concreto, en las disposiciones incluidas en el Real Decreto Legislativo 1/2010 de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital (en lo sucesivo "Ley de Sociedades de Capital") y en la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, así como en sus respectivas normativas de desarrollo que sean de aplicación.

Las acciones de nueva emisión estarán representadas por medio de anotaciones en cuenta y se hallarán inscritas en los correspondientes registros contables a cargo de la Sociedad de Gestión de los Sistemas de Registro, Compensación y Liquidación de Valores, S.A.U. ("Iberclear"), con domicilio en Madrid, Plaza Lealtad nº 1 y de sus entidades participantes autorizadas (en adelante, las "Entidades Participantes").

Las acciones de la Sociedad estarán denominadas en euros (€).

Las acciones objeto de la ampliación serán acciones ordinarias. Se hace constar que no existe otro tipo de acciones en la Sociedad, y que las acciones objeto de la ampliación gozarán de los mismos derechos políticos y económicos que las restantes acciones de AB-Biotics desde su emisión.

3.5 En caso de existir, descripción de cualquier restricción o condicionamiento a la libre transmisibilidad de las acciones de nueva emisión, compatible con la negociación en el MAB-EE

No hay restricciones ni condicionamientos a la libre transmisibilidad de las acciones de nueva emisión.

4 OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS

La Junta General Extraordinaria de accionistas celebrada el pasado 15 de Septiembre acordó por unanimidad autorizar al Consejo de Administración la concesión de préstamos por parte de la sociedad a los trabajadores de AB-Biotics para la adquisición de acciones de la sociedad hasta un máximo de un millón quinientos mil (1.500.000) euros; así como delegar en el órgano de administración en orden a la ejecución de la expresada autorización.

Asimismo se acordó autorizar al Consejo de Administración la adquisición de acciones de la sociedad, para su posterior venta a los trabajadores de AB-Biotics, en los términos del artículo 146 de la Ley de Sociedades de Capital, hasta la cantidad máxima de quinientas mil acciones (500.000), al importe unitario que resulte de la ejecución de la ampliación de capital aprobada en esta misma Junta; así como delegar en el órgano de administración en orden a la ejecución de la expresada autorización en el plazo máximo legalmente previsto.

5 ASESOR REGISTRADO Y OTROS EXPERTOS O ASESORES

5.1 Información relativa al Asesor Registrado

AB-Biotics designó, por acuerdo de la Junta General Universal y Extraordinaria de fecha 17 de febrero de 2010, a DCM Asesores, Dirección y Consultoría de Mercados, S.L. como Asesor Registrado, cumpliendo así el requisito que establece la Circular 5/2010 del MAB. En dicha Circular se establece la necesidad de contar con un Asesor Registrado en el proceso de incorporación al MAB para Empresas en Expansión y en todo momento mientras la sociedad esté presente en dicho mercado.

AB-BIOTICS y DCM Asesores, Dirección y Consultoría de Mercados, S.L. declaran que no existe entre ellos ninguna relación ni vínculo más allá del de Asesor Registrado, descrito en el presente apartado.

DCM Asesores, Dirección y Consultoría de Mercados, S.L. fue autorizado por el Consejo de Administración del MAB como Asesor Registrado el 19 de Junio de 2008, según se establece en la Circular MAB 10/2010, y está debidamente inscrita en el Registro de Asesores Registrados del MAB.

DCM Asesores, Dirección y Consultoría de Mercados, S.L. se constituyó en A Coruña el día 9 de abril de 2008, por tiempo indefinido, y está inscrita en el Registro Mercantil de A Coruña al Tomo 3.307, Folio 139, Hoja N° C-43.646, con C.I.F. B-70160296 y domicilio social en Menéndez Pelayo 8, 2º A Coruña.

DCM Asesores, Dirección y Consultoría de Mercados, S.L. (DCM) y sus profesionales tienen experiencia dilatada en todo lo referente a los mercados de valores y operaciones de capital. El grupo de profesionales de DCM que presta el servicio de Asesor Registrado está formado por un equipo multidisciplinar que aseguran la calidad y rigor en la prestación del servicio.

5.2 Declaraciones o informes de terceros emitidos en calidad de experto, incluyendo cualificaciones y, en su caso, cualquier interés relevante que el tercero tenga en el Emisor

No ha habido participación de terceros en la capacidad indicada.

5.3 Información relativa a otros asesores que hayan colaborado en el proceso de incorporación de las acciones de nueva emisión en el MAB-EE

Además de DCM Asesores, Dirección y Consultoría de Mercados, S.L. como Asesor Registrado y Bankia Bolsa, S.V., S.A. como Entidad Agente y Entidad Colocadora, han prestado sus servicios en relación al proceso de incorporación de las acciones de nueva emisión al MAB-EE objeto del presente Documento:

(i) ALLIANT ABOGADOS ASOCIADOS, S.L.P., despacho encargado del asesoramiento legal de AB-BIOTICS.

(ii) MIRABAUD FINANZAS SOCIEDAD DE VALORES, S.A., como colaborador en el proceso de captación de fondos de la ampliación de capital.

(iii) AMBERS CO XXI, S.A. como colaborador en el proceso de captación de fondos de la ampliación de capital.

ANEXO I: Descripción del Plan de Negocio

Líneas de Negocio

Como se comenta a lo largo del presente Documento, las líneas de Negocio de la compañía siguen siendo fundamentalmente las descritas en su día en el Documento de Incorporación al Mercado con tres matizaciones:

1. La incorporación en el área de I+D OUTSOURCING de la compañía Quantum Experimental, S.L.
2. La internacionalización del área de AB-GENOTYPING.
3. Se devolverá parte de la prima de emisión, tal como se explicaba en el correspondiente hecho relevante disponible en la web del MAB y de la compañía, mediante entrega de dinero o participaciones sociales de AB-THERAPEUTICS. Las acciones que no sean distribuidas a accionistas, serán vendidas a terceros con los que ya hay negociaciones en este sentido. A efectos de previsiones del nuevo plan de negocio, se ha mantenido en balance la participación entretanto no es efectiva la salida del grupo de esta compañía, si bien en cuanto se materialice su salida, prevista a corto plazo, dejará de tener tal reflejo.

AB-BIOTICS SERVICIOS I+D

Esta área de negocio, también denominada I+D OUTSOURCING ó AB-BIOTICS PROJECT MANAGEMENT, está destinada a la prestación de servicios de investigación y desarrollo para otras compañías, principalmente del sector alimentario y farmacéutico. Esta área fue la más beneficiada por las sinergias generadas por la adquisición de Quantum Experimental, permitiendo a la compañía ofrecer un servicio integral a sus clientes, desde la búsqueda y fabricación de un producto diseñado a medida hasta su comercialización, incluyendo toda la fase de documentación y reglamentación. En este sentido se distinguen dos sub-áreas:

- (i) **I+D Outsourcing:** ofrece el desarrollo conjunto de patentes con partners industriales. Originalmente orientada a prestar servicios de gestión de proyectos de I+D para otras compañías -normalmente clientes pertenecientes a los subsectores de suplementos alimenticios y alimentos funcionales- ha devenido en lo que de facto es un desarrollo conjunto del proyecto. Esta área acumula crecimientos constantes desde sus inicios. En los próximos años la compañía se focalizará en proyectos más rentables por lo que irá disminuyendo su peso en la cifra de negocio aunque no su rentabilidad.
- (ii) **Quantum Experimental:** la firma adquirida por AB-Biotics, actualmente integrada dentro del área de negocio de Servicios I+D, ofrece servicios integrales de alta tecnología y cualificación para el desarrollo de servicios en el sector de la salud, incluyendo servicios de ensayos clínicos, registros-servicios analíticos y asesoría industrial, para el desarrollo de medicamentos, complementos alimenticios, alimentos funcionales, productos sanitarios y nuevos ingredientes.

Una de sus ventajas competitivas es la aplicación pionera de conceptos farmacéuticos, en términos de calidad, regulatory y clínica, para el cada vez más complejo sector de la salud compuesto por alimentos funcionales, complementos alimenticios, cosméticos, etc.

AB-GENOTYPING:

Como se comentó con anterioridad, esta área de negocio será la que soporte el peso principal de la internacionalización.

AB-Genotyping España

Se trata de un área que presta servicios de medicina personalizada mediante el desarrollo de herramientas genéticas avanzadas para predecir la variabilidad de la respuesta a fármacos entre distintos pacientes, en base a su perfil genético.

A principios del año 2010 la compañía lanzó al mercado la primera de estas soluciones: Neurofarmagen, un chip de ADN que mediante un análisis de saliva permite valorar la predisposición del paciente para responder a los fármacos más utilizados en el tratamiento de enfermedades neuro psiquiátricas como la depresión, la esquizofrenia, el trastorno bipolar o la epilepsia. Esta área de la compañía tiene un pipeline propio de otros chips de ADN en desarrollo; el segundo de ellos, focalizado en el ámbito oncológico, llegará al mercado en el último trimestre de 2011.

AB-Genotyping: Internacionalización

De forma paralela, esta área de farmacogenética ha iniciado un proceso de internacionalización con el objetivo de comercializar Neurofarmagen en otros mercados.

La estrategia internacional de AB-Biotics se basa en llevar la línea de análisis genéticos, actualmente comercializada en España, a nuevos mercados en base a la expansión geográfica del Neurofarmagen en distintos países.

En la elaboración del Plan de Negocio se han analizado aquellos países que presentan un mayor atractivo por el tamaño de su mercado potencial, el grado de desarrollo económico y social, su crecimiento, así como indicadores de seguridad y riesgo país. Asimismo, también se han considerado factores más cualitativos, como por ejemplo el nivel de liderazgo en temas de medicina personalizada, que aporte elementos catalizadores para la apertura de nuevos mercados. Aunque la lista resultante es muy amplia, se han focalizado los esfuerzos en la introducción de Neurofarmagen en 7 países: Estados Unidos, México, Brasil, Turquía, Alemania, Francia y Reino Unido. Más adelante se describe la estrategia para cada país.

El mercado de la farmacogenética se encuentra en distintos grados de madurez según el país, pero en todos los casos nos encontramos delante de un mercado en clara fase inicial o de crecimiento acelerado. La primera consecuencia que se deriva de esto, es que para que AB-Biotics tenga un posicionamiento sostenible en los distintos mercados debe tomar posiciones y desarrollar la demanda primaria que permita una introducción rápida y una penetración de mercado acelerada.

La estrategia de AB-Biotics en un futuro dentro de esta área, se basa en dos pilares:

- Crecimiento inorgánico en base a adquisiciones que permita posicionar a la compañía en los distintos países de forma acelerada y que a su vez aporte a AB-Biotics una base de ingresos que facilite la recuperación de la inversión en un menor plazo de tiempo.
- Acuerdos comerciales y logísticos para Neurofarmagen con empresas locales de determinados países, con un desarrollo conjunto de la Estrategia de Marketing. El motivo reside en que el producto se halla en una fase claramente de introducción en el mercado, por lo tanto, es necesario desarrollar la necesidad primaria de los clientes y usuarios. En consecuencia, es importante mantener el control sobre el conocimiento del mercado. En este sentido, un riesgo a abordar claramente es que la posición de fuerza del distribuidor puede llegar a desplazar a la compañía del correspondiente país.

El grado de innovación de los productos así como la experiencia en el desarrollo comercial de los mismos en España, aportan elementos suficientes para adoptar una posición de liderazgo en cada uno de los países donde la compañía quiere tener presencia.

Por todo ello, la estrategia de entrada en los distintos países donde la misma se realice **mediante adquisición de laboratorios y/o empresas de biotecnología**, los candidatos deben presentar los siguientes rasgos comunes:

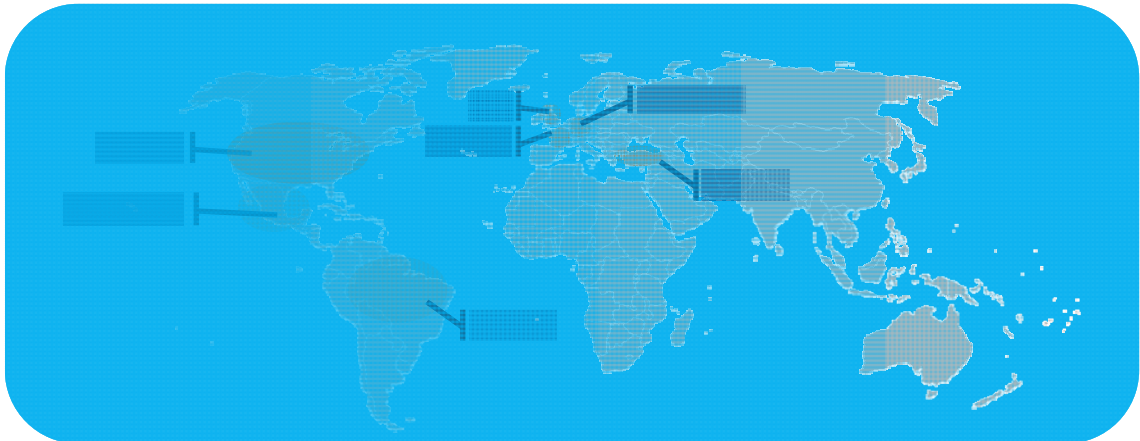
- Base operativa en funcionamiento con laboratorio y equipos propios.
- Ventas de ensayos clínicos y/o genéticos.
- Relaciones establecidas con los principales agentes del país a nivel sanitario: Hospitales, Compañías de Seguros Médicos, Laboratorios, etc.
- Laboratorios independientes, con todas las certificaciones y autorizaciones según la legislación de cada país.

En el caso de que la estrategia de entrada sea **mediante acuerdos de distribución con co-marketing y/o logística**, dichos laboratorios deben ofrecer las siguientes características:

- Laboratorio establecido en el país con un recorrido de más de 3 años, y con amplia experiencia en la distribución de análisis de valor añadido.
- Ventas recurrentes y con un resultado de explotación positivo.
- Relaciones establecidas con los principales agentes del país a nivel sanitario: Hospitales, Compañías de Seguros Médicos, Laboratorios, Agentes Reguladores, etc.
- Laboratorios independientes, con todas las certificaciones y autorizaciones según la legislación de cada país.

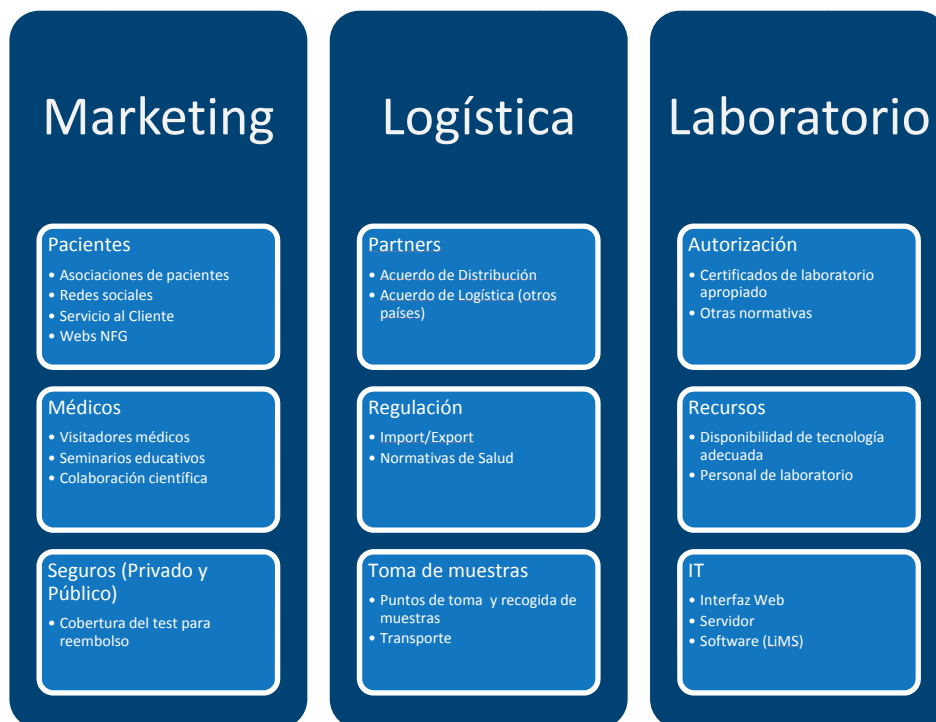
El tiempo es un factor crítico para el éxito del proyecto, ya que en los próximos años se consolidarán los test de farmacogenética, aumentará la competencia y será cada vez más difícil y más costoso entrar en el mercado. Este argumento refuerza la opción de entrar en los países con una estrategia combinada en base a adquisiciones y a acuerdos de

distribución, ya que permite alcanzar los objetivos de penetración mucho más rápidamente que si se optase por establecer una filial propia y desarrollar desde cero el modelo de negocio.



A la hora de definir la mejor estrategia de entrada de Neurofarmagen en cada país (analizada en el apartado de estrategia comercial), la compañía se ha centrado en el análisis de 3 drivers clave que permiten diseñar el modelo de negocio en cada caso según quién sea el responsable de las siguientes funciones empresariales:

- Distribución comercial y marketing: fuerza de ventas y estrategia de marketing.
- Logística y recogida de muestras.
- Laboratorio: análisis genético.



En paralelo, en cada país se ha definido un Consejo Asesor con miembros referentes tanto a nivel científico-médico como a nivel regulatorio y de servicio sanitario.

Para llevar a cabo el proceso de internacionalización, AB-Biotics se ha apoyado en partners locales en cada país para el *screening* e identificación de los laboratorios y empresas idóneos, según los criterios previamente descritos. Entre los partners más destacados está la Agencia para la Competitividad de la Empresa Catalana (ACC1Ó), que tiene oficinas comerciales en distintos países; así como consultores del MIT en Estados Unidos.

AB-BIOTICS INGREDIENTES FUNCIONALES

Se trata de la actividad de la compañía centrada en el desarrollo de ingredientes funcionales para mejorar la salud de las personas, fundamentalmente probióticos y otros nutracéuticos de aplicación en alimentos funcionales y suplementos alimenticios. Se trata de un mercado en permanente crecimiento para el cual se prevé ritmos de crecimiento anual de dos dígitos durante los próximos 5 años, debido a la mayor incidencia de enfermedades crónicas y el envejecimiento progresivo de la población, que han concienciado a la sociedad sobre la importancia de llevar un estilo de vida y una alimentación saludable. A ello se suman los documentados efectos positivos de los probióticos (microorganismos vivos que ejercen importantes beneficios para la salud), y la creciente tendencia en la aplicación de tratamientos preventivos.

AB-Biotics desarrolla esta actividad a través de una estrategia *in company*, para la cual dispone de un banco propio de más de 500 cepas salvajes. Esto permite diluir el esfuerzo financiero, diversificar el riesgo tecnológico y acrecentar las probabilidades de éxito comercial. La compañía cuenta con cinco patentes solicitadas y dos de sus productos en fase de comercialización, que están siendo objeto de interés tanto por parte de destacadas firmas internacionales como líderes nacionales tanto del sector farmacéutico como de la industria alimentaria, interesadas en concretar contratos de alto valor añadido a corto y a medio plazo.

AB-THERAPEUTICS

Con el objetivo de que AB-Biotics no viese diluida su actividad en la participación de la compañía AB-THERAPEUTICS (actividad demasiado dependiente de financiación externa y con ratios de inversión muy diferentes) y pudiendo centrar así su dedicación a otras ramas de su actividad, en la pasada Junta General Extraordinaria de accionistas celebrada el pasado 15 de Septiembre, la Sociedad aprobó por unanimidad la distribución de parte de la prima de emisión existente, mediante entrega de dinero o participaciones sociales de AB-THERAPEUTICS, a elección del accionista.

De esta forma se acordó por unanimidad proceder a un reparto de reservas a los accionistas por un importe máximo de 0,152 euros por cada acción, a recibir o bien en dinero o bien en especie mediante la entrega de participaciones sociales de la empresa AB-THERAPEUTICS, S.L.

De optar los accionistas por recibir la retribución en especie, serán necesarias trece acciones de AB-BIOTICS, S.A. para recibir una participación social de AB-THERAPEUTICS, S.L. En el supuesto de existir un resto de acciones, las mismas serán retribuidas dinerariamente al accionista a razón de 0,152 euros por acción.

La compañía concedió un plazo de diez días, a contar desde el anuncio publicado en el Borme y en la página web de la propia compañía (el pasado 23 de septiembre de 2011), a cada uno de los accionistas para comunicar si desean recibir el importe adjudicado en especie o en dinero, estableciéndose que una vez transcurrido el referido plazo sin haberse manifestado el accionista al respecto, se entenderá que ha optado por la retribución en dinero.

La entrega de efectivo o de las participaciones sociales se realizará en el plazo máximo de dos meses, a contar desde la finalización del plazo de diez días de la publicación del anuncio en el Borme, siendo los accionistas con derecho a participar en la distribución de parte de la prima de emisión existente, aquellos que lo fueran a cierre de la sesión del 22 de Septiembre.

En el caso de que participaciones de AB-THERAPEUTICS permanecieran en balance de AB-Biotics a la finalización de devolución de parte de la prima de emisión citada, se procederá a su venta, por lo que aunque formalmente permanece en los balances proyectados su salida total del grupo está prevista al más corto plazo. En este sentido, hay ya conversaciones avanzadas con interesados en la adquisición de tales participaciones sobrantes de la operación citada.

Productos y servicios propios

La cartera de productos y servicios de AB-Biotics está muy diversificada y responde a cada una de las tres áreas de negocio descritas con anterioridad:

AB-BIOTICS SERVICIOS I+D. Productos y servicios

Se trata del área de negocio con mayor *track-record* en la compañía, con una cartera de operaciones histórica muy sólida, y con visibilidad para el futuro a medio plazo.

Si bien originalmente se planteó como un servicio de externalización de determinadas fases de la planificación de los proyectos de Investigación y Desarrollo de compañías clientes, de facto con el tiempo ha devenido en una relación mucho más intensa que se asimila realmente a un *partnership* de desarrollo conjunto de patentes.

Con la incorporación de Quantum Experimental, el radio de acción de esta área de negocio se completa para todas las fases de realización de productos. Quantum ofrece un servicio integral desde la búsqueda y fabricación de un producto diseñado a medida para el cliente hasta la salida al mercado, incluyendo toda la fase de documentación y de reglamentación que deberá pasar el producto antes de su venta. Así, se ofrecen servicios de ensayos clínicos, registros, servicios analíticos y asesoría industrial, para el desarrollo de medicamentos, complementos alimenticios, alimentos funcionales, productos sanitarios y nuevos ingredientes:

1. Desarrollo Analítico y Galénico

Esta categoría de servicios consiste en el desarrollo de productos a demanda de la industria, basándose en combinaciones de ingredientes activos con capacidad para ser registrados como Complementos de la Dieta o Productos Sanitarios, sin protección por patente en ninguno de estos casos, aunque con una llegada muy rápida al mercado y en cumplimiento de las especificaciones técnicas exigidas por la industria farmacéutica (Estabilidad del producto-ICH, Tiempo de Vida Útil mínima,...)

2. CRO-Estudios Clínicos

Cuando la industria farmacéutica solicita el desarrollo de un producto específico para incrementar la profundidad de gama de su portafolio de productos, es habitual que complemente el desarrollo con un estudio clínico para soportar el registro del producto, así como su comercialización a nivel de Marketing Médico.

Este servicio también es solicitado tanto por la industria farmacéutica cuando requiere de la realización de ensayos de bioequivalencia para el registro de medicamentos genéricos, así como por la industria alimentaria cuando requiere de estudios clínicos de biodisponibilidad o eficacia para soportar los Health Claim impuestos para la nueva reglamentación a nivel Europeo (Reglamento CE 1924/2006).

3. Asesoría de Regulatory y Registros

Esta categoría de servicios consiste en dar soporte a la industria farmacéutica con la realización de registros de nuevos productos de forma externalizada, permitiendo optimizar su estructura de costes. Quantum dispone de 3 personas de su equipo especializadas y dedicadas exclusivamente a atender las peticiones de esta categoría de servicios.

4. Producción Industrial

En el entorno actual de revolución en el sector farmacéutico, debido a la situación económica global, cada vez es más importante poder aportar soluciones integrales a los clientes, a fin de poder optimizar sus estructuras de costes fijos e incrementar así su competitividad. Es por este motivo que Quantum además del desarrollo de productos a medida y su puesta en el mercado, también ofrece servicios de gestión integral para la producción industrial de estos productos. Quantum no dispone de instalaciones productivas, aunque por su larga experiencia en el sector de uno de sus fundadores (Sr. Constantino Grande Gil) si dispone de una gran red de contactos a nivel de empresas fabricantes y maquiladoras, facilitando el acceso a capacidad productiva y poder ofrecer así este servicio con garantía de calidad suficiente para el mercado farmacéutico.



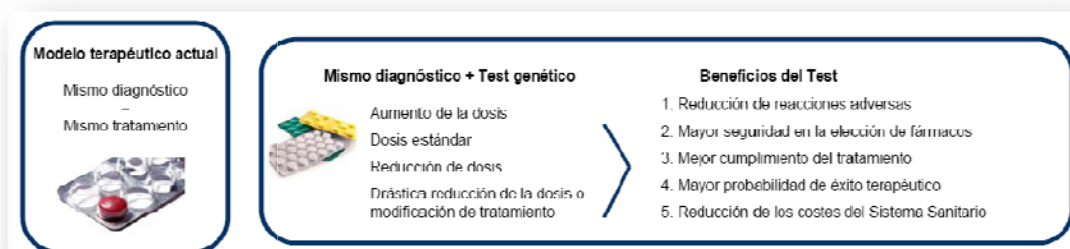
Por su parte AB-Biotics ofrece la parte de "discovery", es decir el desarrollo del producto a medida de las necesidades del cliente previo a la fabricación del mismo, incluyendo asimismo el servicio de búsqueda de financiación pública. La complementariedad de los servicios de Quantum con el desarrollo de productos protegidos por patente que ofrece AB-Biotics, permite ofrecer un servicio integral más allá de la obtención de Ingredientes Activos protegidos por IP, ya que además ofrece su puesta en el mercado.



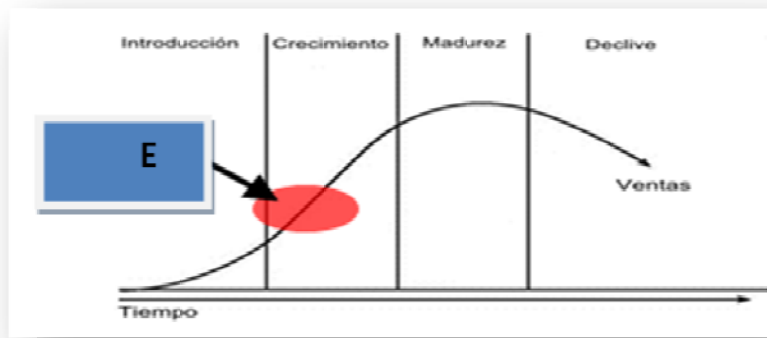
AB-GENOTYPING. Productos y servicios

AB-GENOTYPING es la división de AB-Biotics que presta servicios de medicina personalizada mediante el desarrollo de herramientas genéticas avanzadas que permiten predecir la respuesta de cada paciente a distintos fármacos. Estas herramientas permiten aportar información a los médicos para facilitarles la prescripción de uno u otro tratamiento, mejorando así la eficiencia en el tratamiento de las enfermedades.

Los avances en genética están permitiendo modificar la práctica en el tratamiento de los pacientes y evolucionar desde una terapia general e idéntica para todos los enfermos a una terapia personalizada a la carta, ya que se calcula que la respuesta a los fármacos puede estar condicionada hasta en un 85% por factores genéticos. Así, el uso de la farmacogenética para la prescripción de medicación permite una mayor eficacia de los tratamientos, disminuir los efectos secundarios, aumentar la calidad de vida en el paciente, y reducir el coste para el sistema sanitario.



AB-GENOTYPING es un área de negocio relevante por cuanto ofrece un producto innovador con un mercado de demanda primaria creciente.



El primero de los desarrollos de AB-Biotics en esta área de negocio, que llegó al mercado en enero del 2010, es Neurofarmagen, centrado en el análisis genético personalizado para enfermedades psiquiátricas y neuro-psiquiátricas.

Se trata de un chip de ADN que permite valorar la predisposición del paciente para responder a los fármacos más utilizados en el tratamiento de enfermedades psiquiátricas como la depresión, la esquizofrenia, el trastorno bipolar o la epilepsia.

Mediante un sencillo análisis de la saliva del paciente, Neurofarmagen permite al médico disponer de una información adicional para diseñar con mayor seguridad y eficacia el tratamiento más adecuado para cada paciente. La información genética obtenida a través del análisis con Neurofarmagen permite reducir los casos de efectos secundarios debido a la mala respuesta de los fármacos, permitiendo mejorar el cumplimiento por parte de los pacientes y sobre todo aumentar la probabilidad de éxito del tratamiento.



Por otro lado, en 2010 esta área de negocio lanzó Neurofarmagen TDAH, un análisis genético que permite conocer la respuesta del paciente a los principales fármacos para el tratamiento del Trastorno por Déficit de Atención con Hiperactividad (TDAH), y ayuda a valorar el riesgo genético de desarrollar esta enfermedad en el futuro. En diciembre, AB-Biotics firmó un acuerdo con Laboratorios Rubió, S.A. para la distribución en exclusiva en el mercado español de Neurofarmagen TDAH. Según los términos del

acuerdo, el contrato supondrá para AB-Biotics un volumen de negocio de al menos 1,5 millones de euros durante el periodo 2011-2013 sólo en el mercado español. Aunque inicialmente el acuerdo se limita al mercado nacional, AB-Biotics concede a Laboratorios Rubió, S.A. un derecho de opción preferente para la concesión de derechos de distribución en exclusiva para Alemania, Holanda, Reino Unido, Dinamarca, Argentina, Canadá, Nueva Zelanda, Brasil y México.

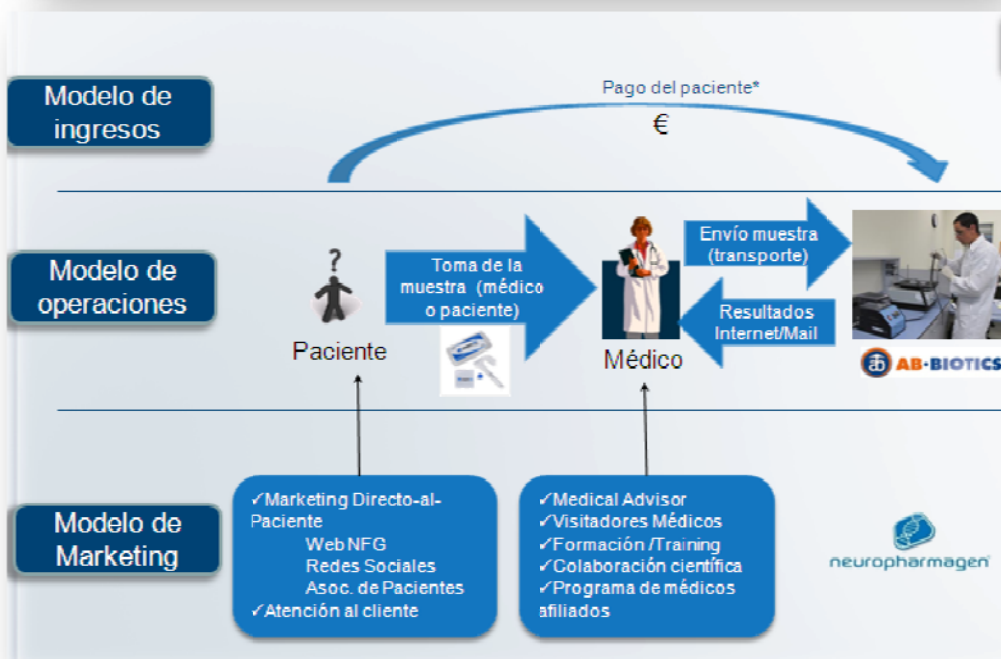
Asimismo, durante el año 2011 la compañía ha firmado un segundo acuerdo de distribución con Laboratorios Rubió, S.A. para la co-distribución en el mercado español del Neurofarmagen Epilepsia®. Éste contrato supondrá para AB-Biotics unos ingresos mínimos de 1,8 millones de euros hasta el 2014.

Además de Neurofarmagen, del Neurofarmagen TDAH y del Neurofarmagen Epilepsia, AB-GENOTYPING tiene en desarrollo actualmente chips de ADN para otros tipos de enfermedades que verán la luz progresivamente. Así, en el último trimestre de 2011 está previsto el lanzamiento de un nuevo análisis genético centrado en el ámbito oncológico; y se está trabajando en el desarrollo de otro análisis en el ámbito de cuidados intensivos.

La expansión internacional de AB-GENOTYPING consiste en la introducción de los productos desarrollados y ya comercializados en España, así como de las nuevas herramientas farmacogenéticas en el pipeline de AB-Biotics a medida que se lancen al mercado.

La estructura de costes de AB-GENOTYPING tiene un apalancamiento operativo muy elevado. El laboratorio de genética ya instalado permite soportar la capacidad de producción ya contemplada por el Plan de Negocio sin necesidad de inversión adicional.

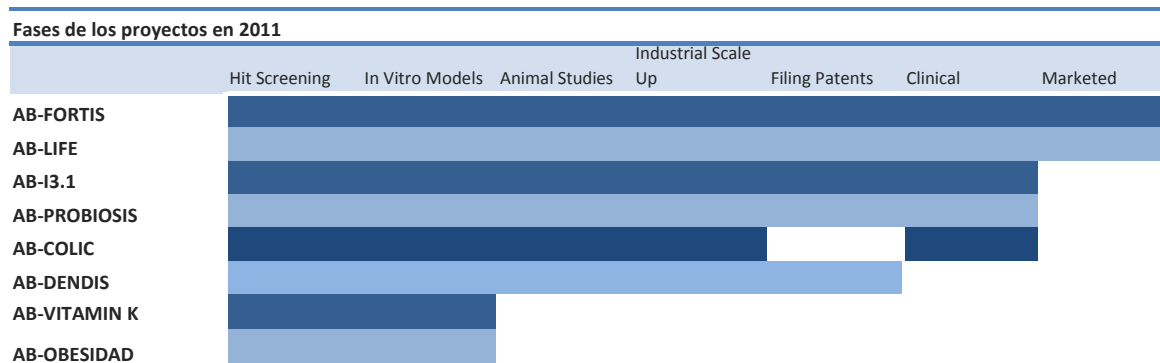
AB-GENOTYPING – MODELO DE NEGOCIO(ESPAÑA)



AB-BIOTICS INGREDIENTES FUNCIONALES. Productos y servicios

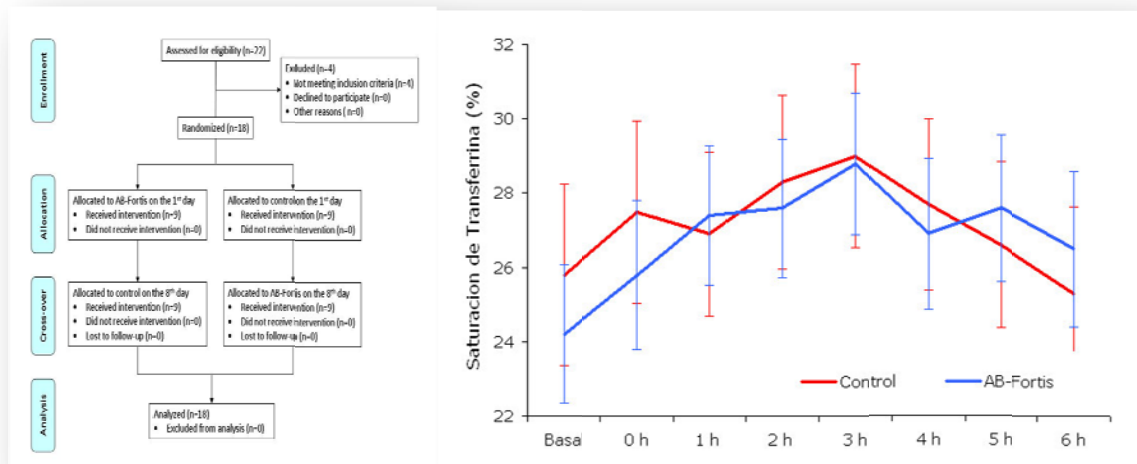
Los productos de AB-Biotics INGREDIENTES FUNCIONALES están orientados tanto para la industria alimentaria y para el segmento de alimentación funcional, como sobre todo para la industria farmacéutica para el segmento OTC y los Complementos de la Dieta. En 2010 llegaron a fase de comercialización los primeros productos (AB-FORTIS y AB-LIFE), para los cuales se prevé concretar a corto plazo contratos de licencia con grupos nacionales e internacionales durante 2011.

Las inversiones de esta área de negocio se destinan en su totalidad a la finalización y consolidación del pipeline propio de Ingredientes Funcionales basados en la tecnología de los Microorganismos Probióticos. Actualmente AB-Biotics dispone de diferentes desarrollos en distintas fases de evolución:



❖ AB-FORTIS:

AB-FORTIS consiste en una solución de hierro micro-encapsulada con una doble capa de alginato sódico y cloruro cálcico, que permite su incorporación en matrices ricas en grasas sin que estas se oxiden, además de evitar los efectos secundarios clásicos de la fortificación de alimentos con sales de hierro (tinción de los dientes, pirosis, gastritis, alteración del tránsito GI, ...). Una vez ingeridas las cápsulas, el hierro de AB-FORTIS permanece protegido hasta llegar al intestino delgado, donde se libera y puede ser absorbido. El estudio de biodisponibilidad demostró que el hierro de AB-FORTIS es absorbido de la misma forma que lo hace cuando se administra sin encapsular.



Tal como avala el health claim concedido por la Agencia Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA), AB-FORTIS contribuye al desarrollo cognitivo y mental infantil, entre otros.

La patente de AB-FORTIS se encuentra actualmente en fase nacional para obtener la protección en 32 países. Su comercialización está en fase muy avanzada y los primeros acuerdos con grandes partners institucionales podrían concretarse en 2011.

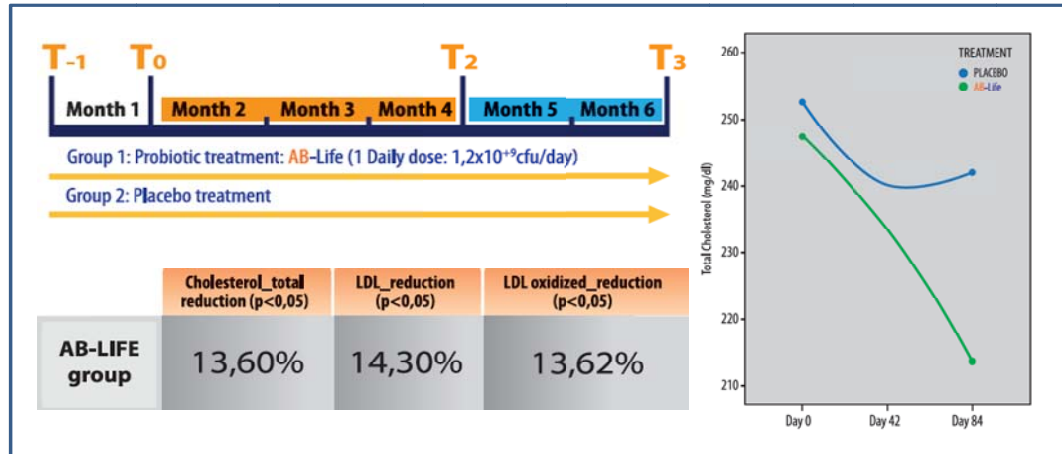
AB-FORTIS®
Encapsulated iron

❖ AB-LIFE:

AB-LIFE es una solución probiótica útil para el tratamiento y la prevención de enfermedades cardiovasculares. Consiste en una fórmula compuesta por 3 cepas de *Lactobacillus plantarum* spp, seleccionadas en el proceso de screening in vitro por su capacidad para reducir el Colesterol LDL plasmático.

Los estudios clínicos realizados por el Hospital Puerta del Hierro de Madrid han demostrado que AB-LIFE consigue reducir entre un 14% y un 18% los niveles de colesterol. Lo hace de dos formas: la primera de ellas capturando e inmovilizando en su membrana el colesterol procedente de la dieta. La segunda precipitando las sales biliares

y obligando así al hígado a captar colesterol plasmático para sintetizar nuevas sales. Este hecho tiene especial interés dado que entre el 60% y el 70% del colesterol plasmático no proviene de colesterol directo de la dieta, por lo que los productos centrados en reducir el colesterol alimentario pueden ser no eficaces en todos los pacientes.



AB-LIFE fue presentado en el marco de BioSpain 2010, celebrado en septiembre de 2010 en Pamplona. En enero de 2011, la Oficina Europea de Patentes (OEP) emitió un informe favorable sobre la solicitud internacional de patente de AB-LIFE. Las aplicaciones de AB-LIFE para la industria son diversas: además de su posible consumo en cápsulas, puede añadirse a alimentos sin tratamiento térmico como derivados lácteos o bien, mediante técnicas de encapsulación, a bebidas y zumos. AB-LIFE está ya en fase de comercialización y empresas de varios países ya se han interesado por licenciar el producto.



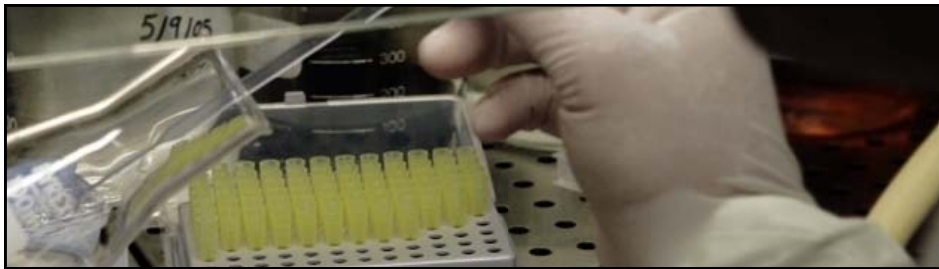
❖ I3.1:

I3.1 es una solución probiótica útil para el tratamiento y la prevención del Síndrome del Intestino Irritable (IBS). Consiste en una fórmula formada por dos cepas de *Lactobacillus plantarum* spp. y una de *Pediococcus acidilactici* spp., que han sido seleccionados en el proceso de screening in vitro por su capacidad para reducir la inflamación del epitelio intestinal y corregir la disbiosis provocada por bacterias patógenas, ambas muy correlacionadas con IBS.

Del mismo modo que en el caso del AB-Life, las cepas han sido producidas por fermentación a nivel industrial y se ha obtenido un liófilo, con el que se está trabajando en paralelo, por un lado con la realización de ensayos de galénica y estabilidad, y por otro lado se está realizando un ensayo clínico de eficacia y multicéntrico en el Clínica Nuestra Señora del Rosario de Madrid y en el Hospital Germans Trias i Pujol de Badalona. En el segundo semestre de 2010 se obtuvieron los primeros resultados clínicos sobre I3.1., positivos y estadísticamente significativos, pero el estudio continúa en marcha con el reclutamiento de más voluntarios y se prevé obtener más resultados durante el segundo semestre de 2011.

Una vez concluida la clínica con resultados positivos, se procederá a elaborar los materiales necesarios para su comercialización entre las empresas que ya han mostrado interés por el producto.

La solución Probiótica para IBS e IBD ya ha obtenido el informe positivo de la Oficina Europea de Patentes para su protección y se publicó bajo el tratado PCT el 4 de Agosto de 2011.



❖ AB-PROBIOSIS:

En diciembre de 2010 AB-Biotics presentó la solicitud para patentar un nuevo uso de un aditivo alimentario, denominado AB-PROBIOSIS (también denominado Glucobinder). Según las investigaciones de la compañía, este compuesto es capaz de reducir en un 38% los niveles de glucosa en sangre tras las comidas. Este descubrimiento supone un importante avance tanto para la prevención como para el tratamiento de los pacientes que sufran algún tipo de trastorno metabólico de la glucosa, como la diabetes o enfermedades relacionadas con la hiperglucemia (obesidad, síndrome metabólico,...) ya que la administración de este producto en forma de medicamento o suplemento alimenticio les permitiría seguir una dieta menos estricta y con un mayor control de los niveles de glucosa en sangre. En el último trimestre de 2011 se realizará un estudio clínico con humanos.

❖ AB-COLIC:

AB-COLIC es una solución Probiótica, útil para el tratamiento y la prevención del cólico infantil. Las cepas fueron seleccionadas in vitro en función de su mayor potencial para revertir los signos que definen al cólico infantil, como son la disbiosis provocada por *Bacteroides* spp y *Clostridium* spp, así como una mayor producción de marcadores bioquímicos pro-inflamatorios.

En 2010 se llevó a cabo la fase de desarrollo in vitro y pruebas de seguridad con alimentos en modelos animales de neonatos, con resultado positivo. En 2011 se han hecho producciones industriales piloto que han demostrado su viabilidad económica. Igualmente, se han realizado pruebas de galénica que han demostrado valores

adecuados de supervivencia de las bacterias. Durante el segundo semestre de 2011 está previsto realizar producciones industriales más amplias y entrar en fase clínica.



❖ AB-DENTIS:

AB-DENTIS es una solución probiótica diseñada específicamente contra las causas de la patología de gingivitis gestacional y que constituye una alternativa segura para las mujeres embarazadas.

La gingivitis gestacional es una enfermedad común en las encías que ocurre en casi el 50% de las mujeres embarazadas, probablemente debido a cambios hormonales. Actualmente se encuentra en fase de PCT y se están buscando partners para ensayos clínicos.

AB-DENTIS

❖ AB-VITAMIN K:

AB-VITAMIN K es una solución Probiótica productora de vitamina K, útil para la prevención de la osteoporosis, debido a la gran correlación que se ha visto entre esta y el déficit de vitamina K o menaquinona producida por la microbiota intestinal de forma natural. Actualmente se está trabajando a nivel de screening *in vitro* para seleccionar aquellas cepas con un mayor potencial para producir cantidades importantes de vitamina K biodisponibles desde el intestino.

❖ AB-OBESIDAD:

AB-OBESIDAD es una solución Probiótica, útil para el tratamiento y la prevención de la obesidad. Se ha visto que la microbiota intestinal está muy correlacionada con el metabolismo energético del organismo y la eficiencia energética de la dieta. En este proyecto se pretende obtener una fórmula Probiótica que permita reducir la sobreproducción de energía en forma de ácidos grasos de cadena corta en el colon, así como incrementar el metabolismo energético a nivel fisiológico, todo esto mediante la modificación del perfil de la microbiota intestinal.

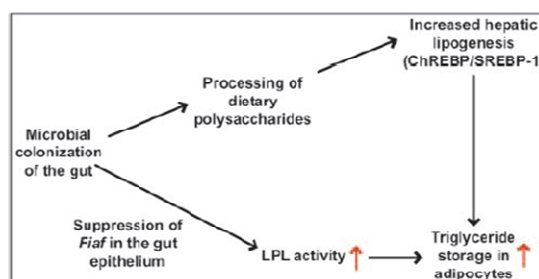
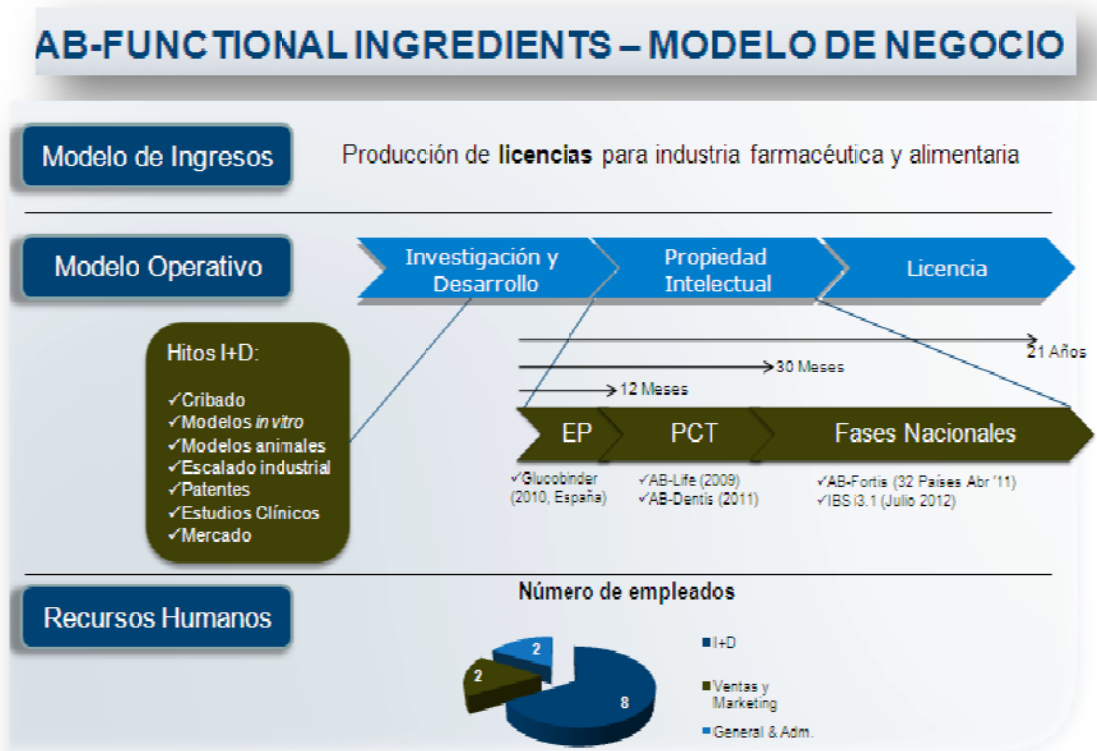


Fig. 5. Schematic view of how the gut microbiota effects host fat storage. The microbiota acts through Fiaf to coordinate increased hepatic lipogenesis with increased LPL activity in adipocytes, thereby promoting storage of calories harvested from the diet into fat. See text for further details.

Durante el año 2011 está planificada la selección “in vitro” de las cepas con una mayor capacidad para corregir esta disbiosis correlacionada con la obesidad. En 2012 se prevé entrar en fases clínicas con este desarrollo y determinar la eficacia de las cepas finalmente seleccionadas para contribuir en el tratamiento de la Obesidad.

AB- Obesity



Estrategia comercial

Entre los elementos diferenciadores de AB-Biotics como compañía biotecnológica destaca su decidida orientación al mercado: el *time to market* de cualquiera de sus desarrollos en cualquiera de sus áreas de negocio es una de las variables fundamentales a la hora de decidir la estrategia de la compañía y cada una de sus decisiones tácticas.

La estrategia comercial y de marketing de AB-Biotics subraya la necesidad de transformar la inversión en entradas de caja con la celeridad que el desarrollo de negocio haga a la vez aconsejable y elegible.

A continuación se analiza la estrategia comercial seguida en cada una de las tres líneas de negocio que tiene la compañía.

AB-BIOTICS SERVICIOS I+D

La estrategia comercial del área de negocio de SERVICIOS I+D viene consolidada por seis exitosos ejercicios de cartera de clientes y posicionamiento en el mercado. Esta área, además, se ha visto reforzada por la adquisición de Quantum Experimental, que se ha integrado dentro de esta división convirtiéndola en un servicio integral al mercado.

I+D Outsourcing se planteó inicialmente como un servicio que permite a clientes externalizar parte o todo el I+D de planificación de proyectos biotecnológicos y con el tiempo ha devenido de facto en un partenariado para el desarrollo conjunto de productos, en el que la estrategia comercial está basada en las referencias de operaciones pasadas, las relaciones comerciales establecidas por el equipo de la compañía, y por las relaciones comerciales acumuladas por sus accionistas.

Esta solidez le permite disponer de una cartera de pedidos de más de 2 millones de euros a fecha del presente documento.

Entre los clientes de esta área figuran algunas de las principales empresas del sector farmacéutico y alimentario en España: es el caso, por ejemplo, de la cervecera Damm, con quien AB-Biotics mantiene una estrecha colaboración desde hace más de 5 años, con el apoyo del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), para el desarrollo de nuevas patentes que Damm pueda implementar en líneas de producto, así como en los costes logísticos.

También en 2010 se firmó un nuevo proyecto de investigación con las empresas J. Vigas y Bigas Alsina, para diseñar un método que permita garantizar la destrucción del tricloroanisol o TCA, que provoca el denominado “sabor a corcho” en los vinos. Este proyecto, que cuenta con financiación del CDTI y el Fondo Tecnológico (FEDER), supone una inversión total de 1,1 millones de euros.

Esta división mantiene constantemente misiones comerciales para ampliar la cartera de proyectos: prueba de ello es la participación en un nuevo consorcio empresarial, Proyecto NEMAF (en el que también participan Biópolis, LipoFoods, Nanobiomatters, Natraceutical Industrial y Laboratorios Ordesa); y la apertura al mercado internacional para participar en proyectos de las convocatorias europeas.

Otro ejemplo es la realización de proyectos de investigación en cooperación con la industria con el objeto de catalizar la llegada al mercado y la comercialización de los ingredientes funcionales propios, basando estos trabajos en la realización de estudios clínicos con la finalidad de documentar clínicamente la aplicación de los ingredientes funcionales de AB-Biotics aplicados a las matrices alimentarias de los posibles licenciatarios, tal y como exige la nueva regulación a nivel Europeo (REGLAMENTO

(CE) No 1924/2006) relativa a las declaraciones nutricionales y a las propiedades saludables de los alimentos.

Por su parte, Quantum Experimental cuenta con un equipo comercial integrado por cuatro especialistas que realizan visitas a las empresas potenciales clientes de sus servicios: ensayos clínicos, registros, servicios analíticos y asesoría industrial, para el desarrollo de medicamentos, complementos alimenticios, alimentos funcionales, productos sanitarios y nuevos ingredientes.

Con la finalidad de capitalizar al máximo las sinergias entre los servicios que ofrece Quantum a sus clientes, se realiza una acción comercial conjunta con AB-Biotics en los casos en que el perfil de los clientes coincide con los clientes que también pueden ser un cliente potencial de los servicios de AB-Biotics, de esta manera se les puede ofrecer un servicio especializado para la obtención de productos protegidos por patente, así como un servicio especializado para su puesta en el mercado.

AB-Biotics ya dispone de un histórico de 7 años ofreciendo servicios de I+D para empresas tanto del sector alimentario como farmacéutico, consiguiendo resultados en varios productos que ya se están comercializándose con aplicaciones muy específicas, lo que hace que sea posible llegar a acuerdos de distribución conjunta con los propios clientes. Estos productos son en la mayoría de los casos Ingredientes Funcionales protegidos por patente pero que no se comercializan bajo condiciones de exclusividad. Estos productos pasan a formar parte de una línea propia de productos para Quantum, lo que permite ofrecer el desarrollo de productos para la industria con un nivel de diferenciación muy superior gracias a disponer de catálogo de productos propios.

Está previsto poder llegar a acuerdos de distribución con aquellos clientes de servicios de I+D de AB-Biotics, para poder incrementar este catálogo de productos y ofrecer el desarrollo de productos a la industria con un nivel de diferenciación y exclusividad superior a la actual.

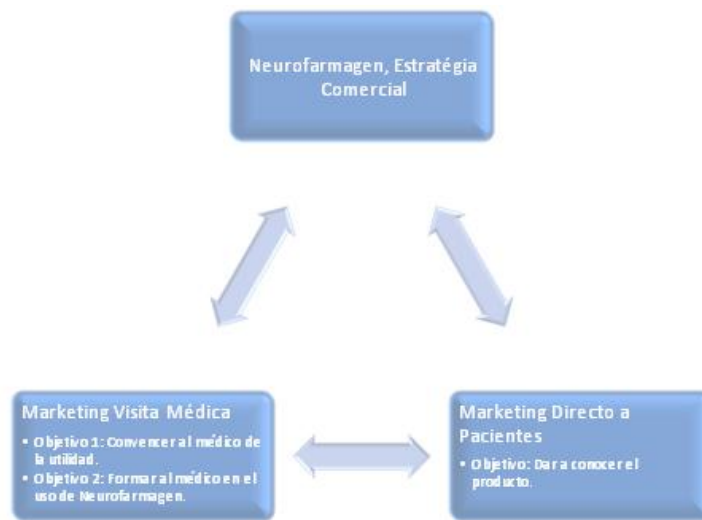
Quantum dispone de dos filiales comerciales, una en México y otra en Brasil, lo que ofrece una ventaja muy importante para AB-Biotics, ya que esto facilita la realización de contactos comerciales con la industria farmacéutica muy interesantes para facilitar la licenciación de los Ingredientes Funcionales protegidos por patente de AB-Biotics. Durante este año 2011 ya se han realizado contactos comerciales presentando la oportunidad de licenciar AB-Life en estos países y se espera durante este mismo año poder cerrar al menos un acuerdo de distribución en uno de estos dos países.

AB-GENOTYPING

AB-GENOTYPING, la división de AB-Biotics que presta servicios de medicina personalizada mediante el desarrollo de herramientas genéticas avanzadas para el diagnóstico médico de dolencias relevantes concretas, llevó al mercado a principios de 2010 la primera de estas soluciones: Neurofarmagen.

Tras la excelente acogida del producto entre el colectivo médico, la estrategia comercial se centró en la difusión de Neurofarmagen y de la farmacogenética entre un público más amplio. Para ello, en el último trimestre de 2010 se diseñó una campaña de

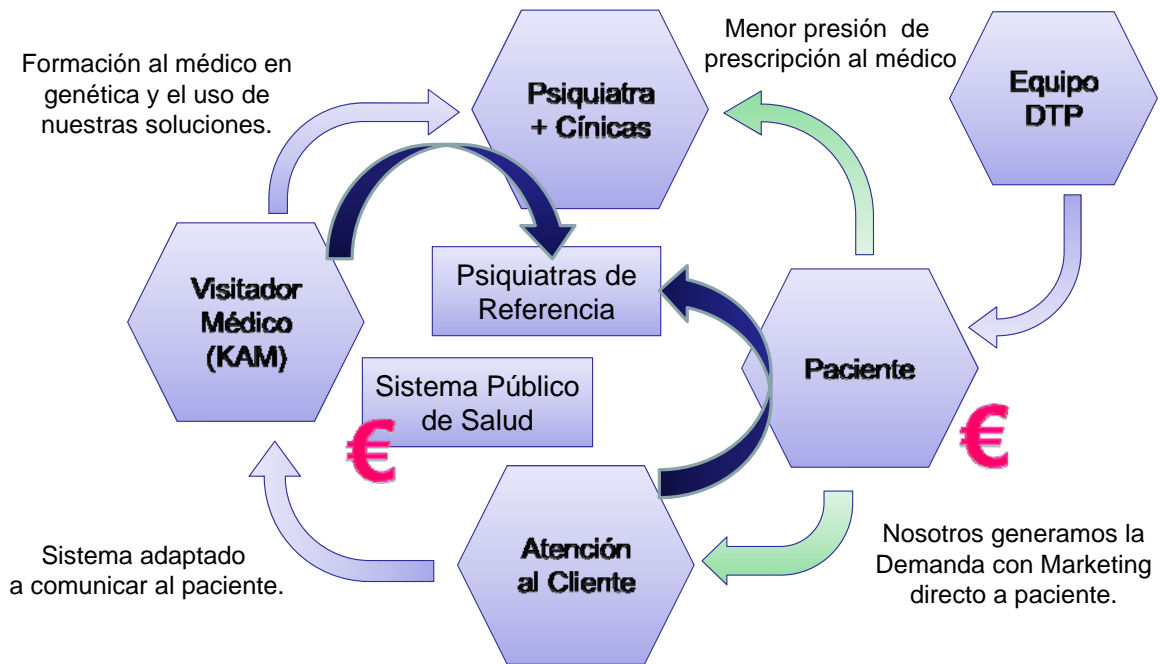
comunicación al paciente vehiculada a través de los medios de comunicación, Internet y redes sociales que se implementó en el segundo trimestre de 2011. También en 2011 se iniciaron contactos directos con asociaciones de pacientes, incluyendo la organización de charlas informativas específicas con estos colectivos. Por otro lado, en el segundo trimestre de 2011 se amplió el equipo comercial con el fin de extender la cobertura de las visitas médicas fuera de Madrid y Catalunya, especialmente en el área norte (con especial énfasis en País Vasco y Navarra) y en Andalucía. El equipo está actualmente integrado por una directora comercial y cinco delegados, además de una especialista en marketing *direct to patient* y una persona de atención al paciente.



Con este enfoque a los dos canales se espera acelerar la introducción de Neurofarmagen en el sistema superando las principales resistencias al crecimiento que tenía la herramienta:

1. El producto es muy innovador y complejo siendo un freno a la prescripción por parte de los médicos
2. El sistema sanitario actualmente no asume el coste del Neurofarmagen siendo un freno también a la prescripción.

Se focaliza la red de visitadores a la formación del médico en el uso de Neurofarmagen y en paralelo se realiza una campaña de Marketing directo al paciente para generar dialogo sobre la herramienta entre el paciente y el médico. Con ello se consigue bajar la presión de prescripción del médico. Adicionalmente en el esfuerzo para llegar al paciente, la compañía puede poner en contacto a pacientes con médicos innovadores que ya están utilizando la herramienta.



Equipo DTP (Direct-to-Patient): Equipo de marketing directo a paciente.

AB-GENOTYPING: Estrategia Comercial Internacionalización

AB-GENOTYPING ha iniciado una estrategia de internacionalización, para ello AB-Biotics ha estructurado un primer proyecto de expansión con una estrategia a tres años basada en la entrada en 7 países mediante la adquisición y/o acuerdos con empresas establecidas en cada uno de los países. Esta estrategia será distinta en función del país y mercado particular.

El modelo de entrada en los distintos países se valora observando tres drivers principales de control por parte de AB-Biotics:

1. Liderazgo en **Marketing Comercial**:

- a. AB-Biotics **implanta directamente** el modelo de comercialización con doble foco (canal médico/canal paciente):

AB-Biotics ha tenido la experiencia de lanzar al mercado español Neurofarmagen, solventando en este proceso muchos problemas y adquiriendo una experiencia que le ayudará a cometer menos errores en la entrada a distintos países. No obstante no se debe obviar los matices

de cada país donde la comunidad médica actúa con diferencias, el paciente tiene un poder adquisitivo distinto y el sistema sanitario aporta deficiencias y ventajas distintas. Con todo, sin duda, se deberá trabajar con personal local para adaptar la estrategia a cada país.

- b. Por el contrario se llega a **acuerdos de distribución** con operadores locales:

Neurofarmagen es una solución que atrae el interés de los principales grupos que venden servicios y productos a hospitales, así como Laboratorios Clínicos. Con ello un modo de entrada que exige menos inversión es a través de acuerdos de distribución con laboratorios bien implantados localmente.

2. Control de **sistema logístico**. Se trata de definir:

- a. Si AB-Biotics trabajaría con su **propia logística de recogida** de muestras en las consultas de los médicos cómo hace en España:

En España la compañía cuenta con un control completo de la logística ya que gran parte de los psiquiatras y neurólogos trabajan desde la consulta. Al no tener un laboratorio clínico cercano, lo más pragmático es coger una muestra de saliva en la propia consulta y recogerla a través de un servicio de mensajería. En países donde la consulta privada está lejos de los centros de recogida este podría ser el mejor modelo.

- b. Si por el contrario se llega a **acuerdos con laboratorios** de análisis clínicos que operan ya en hospitales (cómo será el caso de EEUU):

En otros países como EEUU, el test genético Neurofarmagen será pagado por la aseguradora médica del paciente y no por el paciente directamente. Para llevar a cabo esta estrategia es conveniente trabajar conjuntamente con grandes laboratorios que trabajan con los Hospitales y que tienen una fuerte cartera de soluciones cubiertas por las aseguradoras. Con estos acuerdos, los procesos de la aseguradora y el laboratorio clínico siguen siendo los mismos y así el producto no añade complejidad al sistema de cobro. Adicionalmente en el caso de que se trabaje con el driver Comercial Marketing a través de distribuidores, generalmente éstos ya tienen un sistema logístico y por tanto no es necesario duplicarlo.

3. **El Laboratorio:**

- a. AB-Biotics puede realizar los análisis desde el laboratorio de Análisis Genéticos (AB-Genotyping) que tiene en propiedad en Girona. Para ello las filiales/distribuidores deberían enviar las muestras a España para ser analizadas:

El laboratorio en Girona puede absorber un elevado volumen de muestras, lo que permite entrar en determinados países donde no se

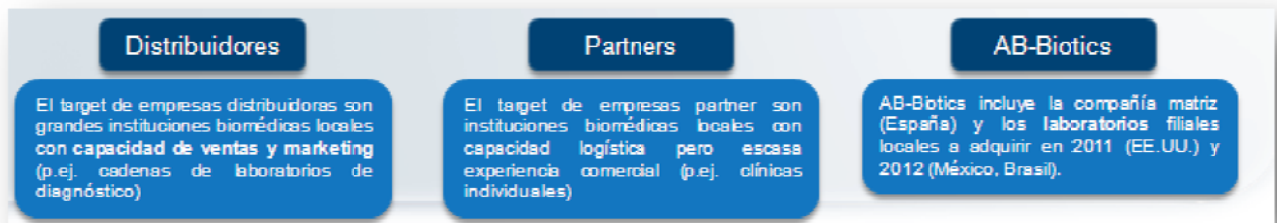
prevé un fuerte volumen a corto plazo ofreciendo el servicio desde Girona. Esto será especialmente relevante en aquellos países en los cuales la introducción se realice a través de distribuidor como Turquía. Pero también será relevante en modelos en los que se empezará con distribuidor para probar el mercado para posteriormente implantar una empresa propia.

- b. Por el contrario AB-Biotics puede instalar un laboratorio en las distintas localizaciones internacionales:

Entre muchos otros, el factor tiempo es clave en la realización del análisis, con lo cual el hecho de que las operaciones tengan lugar localmente implicará un mejor servicio y en consecuencia una posición más fuerte. Adicionalmente Neurofarmagen exige un servicio de atención especializada en medicina personalizada al médico, con lo cual tener una posición física en la zona dónde se comercializa el producto facilita tener personal especializado local, que entiende el sistema sanitario y la cultura médica local mejorando el servicio y fortificando la posición de la compañía. El *know how* de análisis genéticos desarrollado por AB-Biotics en su división AB-GENOTYPING es relevante y no está previsto transferirlo a distribuidores. En caso que el volumen exija una presencia local, la compañía deberá implantarse. Para la implantación, el modelo es a través de la adquisición de un laboratorio clínico o un laboratorio de análisis genéticos que ya tiene los permisos para operar localmente. Con esto, el siguiente paso será implantar la tecnología de AB-Biotics en la filial adquirida.

Tras este análisis, la matriz estratégica quedaría como sigue:

Mapa de Estrategia	EEUU	México	Brasil	Europa (UK, FR, ALEM)	Turquía
Sales & Marketing	AB-Biotics (US)	AB-Biotics (MX)	AB-Biotics (BR)	AB-Biotics	Distribuidor
Logística	Partners	AB-Biotics (MX)	AB-Biotics (BR) + Partner	Partners	Partner
Laboratorio	AB-Biotics (US)	AB-Biotics (MX)	AB-Biotics (BR)	AB-Biotics (SP)	AB-Biotics (SP)



Está previsto trabajar la entrada en los 7 países durante los próximos 3 años. La compañía considera la posibilidad de suspender la entrada en alguno de los países y focalizar esfuerzos en los que tengan una mejor y más rápida implementación de Neurofarmagen.

Tras un análisis exhaustivo de los mercados y distintas visitas a empresas y partners en los respectivos países, el esquema de entrada en cada uno de los países es el que se expone a continuación:

Estados Unidos

Estados Unidos es un país de 307 Millones de habitantes, con un PIB per cápita de 66.200€ (paridad por poder adquisitivo), es decir el 7º a nivel mundial. Su gasto sanitario asciende al 16,2% del PIB, con un crecimiento del 6,4% anual en los últimos 15 años. El 48,6% del gasto procede del gobierno (Medicare & Medicaid). No obstante, el seguro de cobertura público sólo cubre el 27% de la población, y el resto confía en un Seguro Privado. Estados Unidos cuenta con el mayor sector sanitario a nivel mundial, siendo además uno de los más privatizados.

Estados Unidos es uno de los países donde la Medicina Personalizada tiene una mayor implantación. En concreto, las compañías de seguros médicos cubren muchos de los ensayos a nivel de farmacogenética. Hay que tener en cuenta que en Estados Unidos, las aseguradoras, además de los tratamientos, hospitalizaciones y pruebas, también cubren una buena parte del coste de los medicamentos de los pacientes. Por lo tanto, una de las principales motivaciones para que las aseguradoras paguen estos test, es la reducción de costes global que les supone una mejora en el acierto del tratamiento a seguir (reducción de la fase de “prueba y error” con distintos fármacos, acierto en la dosis, disminución de visitas médicas o ingresos derivados de efectos secundarios y/o adversos, etc.). En Estados Unidos la mayor parte de la población cuenta con un seguro médico privado que le cubre la mayor parte de enfermedades y tratamientos, por lo que la cobertura del test por parte de las aseguradoras es un factor clave de éxito.

La compañía candidata que AB-Biotics busca en Estados Unidos deberá demostrar su experiencia en el campo de la cobertura de test genéticos con compañías de seguros.

En Estados Unidos la rápida penetración en los diferentes Estados es de vital importancia, ya que al ser un mercado donde la farmacogenética está más implantada existen un mayor número de competidores (actuales o futuros). Por lo tanto, existen riesgos asociados a las posibles barreras de entrada si AB-Biotics llega tarde, o bien de ser desplazado por la competencia si AB-Biotics no tiene un grado de penetración

suficientemente elevado. Esta segunda reflexión lleva a buscar candidatos que permitan tener una buena cobertura geográfica a nivel comercial.

Estados Unidos es un país especialmente estratégico por su condición de referente en Medicina Personalizada, por ello la estrategia de entrada pasa por **adquirir 1 empresa tecnológica y con laboratorio genético y llegar a acuerdos de distribución y logística con laboratorios implantados en el territorio**. Esta combinación ofrece un modelo completo y permite introducir Neurofarmagen en Estados Unidos con una clara visión de liderazgo.

México

México es un país de 114 Millones de habitantes, de los cuales casi el 20% está concentrado en su capital México DF. El PIB per cápita (PPP) es de unos 20.200 € (el 59º a nivel mundial).

El gasto sanitario total representa un 9% del PIB, pero el sistema de salud pública es muy precario, y sólo un 75% de la población tiene cobertura médica. El 54% del gasto en salud corresponde al sistema privado de sanidad, donde 6 aseguradoras privadas cubren el 80% del sector privado. No obstante, las compañías de seguros privados no cubren todos los tratamientos médicos, así por ejemplo los tratamientos psiquiátricos en muchas ocasiones quedan fuera del alcance de la cobertura. Por lo tanto, la compañía parte de la hipótesis de que **en México el test de Neurofarmagen raramente estará cubierto por ningún seguro privado de salud, y que por lo tanto, deberá ser pagado íntegramente por el paciente**. Con todo, un aspecto positivo de México es que el paciente está acostumbrado a costear total o parcialmente los tratamientos médicos, con lo que se elimina la resistencia del médico a prescribir un producto de pago (como sí ocurre en España).

La población mejicana usa los servicios privados sin importar su pertenencia a la seguridad social. Diversas encuestas coinciden en que las razones por las cuales la población recurrió a la medicina privada tuvieron que ver sobre todo con la deficiencia de los servicios de salud públicos, es decir, los usuarios no están satisfechos con la atención que reciben y en consecuencia, buscan la opinión de los médicos privados, que muchas veces son los mismos que, en otro horario, laboran en el sector público.

Es importante señalar que el gasto privado se ha estado incrementando de manera consistente desde los años noventa. Sin embargo, en los últimos años su tasa de crecimiento ha sido menor a la tasa de crecimiento del gasto público.

México cuenta con un gran número de laboratorios de análisis clínicos que en muchos casos, tras la alarma de la gripe aviaria H5 en 2006, invirtieron en mejorar su tecnología y certificaciones según las exigencias impuestas por el Instituto Nacional de Salud. Además, uno de los 4 Ejes del Plan Nacional de Salud es la Medicina preventiva y personalizada.

Por ello, la estrategia de implantación en México de AB-Biotics consiste en **adquirir un laboratorio de análisis clínicos y genética básica**, que tenga relaciones establecidas con Hospitales y Clínicas privados de referencia. A partir de esta plataforma, AB-Biotics

introducirá el Neurofarmagen apalancando los canales de venta pre-existentes e introduciendo la estrategia de Direct-to-Patient que ya ha desarrollado en España.

A nivel de **estrategia comercial y logística**, la entrada en México parte de una distribución de Neurofarmagen a través de la **adquisición** de un laboratorio con gran capilaridad y capacidad comercial y logística en México. En este sentido, AB-Biotics está negociando la adquisición de una participación mayoritaria en un laboratorio con varios centros en México DF y acuerdos de colaboración con otros centros del país. Este laboratorio, con fuerza de ventas propia, también atiende a centros psiquiátricos y neurológicos, entre otras especialidades. Asimismo, en sus instalaciones ya llevan a cabo pruebas de biología molecular y tienen capacidad para integrar nuevas pruebas de forma rápida.

Brasil

Brasil es un país de 194 Millones de habitantes, con una renta per cápita (PPP) de 15.700 € (71º mundial). El gasto nacional en salud asciende al 9% del PIB. El sistema público de salud (SUS) cubre el 100% de la población, aunque un 20% de la población elige un seguro privado adicional, que ofrecen varias compañías aseguradoras.

Las aseguradoras no pagan directamente los medicamentos recetados por los médicos privados (o concertados). Sin embargo, la mayoría de aseguradoras tiene convenios con establecimientos farmacéuticos para bonificar el precio del medicamento a sus afiliados (entre un 5% -40%).

La estrategia de entrada en Brasil contempla que el análisis de las muestras se llevaría a cabo en un laboratorio propio de AB-Biotics en Brasil, para reducir las complicaciones a nivel de *import-export* en aduanas, que en el caso de Brasil son de máxima complejidad.

Actualmente, la compañía está en negociaciones con dos laboratorios de análisis genéticos clásicos, con el propósito de analizar una posible **adquisición total o mayoritaria** de uno de ellos. Se trata de laboratorios que ofrecen una plataforma para implantar la tecnología de AB-GENOTYPING y llevar a cabo los análisis en el país. En paralelo, AB-Biotics está en conversaciones con un Key Opinion Leader, referente en el país a nivel Genético, con contactos establecidos con Hospitales, Laboratorios y Sistema Sanitario público y privado brasileño.

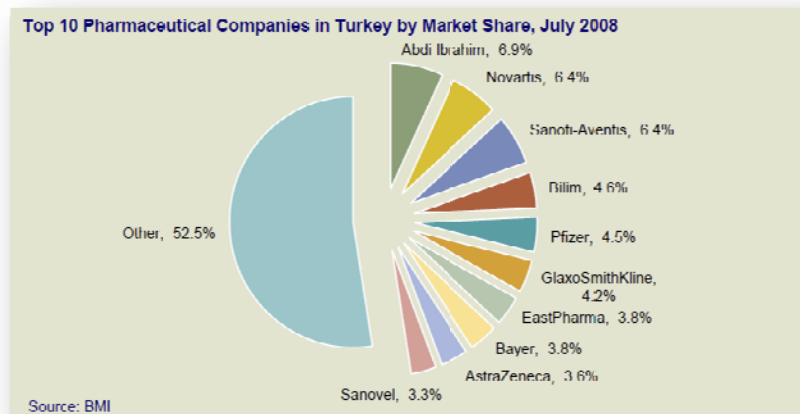
Una vez efectuada la adquisición, será necesario invertir en desarrollar la estrategia comercial en Brasil, la cual seguirá el modelo ya en funcionamiento en España.

Turquía

Turquía es un país con 75 Millones de habitantes, de los que un 13% vive en Estambul. El PIB per cápita (PPP) es de 18.800 € (64º mundial), y el gasto nacional en salud asciende al 6,7% del PIB con un crecimiento del 14% en los últimos 15 años. Del gasto total sanitario, el 75% proviene del propio gobierno, que está haciendo una fuerte apuesta a nivel de inversión y gasto para llegar a ofrecer un Seguro Universal de Salud (UHI) en los próximos años.

En 2006, los tres principales sistemas de seguridad social pre-existentes, SSK, BagKur y Sandığı Emekli, se combinaron en una sola entidad, la institución de Seguridad Social.

Turquía es uno de los mercados con crecimientos más rápidos de la industria farmacéutica en Europa. A pesar de un relativamente bajo gasto per cápita en comparación con otros países europeos, Turquía se ubica como décimo sexto mayor productor de productos farmacéuticos en todo el mundo y el sexto mayor mercado farmacéutico en Europa, tras Alemania, Francia, el Reino Unido, Italia y España.



Se espera que los medicamentos recetados se mantengan dominantes en el mercado farmacéutico total, ya que hospitales y médicos siguen siendo los puntos de acceso a la atención sanitaria primaria. En 2008, las ventas de medicamentos con receta (patentados genéricos) representaron el 90% de la industria farmacéutica total. Por otra parte, el aumento de la financiación sanitaria y la mejora de la cobertura del seguro aseguran que el mercado de medicamentos con prescripción contribuya aproximadamente en el 90% del gasto en medicamentos del mercado en toda Turquía.

Dada la importancia relativa de la sanidad pública en Turquía, así como el bajo grado de madurez del sistema en relación a análisis genéticos, AB-Biotics entiende que la entrada a Turquía debe partir de una aproximación menos arriesgada. El objetivo para AB-Biotics es empezar a tener entrada en el mercado Turco a partir de 2012 mediante **acuerdos de distribución comercial y acuerdos de logística** para la recepción y envío de muestras. Las muestras se analizarían en el laboratorio de la compañía en España y se enviarían los resultados a los médicos solicitantes. De modo esquemático, la estrategia de entrada en Turquía es a través de un acuerdo de colaboración con un laboratorio de análisis clínicos y genética clásica local.

Esta estrategia permite minimizar la inversión necesaria, así como entender el mercado potencial para los test de farmacogenética, que será de gran utilidad de cara a futuros productos de AB-Biotics. Hay que tener en cuenta que el grado de penetración de mercado en Turquía es muy reducido y centrado casi en exclusiva en Estambul. Además, la población turca está muy habituada a que todos los tratamientos y pruebas sean costeados por la Sanidad Pública, por lo que la introducción de un test de farmacogenética privado alcanzaría menos de un 10% de la población.

En el futuro, si el mercado crece al ritmo deseado, no se descarta la adquisición de un laboratorio para proceder a realizar las pruebas en el país. Además, el hecho de disponer de un laboratorio propio en Turquía abre las puertas a otros mercados potencialmente muy interesantes: Europa del Este, Balcanes, Emiratos Árabes, Iran, Arabia Saudí, etc.

Alemania

Alemania es un país con 82 Millones de habitantes, con un PIB per cápita de 60.400 € (19º mundial). El gasto en sanidad asciende a un 11% del PIB, del cual casi el 80% proviene de fondos públicos.

Alemania ofrece un sistema mixto de salud donde conviven: un sistema público, llamado seguro obligatorio de enfermedad (*gesetzliche Krankenversicherung*); y otro formado por una serie de Cajas de seguros privadas (*private Krankenversicherung*).

Entre ambas posibilidades, la mayoría de los alemanes se decanta por el seguro obligatorio de enfermedad. Ambos sistemas, público y privado, cubren la atención médica básica y a partir de ahí difieren sobre todo en la cuota mensual y la prestación de servicios.



Tarjetas sanitarias de las diferentes cajas de seguro médico

En Alemania, al igual que en otros países, los laboratorios de análisis clínicos tradicionales sólo pueden pertenecer a médicos y no es posible adquirir ninguna participación por parte de una empresa privada. Por ello, en una primera fase, la estrategia para entrar Neurofarmagen en Alemania es mediante un **acuerdo de colaboración con un laboratorio** que actúe de plataforma de distribución de Neurofarmagen a nivel logístico y envíe las muestras de ADN al laboratorio de de AB-Biotics en España.

A nivel de comercial, AB-Biotics se plantea crear una subsidiaria en el país para desarrollar su estrategia de marketing y fuerza de visitadores desde el propio país, adaptándose a sus características, tanto sociales como de sistema sanitario.

En un futuro, si el crecimiento de la demanda así lo justifica, AB-Biotics se plantea la adquisición de una empresa biotec con laboratorio genético que permita establecer acuerdos de colaboración con laboratorios alemanes de mayor tamaño que ofrezcan la capilaridad y la relación con los agentes sanitarios. Esto permitiría llevar a cabo las pruebas en Alemania y dar una mayor cobertura geográfica, más allá de Alemania.

La pertenencia de Alemania a la Unión Europea, combinado con la complejidad legal de adquirir un laboratorio en el país, así como la proximidad geográfica al laboratorio en España, hacen que la estrategia de entrar en Alemania se base en el establecimiento de **acuerdos logísticos** con laboratorios bien establecidos en el territorio. El análisis de las muestras y la interpretación de resultados y envío de informes se llevaría a cabo en las instalaciones de AB-Biotics en España.

Francia

Francia es un país con 65 millones de habitantes, y un PIB per cápita (PPA) de 47.700 € (23º mundial). El gasto total en salud asciende al 12% del PIB, siendo casi el 80% aportado por el gobierno. El sistema de salud francés está financiado por la población activa, al igual que sucede en España, y ofrece cobertura al 100% de la población.

Aunque cerca del 80% del gasto total en salud está cubierto por el sistema de seguro de salud público, una parte del saldo se paga directamente por los pacientes y la otra parte por las compañías privadas de seguro de salud que son contratados de forma individual o en grupo.

A nivel de laboratorios, el sector de los *Laboratoires de Biologie Médicale* (LBM) en Francia es un sector muy reglamentado. En Francia la propiedad o la detención de partes sociales de un LBM está reservada a los *biologistas* (médicos, veterinarios o biólogos que han recibido una formación específica que les acredita para realizar exámenes biológicos) que ejercen en este laboratorio. Por otra parte los *biologistas* tienen prohibido ejercer en más de un laboratorio. Sin embargo, las *Sociétés de Exercice Libéral* (SEL), que pueden agrupar hasta 5 laboratorios en territorios limítrofes (hasta 3 departamentos), permiten escapar parcialmente esta norma. La última ley al respecto estableció que en el caso de una SEL determinadas personas físicas o jurídicas (*Sociétés de Participation Financière de Professions Liberales*), distintos a los profesionales en ejercicio en los laboratorios, pueden detener la mayoría del capital, pero no el derecho de voto, sólo los derechos económicos.

La pertenencia de Francia a la Unión Europea, combinado con la complejidad legal de adquirir un laboratorio en el país, así como la proximidad geográfica al laboratorio en España, hacen que la estrategia de entrar en Francia, al igual que en Alemania, se base en el establecimiento de **acuerdos logísticos** con laboratorios bien establecidos en el territorio. El análisis de las muestras y la interpretación de resultados y envío de informes se llevaría a cabo en las instalaciones de AB-Biotics en España.

Reino Unido

El Reino Unido es un país de 62 Millones de habitantes, con un 12% concentrado en Londres. El PIB per cápita (PPP) es de 48.800 € (21º mundial). El gasto total en salud es del 9,4% del PIB, con un 84% aportado por el gobierno. El sistema de salud ofrece cobertura universal, aunque cerca del 12% de la población opta por contratar un seguro de salud privado adicional.

El sector privado se puede dividir en los siguientes subsectores: *long-term care* (para gente mayor y personas con disminuciones físicas), *acute care*, asistencia psiquiátrica,

seguros sanitarios privados (PMI) y asistencia primaria. Este sector depende enormemente de la inversión estatal, ya que su principal fuente de financiación proviene del NHS (National Health System) y de las autoridades locales. El sector del *long-term care* es la división más grande, seguida de *acute care*.

Se prevé que el mercado sanitario privado británico aumentará un 23,7% de 2009 a 2014. Se espera que los crecimientos anuales sean superiores al 5% a partir del 2012 con la mejora de la situación económica, aunque esto dependerá de la política sanitaria gubernamental y de la actividad dentro del NHS. Se prevé que el sector del *long-term care* siga siendo el principal, aunque en el total del mercado se prevé que pase del 45% a menos del 44% en 2014.

En el caso de Reino Unido, la estrategia pasa por establecer **acuerdos comerciales y logísticos con laboratorios** bien establecidos en el territorio, que tengan relaciones con Hospitales, Consultas médicas, Agentes Reguladores, etc. Inicialmente se enviarán las muestras a analizar a España, y en el momento que la demanda creciente lo justifique, AB-Biotics se plantea la opción de adquirir un laboratorio genético para llevar los análisis de forma local.

Estrategia de Marketing

La estrategia de Marketing para el área de AB-Genotyping a nivel internacional se basa en el actual modelo en funcionamiento en España (descrito a continuación).

Los principales “stakeholders” a nivel de marketing y comercial son: el **paciente** y los **médicos**. No obstante, las acciones serán distintas según estemos ante un caso en el que el test esté cubierto por el seguro de salud privado (Estados Unidos) o bien sea pagado por el paciente; principalmente en relación a las acciones a llevar a cabo con laboratorios y aseguradoras.

A continuación se describen las acciones que se llevarán a cabo con cada uno de los *stakeholders* del modelo de ingresos de Neurofarmagen:

1. Paciente

El paciente es el principal beneficiario de los resultados del test, que recibe un mejor tratamiento para su enfermedad (aparte de los beneficios sociales y económicos para el sistema de salud). Además, en aquellos mercados donde el test no está cubierto por el seguro privado es el actor que paga la prueba.

El objetivo de AB-Biotics es doble: incrementar el número de pacientes que proactivamente solicitan a su médico la prueba; y educar a los pacientes acerca de los beneficios de Neurofarmagen para reforzar que compren la prueba cuando su doctor les recomiende.

Desde AB-Biotics se trabaja para generar la demanda a través de **Marketing directo a paciente**, para que conozca los beneficios de la prueba y pregunte a su médico. Esta estrategia “Direct-to-Patient” se basa en potenciar los canales de venta y promoción en los distintos puntos de contacto posibles con el paciente y sus familiares.

Para dar soporte a este esfuerzo de llegar al paciente, es imprescindible contar con **un Servicio de Atención al Paciente** que dé información tanto del propio test, como del proceso de solicitud, así como de las dudas que puedan originarse.

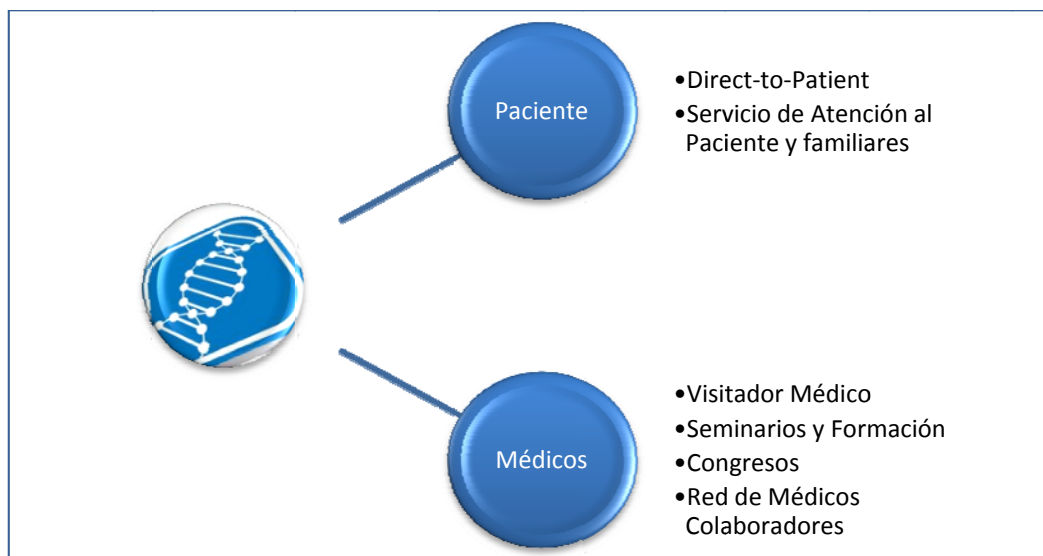
2. Médicos:

El médico debe conocer la existencia del test, el proceso para solicitarlo y la utilidad de los resultados obtenidos. Es una pieza imprescindible para la solicitud del test, que además de contar con la confianza del paciente, será el responsable de la interpretación de los resultados y la decisión del tratamiento final a prescribir al paciente.

Merece la pena destacar, que la estrategia “direct-to-patient” anteriormente descrita disminuye la presión del facultativo a la hora de prescribir el test, ya que en muchas ocasiones, es el propio paciente quien lo solicita. No obstante, es importante ofrecer al médico las herramientas suficientes para que conozca en qué consiste la prueba, qué beneficios obtiene, como interpretar los resultados y cómo “vender” la prueba al paciente. No hay que olvidar que el ensayo tiene un precio elevado y que los médicos, en general, no tienen competencias comerciales. Por lo tanto, es necesario invertir un importante esfuerzo comercial en la atención y visita a médicos.

Tras la experiencia de comercialización en España se han detectado distintas formas de llegar a los médicos para presentarles Neurofarmagen: visitador, seminarios, congresos, publicaciones, asociaciones, etc. Este know-how se exportará a nivel internacional para introducir Neurofarmagen en los distintos países.

Existen casos en los que el paciente quiere realizarse el test genético pero por distintas razones su médico habitual no puede solicitarlo (localización geográfica, desconocimiento previo, etc.). En estos casos, AB-Biotics ha desarrollado una **red de médicos colaboradores** para poder redirigir aquellos pacientes que de forma proactiva desean hacerse la prueba. Los médicos colaboradores aparecen en la web de Neurofarmagen y acceden a visitar a los pacientes interesados sin cobrarles la primera consulta, a la que hace frente AB-Biotics siempre que se solicite la prueba.



Organización para la Expansión Internacional de AB-GENOTYPING

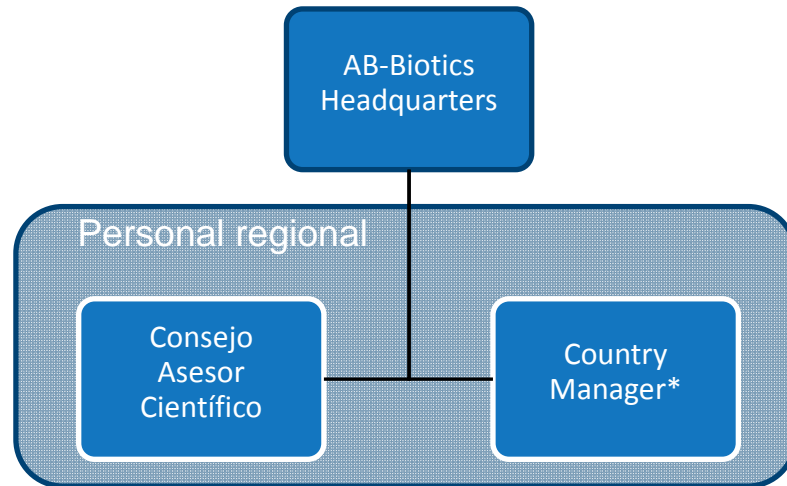
Como se comentó anteriormente, el plan de internacionalización se basa en una combinación de:

- Adquisición de laboratorios y empresas en algunos de los países (Estados Unidos, México y Brasil).
- Establecimiento de oficinas comerciales y logísticas (Francia, Alemania y Reino Unido).
- Acuerdos de distribución (Turquía).

En los mercados donde la implantación se basa en una adquisición de empresa (US, México, Brasil), el Plan de Recursos Humanos se adaptará según los siguientes parámetros:

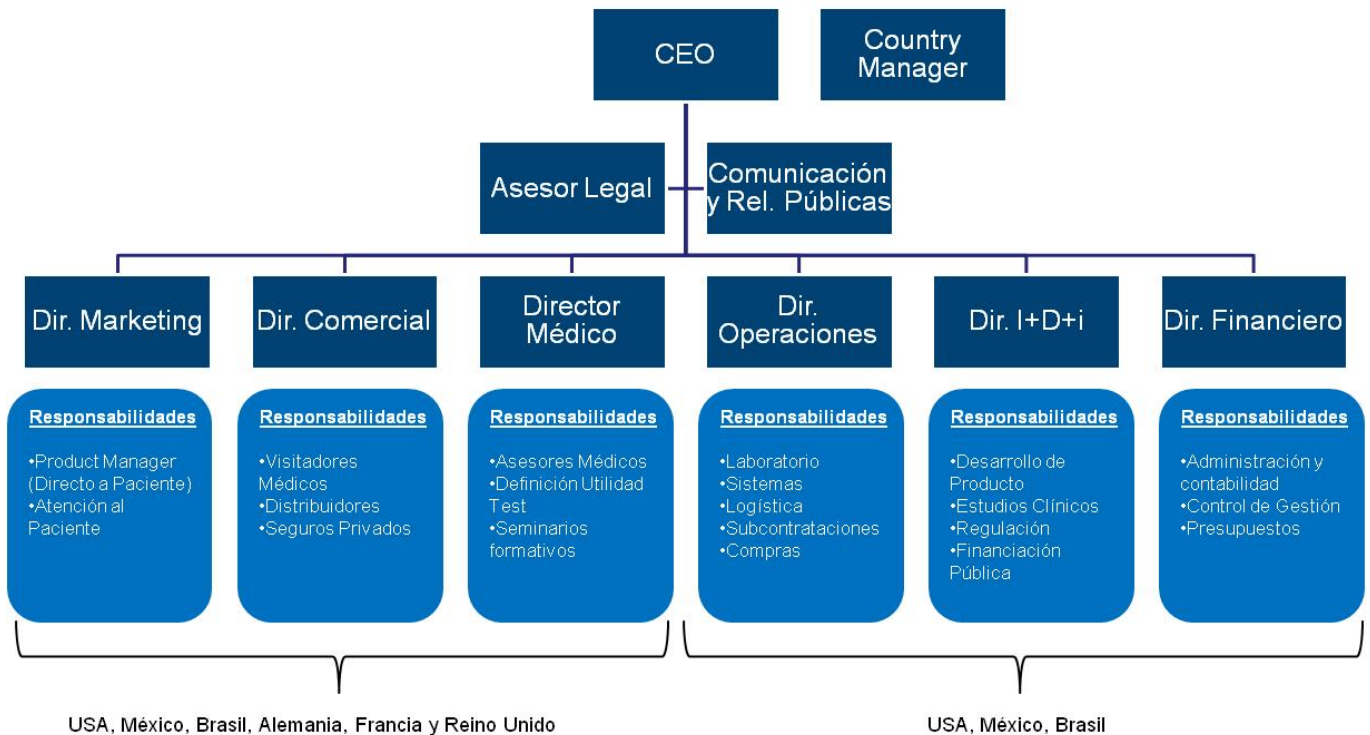
- **Equipo humano pre-existente:** Se intentará mantener la involucración de las personas clave de las compañías adquiridas para apalancar su know-how del mercado, de los clientes y de la operativa del país.
- **Estructura adaptada a la tipología de empresa:** Según la empresa adquirida sea un laboratorio de análisis clínicos tradicionales o una biotec se definirá un esquema organizativo distinto en cada caso.
- **Involucración de las personas clave** de las compañías adquiridas: Se definirá un plan de desarrollo ligado a un plan de incentivos económicos para retener a los miembros del equipo directivo más relevantes.
- **Board of Directors:** En aquellos países más estratégicos se definirá un Consejo de Administración de alto nivel, con expertos y líderes de opinión en cada país. Este Board colaborará activamente en la identificación de candidatos para los puestos ejecutivos clave de las compañías adquiridas. En un inicio, AB-Biotics sólo contempla la formación de un Consejo de Administración en España (el actual) y en Estados Unidos.
- **Board of Advisors:** Conjuntamente con el Board of Directors se definirá un comité de expertos a nivel científico y médico que aportará robustez y credenciales en los respectivos mercados.
- En cada uno de los mercados se establecerá un **responsable país de AB-Biotics** que coordinará el funcionamiento de la(s) empresa(s) del país en relación con la estrategia global de AB-Biotics.

En cada caso, AB-Biotics llevará a cabo un diagnóstico exhaustivo de la estructura organizativa de partida de la empresa adquirida. A partir de este análisis, se identificarán los *gaps* a cubrir o las personas a substituir para el éxito del proyecto. Los miembros del Board of Directors asumirán un rol destacado en este proceso, que además estarán involucrados accionarialmente con la compañía.



* EE.UU. tendrá un Consejo de Administración al cual reportará el country manager

En base a la experiencia de Neurofarmagen y del análisis de los distintos mercados, la estructura planteada en cada país debe cubrir las siguientes áreas funcionales según un esquema como el que se muestra en la figura siguiente:



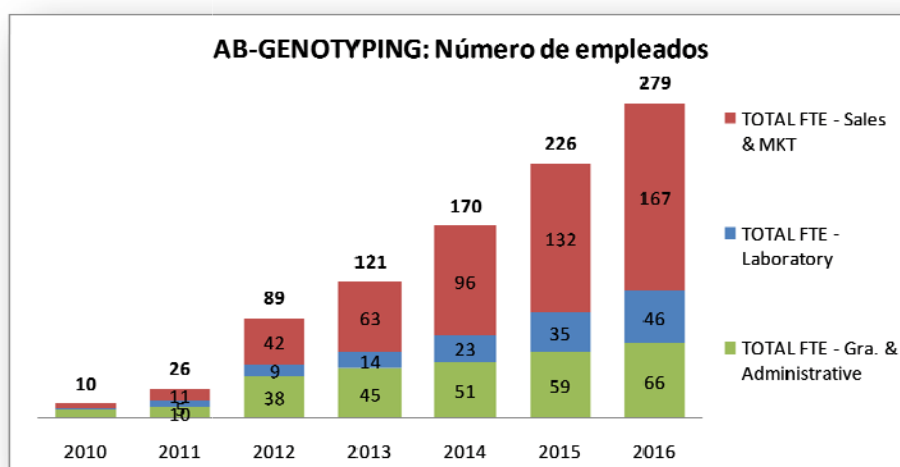
Dentro de la división de AB-Genotyping, el número de trabajadores en cada país estará ligado claramente al volumen de ventas, pero también al número de regiones cubiertas en cada país, a la complejidad de los sistemas informáticos y a la logística que se defina.

En base al análisis por país, la distribución del número de empleados queda de la siguiente forma:

FTE - Total	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Spain	10	16	21	31	39	47	53
USA	0	10	21	34	52	68	75
Mexico	0	0	16	19	26	36	46
Brazil	0	0	13	16	24	36	53
Turkey	0	0	2	2	2	2	4
Germany	0	0	5	6	9	11	16
France	0	0	5	6	9	11	15
UK	0	0	5	6	9	14	17
TOTAL FTE - Total	10	26	89	121	170	226	279

Se han clasificado los empleados según correspondan a las siguientes funciones:

- Laboratorio
- Marketing & Comercial
- Administración y Gastos Generales



En el caso de llegar a acuerdos de distribución de Neurofarmagen, la plantilla operativa vendrá definida por el laboratorio que lleve a cabo la distribución, mientras que la fuerza comercial deberá establecerse conjuntamente con AB-Biotics.

En cada país se ajustarán los salarios en función de la categoría del trabajador. En los casos en los que la estrategia de entrada es mediante adquisición, el coste de empresa considerado será proporcional al coste de la vida de cada país, partiendo de la base de remuneración en España.

La retribución del Board of Directors y Board of Advisors incluirá una parte en compensación económica según los estándares de cada mercado, y otra parte en acciones de la(s) compañía(s) en las que sean miembros de su Consejo. Las acciones se irán emitiendo progresivamente en el tiempo en base al cumplimiento de unos determinados hitos: económicos (ventas, EBITDA), financieros (cash flow positivo), operativos y comerciales.

Para cada país y cada posición se definirá un plan de remuneración y un plan de carrera para cada empleado.

AB-BIOTICS INGREDIENTES FUNCIONALES

AB-Biotics tiene en su área de negocio de Ingredientes Funcionales un pipeline enormemente potente de desarrollos en distintas fases, que no obstante invierte al ritmo que el desarrollo de negocio y el *time to market* de los más evolucionados va estando próximo. La estrategia de desarrollo contempla la inversión en dos estudios clínicos anuales con el objetivo de iniciar operaciones de licensing-out o comercialización con al menos un desarrollo al año.

❖ AB-FORTIS

AB-Biotics tiene en mercado desde finales de 2009 AB-FORTIS, un ingrediente funcional que constituye una solución de hierro micro-encapsulada con una doble capa de alginato sódico y cloruro cálcico. AB-FORTIS se encuentra actualmente en fase nacional para obtener la patente en 30 países. Su comercialización está en fase muy avanzada y los primeros acuerdos para licenciar el producto a grandes *partners* industriales podrían concretarse en el transcurso de 2011.

❖ AB-LIFE

El ingrediente funcional AB-LIFE, consiste en una solución Probiótica útil para el tratamiento y la prevención de enfermedades cardiovasculares, fue presentado en el marco de BioSpain 2010 celebrado en septiembre de 2010 en Pamplona. En enero de 2011, la Oficina Europea de Patentes (OEP) emitió un informe favorable sobre la solicitud internacional de patente de AB-LIFE y fue publicada bajo el tratado PCT el pasado mes de Abril de 2011. El producto está ya en fase de comercialización y empresas de varios países ya se han interesado por licenciarlo.

El interés que tiene AB-LIFE para la industria es el hecho que la solución está basada en un ingrediente activo que actúa colonizando el intestino y sin absorberse, es decir, sin entrar en el torrente sanguíneo ni intervenir en el metabolismo hepático, lo que reduce la posibilidad de que aparezcan efectos adversos al tratamiento, respondiendo a las características ideales de un tratamiento crónico o subcrónico.

En estudios de toxicidad aguda realizados con modelos animales, se administró una dosis con un factor de seguridad 100, respecto a la dosis a administrar a individuos humanos, resultando sin ningún tipo de signo toxicológico ni a nivel conductual, de evolución del crecimiento ni patológico. Esto se corroboró en el estudio clínico realizado

en el Hospital Puerta del Hierro, dónde ninguno de los 60 participantes describió ningún tipo de efecto secundario después de haber tomado el tratamiento durante 3 meses.

A inicios de 2011, AB-Life consiguió obtener el registro necesario para poder ser comercializado en toda la Unión Europea como Complemento de la Dieta. De modo que por su capacidad de llegar rápidamente al mercado debido, se ha priorizado la comercialización de AB-Life en el formato de Complemento de la Dieta.

Por lo que hace referencia a la industria alimentaria, cualquier mensaje referente a beneficios para la salud del consumidor, está sujeto a la nueva regulación a nivel Europeo *REGLAMENTO (CE) No 1924/2006 relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos* obligando a haber demostrado clínicamente cualquier mensaje relativo a beneficios para la salud del consumidor, realizados con el producto comercial y previa autorización de la autoridad competente que en este caso es la *European Food Safety Authority (EFSA)*. Esto obliga a un codesarrollo conjunto entre AB-Biotics y la industria alimentaria con la finalidad de poder comunicar los beneficios saludables al consumidor. Aunque pueda representar un retraso en la comercialización del producto en su aplicación en matrices alimentarias, también representa la oportunidad de poder comercializar un ingrediente funcional propio bajo una marca líder en distribución de alimentos funcionales a nivel global. Actualmente se está en conversaciones con distintas marcas líderes muy bien posicionadas en el mercado de alimentación y con capacidad para comunicar beneficios funcionales a los consumidores.

Se estima que en un plazo máximo de 3 años el producto pueda ser comercializado bajo las anteriores premisas y con autorización exclusiva de la EFSA para AB-Life.

Hasta llegar a este punto y como fase inicial de comercialización, para el AB-Life se está negociando acuerdos de licencia con los líderes de la industria farmacéutica mejor posicionados en el mercado de la indicación Cardiovascular en cada uno de los países de mayor interés, tanto de la UE como del continente Americano. Es por este motivo que AB-Life llegará al mercado no más tarde del primer trimestre de 2012 en forma de Complemento de la Dieta.

LICENCIAS AB-LIFE:

Para los acuerdos de licencia de AB-Life que se están negociando en la actualidad, se está siguiendo un modelo de acuerdo que responde a las siguientes características:

- AB-Biotics ofrece:
 1. Licencia de AB-Life en forma de producto terminado (Tratamiento mensual: 30 dosis).
 2. Acuerdo de exclusividad de distribución por país.
 3. Disponibilidad de todo el material científico de AB-Life.
 4. Disponibilidad de comunicar la marca AB-Life de AB-Biotics.
 5. Acceso al equipo científico responsable de AB-Life para diseñar nuevos estudios clínicos.

- Los licenciatarios ofrecen:

1. Previsión de venta para los próximos 3-5 años por parte del licenciatario.
2. Compromiso de venta mínimo anual para los próximos 3-5 años, por parte del licenciatario.
3. Obligación de pagar las ventas mínimas anuales.
4. Pérdida de la licencia en exclusiva en caso de incumplir con las ventas mínimas anuales durante 2 años seguidos.
5. Obligación de realizar al menos, un estudio clínico con AB-Life, en coordinación con AB-Biotics.
6. Obligación de comunicar la marca AB-Life de AB-Biotics.

Esta estructura de acuerdo permite las siguientes ventajas para AB-Biotics:

- Rápida comercialización por parte de los licenciatarios, al encontrarse un producto ya listo para su comercialización y que cumple con las especificaciones técnicas requeridas para la industria farmacéutica.
- Cooperativismo entre las licencias de distintos países, ya que si todos realizan nuevos ensayos clínicos coordinados por AB-Biotics, se va a obtener nueva documentación clínica en cada caso y complementaria entre ellas.
- Aseguramiento de unas ventas mínimas anuales.
- Creación de una marca global asociada a protección cardiovascular: AB-Life, que seguirá vigente aún y cuando expire la patente de AB-Life en 2031.

Independientemente de las condiciones establecidas para la comercialización de AB-Life así como el disfrute de la licencia en exclusiva, AB-Biotics se reserva el derecho para recuperar la licencia en cada uno de los países. El principal motivo para preservar este derecho, es el de dejar la puerta abierta a que una empresa multinacional estuviera dispuesta a comercializar AB-Life a nivel global, suponiendo un gran salto cualitativo a nivel de volumen, incrementando de forma significativa la oportunidad de negocio para AB-Biotics.

Este derecho de recuperación de la licencia se negociará en cada país, en función de las circunstancias de cada uno de los acuerdos.

❖ I3.1

A principios de 2012 se prevé finalizar el estudio clínico sobre I3.1., solución probiótica útil para el tratamiento y la prevención del Síndrome del Intestino Irritable (IBS), para entrar en 2012 en fase de comercialización para su licencia a empresas del sector farmacéutico y/o alimentario. La solución Probiótica para IBS ya ha obtenido el informe positivo de la Oficina Europea de Patentes para su protección y se publicó bajo el tratado PCT el 4 de Agosto de 2011.

Siguiendo la misma estrategia comercial que AB-Life, en paralelo a la realización del estudio clínico, se está trabajando a nivel de desarrollo regulatorio realizando todas aquellas pruebas complementarias exigidas por la industria con la finalidad de cubrir con las especificaciones técnicas estándar. Estas pruebas consisten en Desarrollo analítico y Galénico, Fermentación industrial, Ensayos de estabilidad según normativa ICH a distintas zonas climáticas, así como definiendo la estrategia de Registro. Se espera durante 2011 y principios del 2012 completar con todos estos requerimientos así como la

autorización para la comercialización del producto en toda la Unión Europea, para poder cerrar acuerdos de comercialización durante 2012 y su llegada al mercado durante 2012-2013.

Organigrama

La estructura organizativa de AB-Biotics a nivel del grupo a fecha del presente Documento es la siguiente:

