

## Naturhouse cierra un nuevo año con beneficio neto de doble dígito, y un dividendo de 17 M€

- La compañía cerró 2018 con ventas netas de 87,3 M€, EBITDA de 23,2 M€ y beneficio neto de 15,4 M€.
- Tras cuatro ejercicios de crecimiento continuado (2013-2016), los cambios implementados en el modelo de negocio entre 2017 y 2018, y circunstancias extraordinarias acontecidas en 2018, explican mayoritariamente la disminución en ventas (-7,4 M€), EBITDA (-6,1 M€) y beneficio neto (-4,7 M€) en este último ejercicio.
- En 2018 Naturhouse siguió manteniendo sus tradicionales niveles de deuda, con caja positiva neta de 5,3 M€, y una sólida capacidad de generar liquidez, retribuyendo a los accionistas con 16,8 millones de euros a cuenta del resultado del ejercicio, una rentabilidad por dividendo del 18%.

**Madrid, 28 de febrero de 2019.-** Naturhouse, compañía especializada en la venta de productos dietéticos y la reeducación de hábitos alimenticios, cerró el ejercicio 2018 con una cifra de negocios de 87,3 millones de euros, un EBITDA de 23,2 millones de euros y un beneficio neto de 15,4 millones de euros.

Tras cuatro ejercicios de crecimiento en ventas continuado (2013-2016) a pesar de la severa ralentización del consumo en aquellos años, Naturhouse inició en 2017 un plan de optimización de su estructura comercial y la digitalización de la compañía para afrontar el crecimiento en nuevos mercados internacionales.

La exclusión de puntos de venta de su perímetro tradicional y el incremento de costes asociados a dicho plan de optimización en estos dos últimos años, unido a circunstancias climáticas y conflictos sociales extraordinarios acontecidos a lo largo de 2018 en Francia (principal mercado de Naturhouse), condicionaron notablemente el resultado de este último ejercicio

### **1. Evolución de la cifra de negocios**

A lo largo de 2018, en el marco de un plan de optimización de la estructura comercial de la compañía que le permitiera mejorar en el medio plazo su facturación por tienda, la compañía inició un proceso de sustitución de aquellos centros menos rentables. Ello resultó en una cifra neta de salida del perímetro de 77 tiendas (diferencia entre cierres y nuevas aperturas), lo que explica parte del retroceso en ventas en el ejercicio.

Adicionalmente a esta decisión estratégica, el mercado francés, que aporta un 42% de la cifra de negocios del total de la compañía, sufrió una importante caída en ventas fruto de los episodios de nieve e inundaciones en los meses de febrero, marzo y octubre, respectivamente, que se unieron a los conflictos sociales acontecidos en este país, todo ello ocasionando un grave impacto sobre la logística y el sector de venta minorista.

Por todo ello, mientras que las ventas en el conjunto del resto de países decrecieron en entornos del 4% (un total de 2,3 millones de euros), principalmente por la optimización comercial comentada al inicio de este epígrafe, en Francia la cifra de negocios disminuyó un 12,5% (5,1 millones de euros), lo cual, dada la importancia de este mercado en el total de las ventas de la compañía, complementa la explicación del retroceso en ventas del ejercicio.

A pesar de estas circunstancias, la compañía presentó un margen bruto razonablemente estable en 2018, con un 71,2%.

## **2. Resultado de explotación**

Naturhouse cerró 2018 con un EBITDA de 23,2 millones de euros, frente a 29,3 millones de euros en 2017, una diferencia de 6,1 millones de euros. Sin embargo, más del 90% de dicho deterioro se generó en los nueve primeros meses del ejercicio, presentando el cuarto trimestre estanco un EBITDA en niveles mucho más parejos a los del mismo periodo del ejercicio anterior.

Se espera que esta tendencia positiva, que contrarresta en cierta medida los resultados acumulados a cierre de septiembre, se traduzca en un regreso a la senda del crecimiento en los próximos meses tanto a niveles de ventas, como de EBITDA y beneficio.

En términos de evolución de los costes operativos del negocio, a los hechos comentados en el apartado anterior, se unieron en 2018 situaciones extraordinarias acontecidas en España, Italia y Polonia, que impactaron directamente en los márgenes de explotación de la compañía.

Concretamente, en Polonia, cuarto mercado de Naturhouse por detrás de Francia, España e Italia, Naturhouse tuvo que hacer frente a una situación de competencia desleal por parte de un ex directivo de la compañía, lo que motivó la necesidad de reforzar la inversión en publicidad y la red de tiendas propias en el país, ocasionando una serie de gastos extraordinarios en personal, arrendamientos y puesta en marcha de estos centros.

Adicionalmente, a nivel de estructura organizativa, el resultado de explotación recoge el impacto del traslado de la sede corporativa de la compañía, indemnizaciones por la sustitución del director general en Francia, así como cambios en la dirección comercial en Italia.

A la pérdida de EBITDA por la salida de ventas del perímetro comentado en el epígrafe 1, se unió un impacto total de 2,5 millones de euros por los hechos extraordinarios anteriormente detallados, si bien ninguno de éstos debería motivar un nuevo incremento de costes en el ejercicio en curso.

Mientras el margen EBITDA sobre ventas se situó en el 26,6% a cierre de 2018, frente a 30,9% en 2017, sin tener en cuenta las circunstancias extraordinarias comentadas, el margen EBITDA de la compañía se hubiera situado en el 29,4%, sobre el que se espera que la compañía evolucione positivamente en 2019.

### **3. Dividendos**

Las circunstancias extraordinarias a las que Naturhouse hizo frente en 2018 no deslucieron la sólida capacidad de la compañía de generar liquidez. A falta de materializar el pago del último tramo del dividendo, Naturhouse habrá retribuido a sus accionistas con 16,8 millones de euros a cuenta del resultado del año 2018, lo que se traduce en una rentabilidad por dividendo del 18%.

La compañía mantiene su firme compromiso de futuro respecto a la retribución al accionista vía dividendo.

### **4. Expansión internacional**

En términos de expansión internacional, la entrada en Austria permitió a la compañía continuar con su extensa presencia geográfica con 32 países en 2018. Esta nueva apertura pone de manifiesto nuevamente la capacidad de adaptación del modelo de negocio a cualquier país del mundo independientemente de su cultura, religión y grado de desarrollo. Así mismo, destacó la buena tendencia de los contratos “master franquicia” que durante 2018 incrementaron un 12% el número de centros gracias a la aportación de Irlanda, Eslovaquia, Republica Checa y Rumania. Mediante estos contratos, Naturhouse acelera la apertura de franquicias a través de socios locales en cada uno sus mercados objetivo.

### **5. Proyecto digital**

El Consejo de Administración de Naturhouse aprobó en 2018 una apuesta firme por la incorporación de la tecnología digital a su negocio tradicional. Esta decisión responde a la voluntad de la compañía de acelerar su desarrollo en nuevos mercados, y ello a través de una estrategia comercial con menores costes operativos, lo que redundará en una mayor rentabilidad para el negocio.

En atención a este mandato, Naturhouse inició en 2018 su plan de desarrollo digital en Reino Unido, Rusia, Emiratos Árabes e India para dar el salto a Estados Unidos en este 2019.

Asimismo, la compañía anunció a finales de enero de 2019 la incorporación de José Ramón Gimeno, hasta la fecha *Senior Manager* del negocio de Libros de Amazon en España y anteriormente responsable de la categoría de Entretenimiento (Música, DVD y Videojuegos) para acelerar la puesta en marcha del plan estratégico digital en uno de los grandes mercados de desarrollo futuro de Naturhouse, Estados Unidos.

El proyecto digital se combinará con un cambio de imagen y disposición de los centros, denominado “Tienda 2.0”, un nuevo concepto destinado a potenciar el área comercial, que contribuirá a incrementar su rentabilidad como resultado de la venta de productos no ligados con el sobrepeso y con el que se espera atraer a un público más joven.

La gran baza de Naturhouse para 2019 es la puesta en marcha de la estrategia online combinado con la Tienda 2.0, con el que la compañía desea impulsar las ventas en EEUU, Reino Unido y Alemania. A modo de primeros indicadores, en Reino Unido las primeras pruebas en online permitieron aumentar las ventas en tienda un 8% en el primer mes y un 9,2% en el segundo mes.

Todos los logros conseguidos hasta la fecha por Naturhouse han sido gracias a un modelo de negocio que combina una gestión basada en un excelente ratio de riesgo-rentabilidad, replicable en cualquier país del mundo, por lo que la compañía confía que continuará con su exitosa expansión geográfica y retorno a la senda de resultados positivos a lo largo del 2019, tras los recientes ajustes estratégicos.

### **Sobre Naturhouse**

---

**Naturhouse es un grupo empresarial español cotizado en la bolsa española** dedicado al sector de la dietética y nutrición, **con un modelo de negocio propio y diferenciado, basado en el “Método Naturhouse”**. Este método combina la venta de complementos alimenticios con el asesoramiento y seguimiento personalizado gratuito por parte de un especialista titulado. Desde la apertura de su primer centro en Vitoria en 1992, Naturhouse ha asesorado **a más de 6.500.000 de personas**. La compañía, con presencia en 32 países y **con 2.283 centros**, tanto propios como franquiciados. Naturhouse es la única empresa de alimentos dietéticos que participa en toda **la cadena de valor**, desde el desarrollo y fabricación de los productos, a la comercialización y asesoramiento al cliente. Dicha característica, unida a un negocio con bajos **requerimientos de inversión y atractivos retornos** para el franquiciado, ha hecho a la compañía merecedora de numerosos premios. Durante nueve años consecutivos ha sido elegida una de las 100 mejores franquicias del mundo por Franchise Direct.

Expertos en  
nutrición y  
control del peso

---



## Resultados 2018

*25 de febrero de 2019*



El presente documento ha sido preparado por NATURHOUSE HEALTH S.A. (“NATURHOUSE” o la “Sociedad”), exclusivamente para su uso en las presentaciones con motivo del anuncio de los resultados de la Compañía correspondientes al tercer trimestre de 2018. NATURHOUSE no autoriza su divulgación, publicación ni utilización por ninguna otra persona física o jurídica con una finalidad distinta a la arriba expresada salvo con el consentimiento previo, expreso y por escrito de NATURHOUSE ni, en consecuencia, asume ninguna responsabilidad por el contenido del documento si este es utilizado con una finalidad distinta a la expresada anteriormente sin contar con la autorización de la Sociedad.

Se advierte que la información contenida en el presente documento no ha sido auditada por los auditores de la Sociedad y ha sido resumida. La información y cualesquiera de las opiniones y afirmaciones contenidas en este documento no han sido verificadas por terceros independientes y, salvo cuando se indica expresamente otra fuente, han sido elaboradas por la Sociedad.

El presente documento contiene previsiones o estimaciones relativas a la evolución de negocio y resultados de la Compañía en el futuro. Estas previsiones responden a la opinión y expectativas actuales de NATURHOUSE HEALTH, S.A. Dichas previsiones por su propia naturaleza inciertas, están afectadas por riesgos, entre los que se encuentran los recogidos en el Folleto informativo de la oferta de venta y admisión a negociación de las acciones de NATURHOUSE, que fue aprobado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores y quedó registrado en sus registros oficiales el 9 de abril de 2015 y está a disposición de los inversores en las páginas web del emisor ([www.naturhouse.com](http://www.naturhouse.com)) y la Comisión Nacional del Mercado de Valores ([www.cnmv.es](http://www.cnmv.es)). Estos riesgos podrían ocasionar que los resultados reales difieran significativamente de dichas previsiones o estimaciones.

Lo expuesto en este documento debe de ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por NATURHOUSE HEALTH SA, y en particular por los analistas que manejen el presente documento.

Este documento no constituye una oferta de venta o suscripción ni una invitación a suscribir o adquirir acciones de NATURHOUSE ni valor diferente alguno en España ni en ninguna otra jurisdicción

- Principales Magnitudes.
- Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada.
- Ventas y EBITDA por países.
- Evolución de los Centros.
- Caja Neta y Dividendos.
- Balance Consolidado.
- Estrategia y Perspectivas.
- Hechos Relevantes del Periodo.

Propuesto el pago de un dividendo final de 2018, por importe de 0,06€/acc pagadero el próximo 30 de mayo<sup>(1)</sup>, lo que supone un dividendo total sobre el resultado de 2018 de 0,28€/acc, alcanzando un payout del 109% y situar la rentabilidad por dividendo en el 17,74%<sup>(2)</sup>

Margen EBITDA del 27%, prácticamente el doble de la media del sector en USA<sup>(3)</sup>, a pesar de una serie de extraordinarios acontecimientos

Naturhouse inició en 2017 un plan de optimización de estructura comercial y digitalización de la compañía para afrontar el crecimiento de nuevos mercados internacionales

A cierre de año, Naturhouse operaba en 32 países con 2.283 tiendas.  
Cierre de la única tienda en Lituania con el fin de optimizar costes operativos.  
Cierre de 77 tiendas derivado del inicio de un proceso de subsanación de aquellos centros menos rentables, en el marco de optimización de la estructura comercial que permitirá mejorar en el medio plazo su facturación media por tienda.

|                          | 2017         | 2018         | var %  |
|--------------------------|--------------|--------------|--------|
| Ventas                   | 94.700       | 87.289       | -7,8%  |
| EBITDA                   | 29.292       | 23.168       | -20,9% |
| <i>Margen EBITDA</i>     | <i>30,9%</i> | <i>26,5%</i> |        |
| Beneficio Neto           | 19.848       | 15.355       | -22,6% |
| Centros                  | 2.360        | 2.283        | -77    |
| Países <sup>(1)</sup>    | 33           | 32           | -1     |
| Caja Neta <sup>(2)</sup> | 5.191        | 5.372        | 3,5%   |

Datos en miles de euros

(1) Dicho dividendo será sometido a aprobación en la próxima Junta General de Accionistas

(2) Calculada en base al precio de cierre de Naturhouse el 31 de diciembre de 2018 (1,578€/acc) y tomando como referencia los 3 dividendos con cargo al ejercicio de 2018 (importe (0,28€/acc)

(3) Weight Watchers, GNC, Vitamin Shoppe, Nutrisystem y Herbalife



|   | 2017           | 2018           | var %          |
|---|----------------|----------------|----------------|
| <b>Ventas Totales</b>                       | <b>94.700</b>  | <b>87.289</b>  | <b>-7,83%</b>  |
| <b>Aprovisionamientos</b>                   | <b>-27.119</b> | <b>-25.158</b> | <b>-7,23%</b>  |
| <b>Margen Bruto</b>                         | <b>67.580</b>  | <b>62.131</b>  | <b>-8,06%</b>  |
| <i>Margen Bruto</i>                         | <i>71,4%</i>   | <i>71,2%</i>   |                |
| <b>Personal</b>                             | <b>-20.390</b> | <b>-20.709</b> | <b>1,56%</b>   |
| <b>Otros Gastos Operativos</b>              | <b>-18.645</b> | <b>-19.619</b> | <b>5,23%</b>   |
| <b>Otros Ingresos</b>                       | <b>746</b>     | <b>1.365</b>   | <b>82,94%</b>  |
| <b>EBITDA</b>                               | <b>29.292</b>  | <b>23.168</b>  | <b>-20,91%</b> |
| <i>Margen EBITDA</i>                        | <i>30,9%</i>   | <i>26,5%</i>   |                |
| <b>Amortizaciones y deterioros</b>          | <b>-1.030</b>  | <b>-1.020</b>  | <b>-0,97%</b>  |
| <b>EBIT</b>                                 | <b>28.262</b>  | <b>22.148</b>  | <b>-21,63%</b> |
| <i>Margen EBIT</i>                          | <i>29,8%</i>   | <i>25,4%</i>   |                |
| <b>Resultados Financieros</b>               | <b>-40</b>     | <b>-26</b>     | <b>-35,00%</b> |
| <b>Part. Puesta en Equivalencia (Ichem)</b> | <b>434</b>     | <b>597</b>     | <b>37,30%</b>  |
| <b>BAI</b>                                  | <b>28.656</b>  | <b>22.718</b>  | <b>-20,72%</b> |
| <b>Impuestos</b>                            | <b>-8.808</b>  | <b>-7.364</b>  | <b>-16,40%</b> |
| <b>Beneficio Neto</b>                       | <b>19.848</b>  | <b>15.355</b>  | <b>-22,64%</b> |
| <i>Margen sobre Beneficio Neto</i>          | <i>21,0%</i>   | <i>17,6%</i>   |                |

*Datos en miles de euros*

**Nota 1:** Definición EBITDA: resultado operativo + amortizaciones de inmovilizado + deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado.

## Evolución de ventas por países

|                           | 2017          | 2018          | var %        |
|---------------------------|---------------|---------------|--------------|
| Francia                   | 40.875        | 35.770        | -12,5%       |
| España                    | 19.343        | 18.549        | -4,1%        |
| Italia                    | 20.764        | 20.084        | -3,3%        |
| Polonia                   | 11.208        | 10.360        | -7,6%        |
| Resto países              | 2.510         | 2.525         | 0,6%         |
| <b>Total</b>              | <b>94.700</b> | <b>87.288</b> | <b>-7,8%</b> |
| <b>Área Internacional</b> | <b>75.357</b> | <b>68.739</b> | <b>-8,8%</b> |

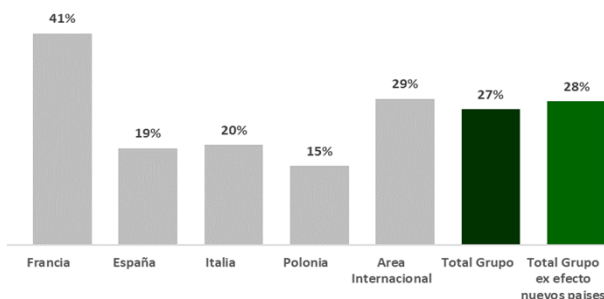
En miles de euros

## Evolución de EBITDA por países

|                           | 2017          | 2018          | var %         | Margen EBITDA |
|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Francia                   | 16.249        | 14.811        | -8,8%         | 41,4%         |
| España                    | 5.473         | 3.512         | -35,8%        | 18,9%         |
| Italia                    | 4.559         | 3.930         | -13,8%        | 19,6%         |
| Polonia                   | 3.745         | 1.599         | -57,3%        | 15,4%         |
| Resto países              | -801          | -684          | 14,6%         | 28,6%         |
| <b>TOTAL</b>              | <b>29.225</b> | <b>23.168</b> | <b>-20,7%</b> | <b>26,6%</b>  |
| <b>Area Internacional</b> | <b>23.752</b> | <b>19.656</b> | <b>-17,2%</b> | <b>28,6%</b>  |

En miles de euros

## Margen EBITDA por país



❑ La facturación a cierre de 2018 se sitúa en 87,3 mn de euros.

✓ Del descenso del total de la cifra de ventas, 1,15 mn de euros se explican por el cierre de tiendas como resultado del plan de optimización.

✓ En Francia, las ventas han cedido como consecuencia de nieve e inundaciones en los meses de febrero/marzo y octubre, respectivamente, que se unieron a los conflictos sociales acontecidos en este país, todo ello ocasionando un grave impacto sobre la logística y el sector de venta minorista.

✓ En el caso de España e Italia las dificultades del comercio retail están pesando sobre las ventas, aun así seguimos confiando en revertir la situación en los próximos trimestres.

✓ Por lo que respecta a Polonia, la aparición de un nuevo competidor a finales de 2017, supuso un freno al crecimiento que venía registrando el país, pero que en el cuarto trimestre de 2018 vemos como se revierte la situación con una mejora en la cifra de ventas del 5,1% con respecto a las ventas del cuarto trimestre de 2017.

✓ En cuanto al resto de países, la caída se debe fundamentalmente al descenso de Portugal, ya que los nuevos países<sup>(1)</sup> han crecido a tasas superiores al 31% respecto al año 2017. en el cuarto trimestre de 2018 vemos como mejora la situación con una mejora ventas del 7,6% con respecto a las ventas del cuarto trimestre de 2017.

✓ Por su parte, las ventas a los países masterfranquiciados crecen a un ritmo del 20%. Iniciando la expansión en China y con avances significativos en India, para poder abrir la primera tienda en los próximos meses.

❑ Sin tener en cuenta los extraordinarios, el EBITDA ha alcanzado 25,66 mn de €.

✓ En Francia, el EBITDA cede como consecuencia de las menores ventas, aunque lo hace en menor medida. Como gasto extraordinario tenemos la reorganización de la dirección del país (+0,08 mn de €).

✓ En España el EBITDA se ha visto fundamentalmente afectado por el traslado de sede de Barcelona a Madrid, (+0,8 mn de €), por los mayores gastos de arrendamiento y la reorganización del área comercial (+0,1 mn de €).

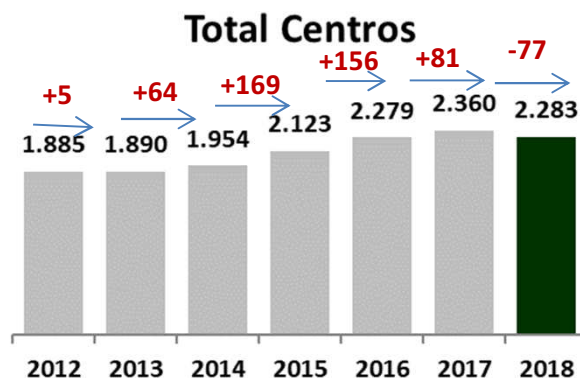
✓ En Italia, el aumento de los gastos de personal (+0,3 mn de €) provocado por la reorganización del área comercial.

✓ En Polonia, como consecuencia de la apertura de nuevos centros propios para hacer frente a una situación de competencia desleal por parte de un ex directivo de la compañía, en Polonia ha habido un aumento puntual y significativo de publicidad, personal, arrendamientos y puesta en marcha de las tiendas (+1,3 mn de €).

✓ La expansión en los nuevos países<sup>(1)</sup> ha afectado al EBITDA en -0,88 mn de €.

**Todo ello ha supuesto un impacto en gastos extraordinarios de 2,5 millones de euros.**

**2.283 centros en 32 países**  
-77 cierres como consecuencia del plan de optimización de la estructura comercial de la compañía

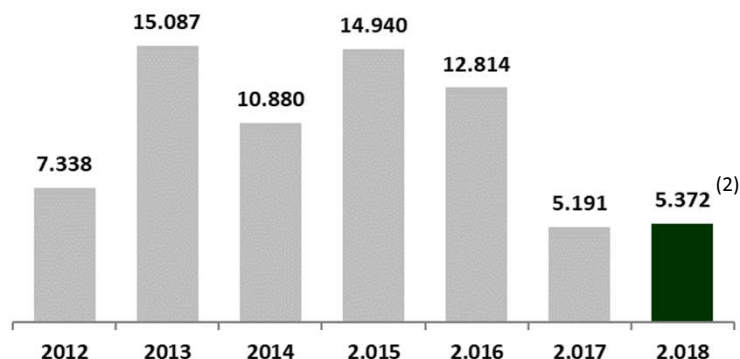


**1.778 de los centros son franquicia, el 243 centros propios y 262 másterfranquicias**

|                            | 2017         |            |              | 2018         |            |              | Aperturas netas 2018 |          |             |
|----------------------------|--------------|------------|--------------|--------------|------------|--------------|----------------------|----------|-------------|
|                            | Total        | Propios    | Franquicias  | Total        | Propios    | Franquicias  | Total                | Propios  | Franquicias |
| Francia                    | 643          | 37         | 606          | 618          | 26         | 592          | -25                  | -11      | -14         |
| España                     | 589          | 89         | 500          | 563          | 85         | 478          | -26                  | -4       | -22         |
| Italia                     | 475          | 56         | 419          | 467          | 51         | 416          | -8                   | -5       | -3          |
| Polonia                    | 348          | 29         | 319          | 304          | 59         | 245          | -44                  | 30       | -74         |
| Resto países filiales      | 71           | 23         | 48           | 69           | 22         | 47           | -2                   | -1       | -1          |
| Países masterfranquiciados | 234          | 0          | 234          | 262          | 0          | 262          | 28                   | 0        | 28          |
| <b>Total</b>               | <b>2.360</b> | <b>234</b> | <b>2.126</b> | <b>2.283</b> | <b>243</b> | <b>2.040</b> | <b>-77</b>           | <b>9</b> | <b>-86</b>  |

**La generación de caja y la política de retribución al accionista continúan siendo nuestra prioridad  
Naturhouse mantiene su compromiso de payout: >85% en 2018**

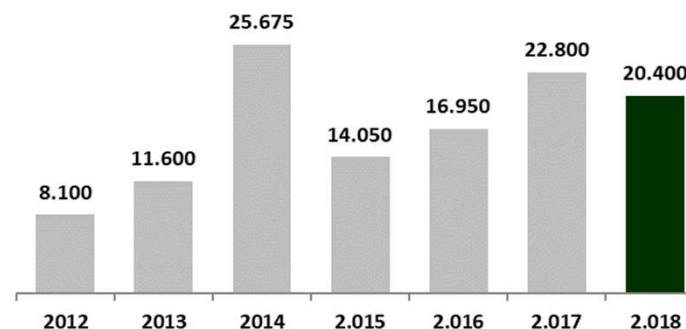
### Caja Neta<sup>(1)</sup>



Datos en miles de euros

**(2) No incluye los 5,6 mn de €, pendientes de devolver por parte de la Agencia Tributaria española. 3,6 mn de € fueron devueltos en Febrero de 2019 y el resto se espera que sea devuelto antes de Enero de 2020.**

### Dividendos



Datos en miles de euros

Nota 1: Los datos de 2012, 2013 y 2014 incluyen SAS Naturhouse en todos los periodos

❑ **La caja neta a cierre de 2018 se ha situado en 5,24 mn €, tras haber abonado 20,4 mn de euros en dividendos en 2018 y estar pendientes de devolución 5,6 mn de euros por parte de la Agencia Tributaria española. Incluyendo esta última cifra, la caja neta a cierre de 2018 se hubiera situado en 10,84 mn de euros.**

❑ **Propuesto el pago de un dividendo final de 2018, por importe de 0,06€/acc, pagadero el próximo 15 de mayo, lo que supone un dividendo total con cargo al ejercicio de 2018 de 0,28€/acc, alcanzando un payout del 109% y situar la rentabilidad por dividendo en el 17,74%<sup>(2)</sup>. Dicho dividendo se someterá a aprobación por parte de la próxima Junta General de Accionistas.**

❑ **Acordado a partir de 2019 fraccionar el dividendo en 4 pagos.**

(1) Definición Caja Neta: efectivo y equivalentes - deuda financiera a corto plazo - deuda financiera a largo plazo

(2) Calculada en base al precio de cierre de Naturhouse el 31 de diciembre de 2018 (1,578€/acc) y tomando como referencia los 3 dividendos con cargo al ejercicio de 2018 (importe (0,28€/acc)

|   | 2017          | 2018          |
|---|---------------|---------------|
| Inmovilizado Intangibles                      | 1.687         | 1.412         |
| Inmovilizado Material                         | 5.035         | 3.806         |
| Activos Financieros no Corrientes             | 1.038         | 882           |
| Inversiones en Empresas Asociadas             | 3.136         | 3.348         |
| Activos por Impuestos Diferidos               | 324           | 150           |
| <b>ACTIVO FIJO</b>                            | <b>11.220</b> | <b>9.598</b>  |
| Existencias                                   | 4.449         | 4.429         |
| Clientes                                      | 4.373         | 4.288         |
| Activos por impuestos corrientes              | 9.373         | 6.866         |
| Otros Activos Corrientes (Gastos anticipados) | 1.095         | 687           |
| Participaciones en Compañías Vinculadas       | 1             | 0             |
| Efectivo y Equivalentes                       | 8.326         | 8.247         |
| <b>ACTIVO CIRCULANTE</b>                      | <b>27.617</b> | <b>24.517</b> |
| <b>TOTAL ACTIVO</b>                           | <b>38.837</b> | <b>34.115</b> |
| <b>FFPP</b>                                   | <b>24.503</b> | <b>18.840</b> |
| Provisiones no Corrientes                     | 1.143         | 904           |
| Deuda Financiera LP                           | 3.080         | 2.870         |
| Pasivos por Impuestos Diferidos               | 362           | 303           |
| <b>PASIVO FIJO</b>                            | <b>4.585</b>  | <b>4.077</b>  |
| Deuda Financiera CP                           | 55            | 5             |
| Proveedores                                   | 4.790         | 6.091         |
| Proveedores Partes Vinculadas                 | 3.560         | 3.793         |
| Pasivos por Impuestos Corrientes              | 1.344         | 1.309         |
| <b>PASIVO CIRCULANTE</b>                      | <b>9.749</b>  | <b>11.198</b> |
| <b>TOTAL PASIVO</b>                           | <b>38.837</b> | <b>34.115</b> |

En miles de euros

## Estrategia

- ✓ Plan de optimización de la estructura comercial con el objetivo de mejorar a medio plazo la facturación por tienda.
- ✓ Desarrollo del negocio digital, con el objetivo de acelerar el desarrollo de nuevos mercados, a través de una estrategia comercial con menores costes operativos, lo que redundará en una mayor rentabilidad para el negocio.
- ✓ Cambio de imagen de las tiendas hacia un formato que denominamos *Tienda 2.0*, donde el cliente pueda dirigirse directamente a los productos no ligados al sobrepeso sin necesidad de asesoramiento, ya que estos se encuentran categorizados. Todo ello, nos permitirá incrementar la rentabilidad por tienda como resultado de la venta de productos no ligados con el sobrepeso y con el que se espera atraer a un público más joven.

## Objetivos

- ✓ Incremento de las ventas tanto en los países principales como en nuevos países.
- ✓ Aumento de presencia internacional y venta digital.
- ✓ Margen EBITDA superior al 30%.
- ✓ Mantenimiento de la solidez del balance y de la capacidad de generación de caja.

**Para más información ver nota adjunta a la presentación de resultados**

### Hechos Relevantes del Periodo

- 23 de febrero 2018: Dividendo final 2017
- 23 de febrero 2018: Informe Anual de Gobierno Corporativo
- 23 de febrero 2018: Informe de Remuneraciones de los consejeros
- 23 de febrero 2018: Informe de responsabilidad Social Corporativa
- 23 de febrero 2018: Resultados de 2017
- 15 de marzo de 2018: Convocatoria Junta General de Accionistas de 2018
- 20 de abril de 2018: Resultado de las votaciones de las propuestas de la Junta General de Accionistas de 2018
- 23 de abril de 2018: Cese del Director General de Francia
- 30 de abril de 2018: Ignacio Bayón nuevo presidente de la Comisión de Auditoria
- 23 de julio de 2018: Dividendo a cuenta de 2018
- 23 de julio de 2018: Nombramiento de nuevo director general en Francia
- 23 de julio 2018: Resultados primer semestre de 2018
- 30 de octubre 2018: Resultados tercer trimestre de 2018
- 30 de octubre 2018: Segundo Dividendo a cuenta de 2018
- 30 de octubre 2018: Nombramiento vicesecretaria no consejera
- 24 de enero de 2019: Nombramiento Director de Comercio Digital para Estados Unidos



## CONTACTO

**Hugo Campillo Pinazo**

**Director Financiero**

Teléfono: +34 914323953

Email: [accionista@naturhouse.com](mailto:accionista@naturhouse.com)