

Genomma Lab Reporta un Crecimiento de 32.9% en Ventas Netas y de 45.0% en EBITDA en el 1T11

GENOMMA LAB INTERNACIONAL REPORTA RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE 2011

México D.F., a 28 de abril de 2011

El día de hoy *Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.* (BMV: LAB) (“Genomma Lab” o “la Compañía”), dio a conocer los resultados correspondientes al primer trimestre terminado el 31 de marzo de 2011. Todas las cifras incluidas en este reporte se encuentran presentadas de acuerdo a las Normas de Información Financiera (NIF) y se encuentran en pesos nominales mexicanos.

Resultados y Hechos Relevantes del 1T 2011 (vs. 1T 2010)

- Las Ventas Netas alcanzaron Ps. 1,478.1 millones, un incremento de 32.9%.
- El EBITDA¹ alcanzó Ps. 233.6 millones, un incremento de 45.0%. Esto representa un margen de 15.8% durante el periodo.
- La Utilidad Neta Consolidada alcanzó Ps. 143.9 millones, un incremento de 42.9%. La Utilidad por Acción² fue de Ps. 1.06, un incremento de 42.3%.
- Las Ventas Netas Internacionales alcanzaron Ps. 393.8 millones, un incremento de 25.3%.
- Durante el primer trimestre Genomma Lab lanzó exitosamente 20 extensiones de línea bajo 10 marcas existentes y 4 productos bajo 3 Nuevas Marcas³.
- La Compañía comenzó a vender productos de sus marcas recientemente adquiridas, Vanart y Pomada de la Campana, bajo su presentación original, mientras se encuentran en proceso de ser relanzadas.
- Al final del primer trimestre la Compañía obtuvo una línea de crédito comprometida a largo plazo por hasta Ps. 2,000 millones de pesos.

¹ El EBITDA se calcula agregando la Depreciación y Amortización a la Utilidad Operativa.

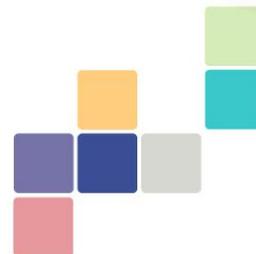
² Utilidad Por Acción de los últimos 12 meses. La Utilidad Por Acción fue calculada usando un promedio ponderado del número de acciones en circulación durante el periodo.

³ Como se define más adelante.

Contacto:

Oscar Villalobos-Torres
Tel: +52 (55) 5081 0000 Ext. 4250
E-mail: inversion@genommalab.com

En Nueva York: Grayling USA, Lucía Domville
Tel: +1 (646) 284-9416
E-mail: genommalab@grayling.com



Comentarios del Presidente y Director General

El Sr. Rodrigo Herrera, Presidente del Consejo de Administración y Director General de la Compañía mencionó: “Comenzamos el 2011 con buenos resultados y buenas expectativas para el resto del año. Tuvimos un crecimiento sólido de 32.9% en Ventas Netas durante el primer trimestre del 2011. Nuestras operaciones están mejorando, vemos una recuperación en la demanda del consumidor y esperamos que continúe aumentando durante los siguientes trimestres, lo que nos mantiene optimistas sobre el resto del año.

Durante este primer trimestre obtuvimos una línea de crédito comprometida por hasta \$2,000 millones de pesos. Esto mejorará la estructura financiera de la Compañía, lo que apoyará los requerimientos de capital de trabajo de nuestras operaciones y adquisiciones potenciales, que nos llevarán a continuar con nuestros agresivos planes de crecimiento para los próximos años.

Nuestro principal enfoque en el 2011 es relanzar las marcas adquiridas el año pasado, a través de la renovación de su fórmula e imagen, así como a través de innovadoras y fuertes campañas de mercadotecnia. Estos lanzamientos serán una de las principales vías de crecimiento de la Compañía, junto con nuestras operaciones internacionales, las cuales irán incrementando su portafolio de productos comercializados durante el año. Continuaremos con nuestra estrategia de negocio, la cual incluye el fortalecimiento de nuestras marcas base a través de extensiones de línea, lanzamientos de nuevas marcas, así como adquisiciones de marcas.”

Resultados Consolidados del Primer Trimestre 2011

La siguiente tabla presenta el Estado de Resultados consolidados, en millones de pesos (excepto las acciones y las utilidades por acción), mostrando el margen de cada concepto, como porcentaje de Ventas Netas, así como la variación porcentual para el trimestre terminado el 31 de marzo de 2011, en comparación con el mismo periodo de 2010:

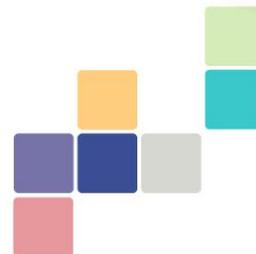
Para el periodo de tres meses terminado el 31 de marzo 2011 y 2010

(En millones de pesos nominales)

	1er Trimestre		
	2011	2010	%Var
Ventas Netas	1,478.1	1,112.4	32.9
Utilidad Bruta	1,035.0	767.5	34.9
Margen Bruto	70.0%	69.0%	1.0
EBITDA ¹	233.6	161.1	45.0
Margen de EBITDA	15.8%	14.5%	1.3
Utilidad de Operación	213.8	146.3	46.1
Margen de Utilidad de Operación	14.5%	13.2%	1.3
Utilidad Neta Mayoritaria	137.7	97.5	41.2
Margen de Utilidad Neta Mayoritaria	9.3%	8.8%	0.5
Promedio ponderado de acciones en circulación	1,052,749,426	1,052,796,093	(0.0)
UPA (12 meses) ²	1.06	0.74	42.3

¹ El EBITDA se calcula agregando Amortización y Depreciación a la utilidad operativa.

² La Utilidad Por Acción se calculó dividiendo la Utilidad Neta Consolidada de los últimos 12 meses entre el promedio ponderado del número de acciones que había en la sociedad durante el periodo. El número total de acciones en circulación al 31 de marzo de 2011 era de 1,052,749,426.

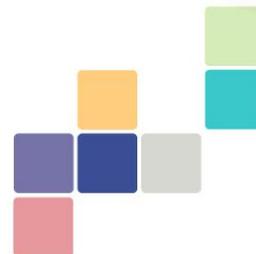


Las Ventas Netas aumentaron 32.9%, alcanzando Ps. 1,478.1 millones en el primer trimestre del 2011, en comparación con Ps. 1,112.4 millones en el mismo trimestre del 2010. Este incremento es el resultado de: i) un incremento de 23.7% (Ps. 184.0 millones) de la **Línea Base** en México, incluyendo las extensiones de línea de estas marcas, alcanzando Ps. 961.1 millones; ii) un incremento de 295.0% (Ps. 62.0 millones) debido al efecto de los **Lanzamientos del Año Anterior** en México, incluyendo las recientes extensiones de línea en dichas marcas lanzadas durante el 2010, alcanzando Ps. 83.0 millones; iii) Ps. 40.1 millones durante el primer trimestre de 2011 de **Marcas Nuevas** en México, debido al lanzamiento de 4 nuevos productos bajo 3 Marcas Nuevas durante el año; y v) un crecimiento de 25.3% (Ps. 79.5 millones) de las operaciones **Internacionales** para alcanzar Ps. 393.8 millones.

La Compañía clasifica las Ventas Netas de las marcas de la siguiente manera:

- 1) **Línea Base** son marcas lanzadas al menos dos años antes del año fiscal (2009, 2008, 2007 y anteriores),
- 2) **Lanzamientos del año anterior**⁴ son marcas lanzadas durante el año fiscal anterior (2010),
- 3) **Marcas Nuevas** son marcas lanzadas durante el año fiscal en curso (2011), e
- 4) **Internacionales** son las Ventas Netas de las operaciones internacionales.

⁴ Jockey Club, Agua de Colonia Sanborns y Teatrical primero fueron clasificadas como marcas del 2009, y están siendo reclasificadas como marcas del 2010 ya que el lanzamiento principal de los productos bajo dichas marcas fue en el 2010 y el efecto para el año completo de sus ventas será visto este año.

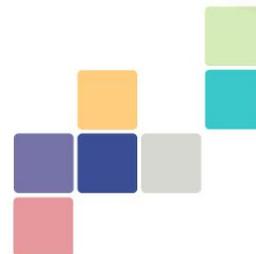


La siguiente tabla muestra el desglose de las Ventas Netas acumuladas a marzo del 2011 y 2010 por marca:

(En millones de pesos nominales)

MARCA	VENTAS NETAS	% DE VENTAS	VENTAS NETAS	VAR %
	2011	TOTALES	2010	
ASEPXIA	81.5	5.5%	81.3	0.3%
CICATRICURE	67.5	4.6%	36.2	86.3%
GOICOECHEA	60.3	4.1%	34.9	72.5%
TIO NACHO	56.2	3.8%	12.0	367.2%
LINEA M	53.8	3.6%	17.9	200.0%
MA EVANS	51.7	3.5%	17.6	193.7%
X RAY	46.3	3.1%	27.4	69.4%
NEXT	40.7	2.8%	46.2	-11.9%
MEDICASP	40.6	2.7%	13.2	208.3%
METABOL TONICS	38.8	2.6%	62.9	-38.4%
NIKZON	38.6	2.6%	23.8	61.6%
UNESIA	36.5	2.5%	46.9	-22.2%
VANART	32.6	2.2%	0.0	NA
GENOPRAZOL	31.6	2.1%	21.9	44.2%
SILKA MEDIC	31.4	2.1%	15.1	107.8%
SUEROX	30.5	2.1%	8.8	245.2%
SHOT B	30.1	2.0%	19.3	56.1%
SUBTOTAL	768.9	52.0%	485.6	58.3%
OTRAS MARCAS (<2%)	315.4	21.3%	312.6	0.9%
TOTAL MÉXICO	1,084.3	73.4%	798.1	35.8%
INTERNACIONAL	393.8	26.6%	314.3	25.3%
TOTAL	1,478.1	100.0%	1,112.4	32.9%

Utilidad Bruta aumentó 34.9% para llegar a Ps. 1,035.0 millones en el primer trimestre de 2011, en comparación con Ps. 767.5 millones en el primer trimestre de 2010. El margen bruto incrementó 1.0 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, al alcanzar 70% en el primer trimestre de 2011, comparado con 69% durante el mismo periodo de 2010. Este aumento de margen se atribuye principalmente a un menor peso de nuestra marca de medicamentos genéricos *Primer Nivel Por Tu Salud* sobre el total de las Ventas Netas, la cual tiene un mayor costo de ventas como porcentaje de Ventas Netas, comparado con el primer trimestre del año pasado, así como a eventos extraordinarios que impactaron en el costo de ventas del primer trimestre del año anterior, como porcentaje de Ventas Netas. Este incremento fue parcialmente compensado por un mayor costo de ventas, como porcentaje de Ventas Netas debido a un cambio en la mezcla de nuestros productos.



Los Gastos Generales, de Venta y Administración, como porcentaje de Ventas Netas, disminuyeron 0.2 puntos porcentuales para alcanzar 55.6% en el primer trimestre de 2011, comparado con 55.8% en el primer trimestre de 2010. Esta disminución se debió principalmente al apalancamiento corporativo en la mayoría de los Gastos Generales, de Venta y Administración, que se obtuvo por el incremento en Ventas Netas durante el primer trimestre de 2011, comparado con el mismo periodo de 2010, y fue parcialmente compensado por un incremento en los gastos comerciales derivados de una mayor presencia en el punto de venta.

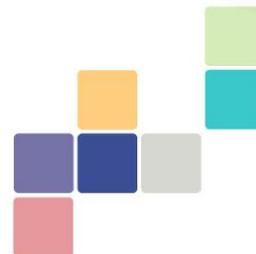
EBITDA aumentó 45.0%, alcanzando Ps. 233.6 millones durante el primer trimestre de 2011, comparado con Ps. 161.1 millones en el mismo periodo de 2010. El margen de EBITDA incrementó 1.3 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, para alcanzar 15.8% en el primer trimestre de 2011, comparado con 14.5% en el primer trimestre de 2010. El incremento en el margen de EBITDA se debe principalmente al decremento de 1.0 puntos porcentuales en el costo de ventas, como porcentaje de Ventas Netas, así como un decremento de 0.3 puntos porcentuales en Gastos Generales, de Venta y Administración (excluyendo depreciación y amortización), como porcentaje de Ventas Netas.

Conciliación del EBITDA

Para el primer trimestre terminado al 31 de marzo de 2011 y 2010
(En miles de pesos nominales)

	<u>Primer Trimestre</u>	
	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Utilidad neta consolidada	143.9	100.7
Operaciones discontinuadas	-	-
Impuesto sobre la Renta	71.2	45.8
Resultado de subsidiarias no consolidadas	0.9	3.8
Resultado Integral de financiamiento	(2.9)	8.2
Otros gastos, neto	0.7	(12.1)
Utilidad Operativa	213.8	146.3
Depreciación y amortización	19.8	14.8
EBITDA	233.6	161.1
Margen de EBITDA	15.8%	14.5%

La *Utilidad Operativa* aumentó 46.1%, alcanzando Ps. 213.8 millones en el primer trimestre de 2011, comparado con Ps. 146.3 millones en el primer trimestre de 2010. El margen operativo incrementó 1.3 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, alcanzando 14.5% durante el primer trimestre de 2011, comparado con 13.2% durante el mismo periodo de 2010. Este incremento es el resultado de las razones ya mencionadas, junto con una disminución en la Depreciación y Amortización, como porcentaje de Ventas Netas.



El *Resultado Integral de Financiamiento* fue Ps. 2.9 millones en el primer trimestre de 2011, lo cual representa una mejoría de Ps. 11.1 millones comparado con una pérdida de Ps. 8.2 millones en el primer trimestre de 2010. El decremento se debe principalmente a: i) un menor ingreso financiero de Ps. 7.3 millones durante el primer trimestre de 2011, comparado con Ps. 16.2 millones durante el mismo periodo de 2010; ii) un incremento en los gastos financieros de Ps. 0.1 millones a Ps. 3.6 millones durante el primer trimestre de 2011, comparado con Ps 3.5 millones durante el mismo periodo de 2010. iii) un menor ingreso por intereses de Ps. 6.9 millones en el primer trimestre de 2011, comparado con Ps. 9.2 millones para el mismo periodo de 2010; iv) no hubo pérdida por posición monetaria en el primer trimestre de 2011, comparado con una pérdida de Ps. 3.8 millones en el mismo periodo del 2010; v) un decremento de Ps. 0.8 millones en el efecto del tipo de cambio en operaciones internacionales, resultando en una pérdida de Ps. 6.9 millones en el primer trimestre de 2011, comparado con una pérdida de Ps. 6.1 millones en el primer trimestre de 2010. Al 31 de marzo de 2011, la Compañía mantenía una caja en efectivo de Ps. 1,023.8 millones.

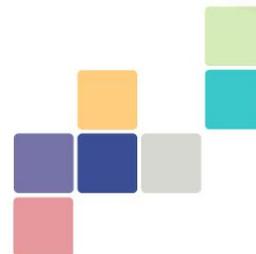
La *Utilidad Neta Consolidada* aumentó 42.9%, alcanzando Ps. 143.9 millones durante el primer trimestre de 2011, comparado con Ps. 100.7 millones durante el primer trimestre de 2010.

Balance General

Al 31 de marzo de 2011 y 31 de marzo de 2010
(En millones de pesos corrientes para las cantidades a marzo 2011 y marzo 2010)

	Al 31 de marzo de 2011	Al 31 de marzo de 2010	Var mar '11 vs mar '10	% Var mar '11 vs mar '10	Al 31 de diciembre de 2010	Var mar '11 vs dic '10	% Var mar '11 vs dic '10
Información del Balance General:							
Efectivo y equivalentes	1,023.8	979.1	44.7	4.6%	1,454.2	(430.4)	-29.6%
Clientes	2,114.7	1,497.2	617.5	41.2%	1,937.4	177.3	9.2%
Inventarios	1,058.7	624.7	434.0	69.5%	946.7	112.0	11.8%
Otras cuentas por cobrar circulantes	484.1	279.0	205.2	73.5%	342.8	141.4	41.2%
Total Activos	6,846.9	4,370.5	2,476.4	56.7%	5,830.9	1,015.9	17.4%
Proveedores	1,017.7	585.1	432.6	73.9%	969.1	48.6	5.0%
Otras cuentas por pagar circulantes	1,189.2	517.4	671.8	129.8%	574.6	614.6	107.0%
Prestamos de instituciones financieras	-	-	-	-	-	-	-
Total Pasivos	2,610.8	1,223.8	1,387.1	113.3%	1,719.3	891.6	51.9%
Capital Contable	4,236.0	3,146.7	1,089.3	34.6%	4,111.6	124.4	3.0%
Capital de Trabajo (1)	2,474.4	2,277.5	196.9	8.6%	3,149.1	(674.7)	-21.4%
Capital de Trabajo menos efectivo y equivalentes	1,450.6	1,298.4	152.3	11.7%	1,694.9	(244.3)	-14.4%
Días de Clientes	115	110	5	4.1%	111	4	3.1%
Días de Inventarios	199	159	40	25.0%	188	11	6.1%
Días de Proveedores	192	149	43	28.3%	192	-	-0.4%
Ciclo de Conversión de Efectivo	123	120	3	1.8%	107	16	14.6%

(1) El Capital trabajo se calcula restando los pasivos circulantes de los activos circulantes



Efectivo y Equivalentes incrementó 4.6% (Ps. 44.7 millones), alcanzando Ps. 1,023.8 millones al 31 de marzo de 2011, comparado con Ps. 979.1 millones al 31 de marzo de 2010. Este incremento se debió principalmente a la generación de efectivo relacionado con nuestras operaciones durante los últimos doce meses. Este incremento fue parcialmente compensado por pagos de adquisiciones de marcas pagadas durante los últimos doce meses por un total de Ps. 768.0 millones, y Ps. 64.8 millones por mejoras a nuestras nuevas oficinas corporativas. Adicionalmente, hubo importantes desembolsos relacionados con requerimientos de capital de trabajo para fondar el crecimiento de la Compañía.

La Cartera de Clientes fue de Ps. 2,114.7 millones al 31 de marzo del 2011, comparado con Ps. 1,497.2 millones al 31 de marzo de 2010. Los Días de Clientes incrementaron en 5 días, al pasar de 110 días al 31 de marzo de 2010 a 115 días al 31 de marzo de 2011.

Inventarios alcanzaron Ps. 1,058.7 millones al 31 de marzo de 2011, comparado con Ps. 624.7 millones al 31 de marzo de 2010. Los Días de Inventario aumentaron 40 días, al pasar de 159 días al 31 de marzo de 2010 a 199 días al 31 de marzo de 2011. Este cambio se debió principalmente a una estrategia defensiva para prevenir aumentos en los precios por parte de los proveedores que pudieran surgir por un aumento en los precios de la materia prima.

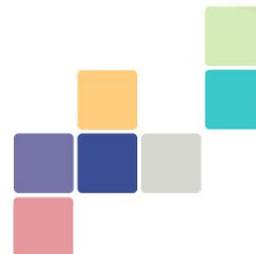
Proveedores alcanzaron Ps. 1,017.7 millones al 31 de marzo de 2011, comparado con Ps. 585.1 millones al 31 de marzo de 2010. Los Días de Proveedores aumentaron en 43 días, al pasar de 149 días al 31 de marzo de 2010 a 192 días al 31 de marzo de 2011. Este aumento se debió principalmente al incremento en inventarios, derivado de nuevas iniciativas que ha tenido la Compañía durante los últimos doce meses.

Otros Activos Circulantes alcanzaron Ps. 484.1 millones al 31 de marzo de 2011, comparado con Ps. 279.0 millones al 31 de marzo de 2010. Este cambio se debió principalmente a un incremento en la publicidad pagada por adelantado, así como a pagos adelantados a los proveedores.

Otros Pasivos Circulantes alcanzaron Ps. 1,189.2 millones al 31 de marzo de 2011, comparado con Ps. 517.4 millones al 31 de marzo de 2010. Este cambio se atribuye principalmente a los cobros anticipados hechos durante el cuarto trimestre del 2010, los cuales se realizaron para cumplir con las obligaciones contractuales derivadas de las adquisiciones de las marcas Vanart y Pomada de la Campana, las cuales fueron pagadas parcialmente en enero del 2011. Este pasivo será sustituido con el financiamiento a largo plazo que se obtuvo en el primer trimestre del 2011.

Ciclo de Conversión de Efectivo alcanzó 123 días al final de primer trimestre del 2011, comparado con 120 días al final del mismo periodo del 2010.

Durante el primer trimestre de 2011 los requerimientos de liquidez de la Compañía se fondaron con el flujo de operación y el saldo en caja.



Resumen Operativo

Segmentación de Ventas del Primer trimestre

En el primer trimestre del 2011 las Ventas Netas de medicamentos de libre venta (“OTC”) en México incrementaron 37.6%⁵, comparadas con el mismo periodo de 2010. Durante el primer trimestre de 2011 la Compañía lanzó 7 nuevos productos OTC.

Las Ventas Netas de productos de cuidado personal en México se incrementaron 118.0%⁶ durante el primer trimestre de 2011, comparado con el mismo trimestre de 2010. Durante el primer trimestre de 2011 la Compañía lanzó 17 nuevos productos de cuidado personal.

Las Ventas Netas de medicamentos genéricos fueron de Ps. 24.8 millones en el primer trimestre del 2011, lo cual representa un decremento de 84.8%⁷, comparado con el mismo periodo del 2010.

Las Ventas Netas de nuestras operaciones internacionales aumentaron 25.3%, alcanzando Ps. 393.8 millones en el primer trimestre de 2011, comparado con Ps. 314.3 millones en el mismo trimestre de 2010. Este crecimiento fue principalmente impulsado por de las operaciones en los mercados de Argentina y Brasil.

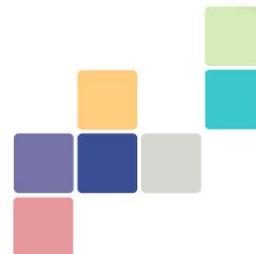
(En millones de pesos nominales)

	1er Trimestre					
	OTC	PC	GI	Total 1T11	Total 1T10	%Var
México	555.0	504.5	24.8	1,084.3	798.1	35.8
Internacional	43.8	350.0	-	393.8	314.3	25.3
TOTAL	598.8	854.5	24.8	1,478.1	1,112.4	32.9

⁵ Incluye solamente medicamentos de libre venta (OTC) en México.

⁶ Incluye solamente productos de cuidado personal en México.

⁷ Incluye solamente genéricos farmacéuticos en México.



Lanzamiento de nuevos productos y extensiones de línea

Durante el primer trimestre de 2011 Genomma Lab lanzó 20 productos como extensiones de la **Línea Base y Lanzamientos del año anterior**; y 4 nuevos productos bajo 3 **Nuevas Marcas**; entre los que destacan:

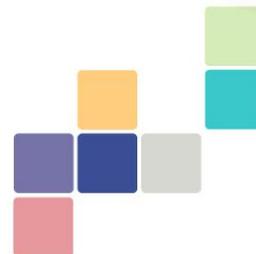
Ma Evans Keratina Brasileña es una extensión de línea de nuestra marca *Ma Evans*, la cual fue adquirida en 2007 por su alto nivel de reconocimiento en la categoría de shampoos. *Ma Evans Keratina Brasileña* es un tratamiento de keratina que facilita el alaciado del cabello mientras lo reestructura y nutre.

Teatrical de Coco para Estrías es una extensión de línea de nuestra marca *Teatrical*, la cual fue adquirida en junio de 2009 por su gran presencia y tradición en México. *Teatrical de Coco para Estrías* es una crema corporal humectante para uso diario que ayuda a reducir las estrías.

Dermoprada Arnica 100 es una crema corporal que ayuda a tratar zonas con inflamaciones, golpes y moretones.

Otros Eventos Corporativos

- El 31 de marzo obtuvimos una línea de crédito comprometida a largo plazo por un monto de hasta \$2,000 millones de pesos, dividida en dos tramos. El primero es por un monto de hasta \$1,300 millones de pesos, por un periodo de 5 años con un periodo de gracia de 2 años. El principal uso de esta línea será el financiamiento a largo plazo de las marcas adquiridas durante el 2010 principios del 2011, así como las posibles adquisiciones que la Compañía pudiera realizar en un futuro. El segundo tramo es una línea de crédito revolviente a tres años por un monto de hasta \$700 millones de pesos. Esta línea será utilizada para financiar necesidades de capital de trabajo, principalmente para soportar la estacionalidad del negocio, así como el crecimiento en las operaciones locales e internacionales. Con estas líneas de crédito la Compañía mejorará su costo de capital; se fortalecerá su estructura financiera, asegurando la solidez y solvencia necesarias para continuar con los planes de crecimiento de los próximos años. En los primeros días de abril del 2011 se dispusieron \$650 millones de pesos de la línea de largo plazo para refinanciar parte de las adquisiciones de marcas hechas a finales del 2010 y principios del 2011.
- Como resultado de la terminación del Fideicomiso número 414 con Banco Invex, S.A., actuando como fiduciario, las acciones de la Compañía que pertenecían al fiduciario se transfirieron a los actuales beneficiarios de dicho fideicomiso, por así convenir a sus intereses. La participación original de dichos beneficiarios fue debidamente revelada en el Prospecto de Colocación de la Oferta Pública Inicial.



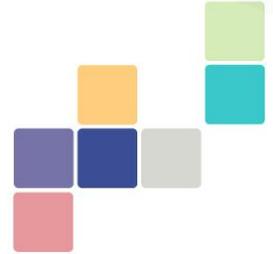
Descripción de la Compañía

Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. es una de las empresas de mayor crecimiento en la industria de productos farmacéuticos y para el cuidado personal en México con una creciente presencia internacional. Genomma Lab se dedica al desarrollo, venta y promoción de una gran variedad de productos de marca premium, muchos de los cuales son líderes de la categoría en la cual compiten en términos de ventas y participación de mercado. Genomma Lab tiene una combinación de desarrollo de nuevos y exitosos productos, una mercadotecnia dirigida al cliente, una amplia red de distribución de productos y un modelo de operación altamente flexible y de bajo costo.

Las acciones de Genomma Lab cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores bajo el símbolo de cotización "LAB.B" (Bloomberg: labb.mx).

Información sobre estimaciones y riesgos asociados.

La información que se presenta en este comunicado contiene ciertas declaraciones acerca del futuro e información relativa a Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias (en conjunto "Genomma Lab" o la "Compañía") las cuales están basadas en el entendimiento de sus administradores, así como en supuestos e información actualmente disponible para la Compañía. Tales declaraciones reflejan la visión actual de Genomma Lab sobre eventos futuros y están sujetas a ciertos riesgos, factores inciertos y presunciones. Muchos factores podrían causar que los resultados, desempeño, o logros actuales de la Compañía sean materialmente diferentes con respecto a cualquier resultado futuro, desempeño o logro de Genomma Lab que pudiera ser incluida, en forma expresa o implícita dentro de dichas declaraciones acerca del futuro, incluyendo, entre otros: cambios en las condiciones generales económicas y/o políticas, cambios gubernamentales y comerciales a nivel global y en los países en los que la Compañía hace negocios, cambios en las tasas de interés y de inflación, volatilidad cambiaria, cambios en la demanda y regulación de los productos comercializados por la Compañía, cambios en el precio de materias primas y otros insumos, cambios en la estrategia de negocios y varios otros factores. Si uno o más de estos riesgos o factores inciertos se materializan, o si los supuestos utilizados resultan ser incorrectos, los resultados reales podrían variar materialmente de aquellos descritos en el presente como anticipados, creídos, estimados o esperados. Genomma Lab no pretende y no asume ninguna obligación de actualizar estas declaraciones acerca del futuro.

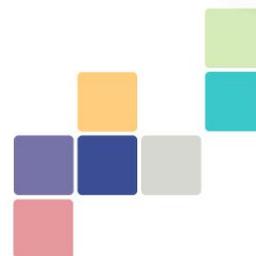


Estado de Resultados

Genomma Lab Internacional S.A.B. de C.V. y subsidiarias

Al 31 de marzo de 2011 y 31 de marzo de 2010
(En miles de pesos nominales)

	Primer Trimestre		
	2011	2010	% Var
Ventas Netas	1,478,071	1,112,427	32.9%
Costos y gastos:			
Costo de ventas	443,063	344,910	28.5%
Gastos de venta, generales y de administración	821,214	621,232	32.2%
Total de costos y gastos	1,264,277	966,143	30.9%
(Pérdida) Utilidad de operación	213,794	146,284	46.1%
Otros (gastos) ingresos - Neto	(669)	12,120	NA
Resultado integral de financiamiento:			
(Gasto) por intereses	3,579	3,519	1.7%
Ingreso por intereses	6,893	9,231	-25.3%
Ganancia (pérdida) cambiaria	(7,281)	(16,230)	NA
Ganancia por posición monetaria	-	(3,798)	NA
Efectos de conversión de entidades extranjeras	(6,855)	(6,130)	NA
	2,889	(8,186)	NA
Resultado de subsidiarias no consolidadas	(917)	(3,792)	NA
(Pérdida) Utilidad antes de impuestos	215,098	146,426	46.9%
Impuestos a la utilidad	71,199	45,757	55.6%
Operaciones discontinuadas (pérdidas)	-	-	NA
(Pérdida) Utilidad neta consolidada	143,899	100,669	42.9%
(Pérdida) Utilidad neta consolidada	143,899	100,669	42.9%
Pérdida (utilidad) minoritaria	(6,222)	(3,169)	NA
(Pérdida) Utilidad neta mayoritaria	137,677	97,500	41.2%
EBITDA	233,561	161,059	45.0%
Margen de EBITDA	15.8%	14.5%	

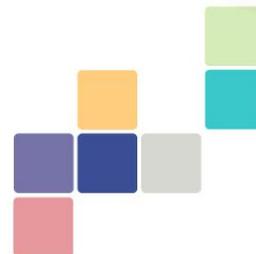


Balance General

Genomma Lab Internacional S.A.B. de C.V. y subsidiarias

Al 31 de marzo de 2011 y 31 de marzo de 2010
(En miles de pesos)

	Mar '11	Mar '10	V\$	V%
Activo				
Activo Circulante				
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,023,784	979,111	44,673	4.6%
Fondo de recompra de acciones	276	16,163	(15,887)	-98.3%
Fondo de recompra de acciones para empleados	-	-	-	NA
Cuentas por cobrar-Neto	2,311,473	1,667,488	643,985	38.6%
Inventarios - Neto	1,058,680	624,716	433,964	69.5%
Pagos anticipados	233,966	63,642	170,324	267.6%
Cuentas por cobrar-partes relacionadas	53,136	28,916	24,221	83.8%
Operaciones discontinuadas	3,097	3,445	(348)	-10.1%
Total de activo circulante:	4,684,413	3,383,482	1,300,931	38.4%
Equipo - Neto	423,989	396,934	27,055	6.8%
Marcas y patentes y registros sanitarios	1,553,270	449,818	1,103,453	245.3%
Inversión en subsidiarias	4,077	20,170	(16,093)	-79.8%
Impuestos diferidos	2,943	1,275	1,668	130.9%
Otros Activos -Neto	178,161	118,784	59,377	50.0%
	1,738,451	590,046	1,148,404	194.6%
Total Activo:	6,846,852	4,370,462	2,476,391	56.7%
Pasivo Circulante				
Cuentas por pagar	1,017,730	585,132	432,598	73.9%
Otros Pasivos Circulantes	980,351	418,458	561,892	134.3%
Impuestos por pagar	191,092	75,028	116,063	154.7%
Participación de los trabajadores en las utilidades	10,375	3,825	6,550	171.2%
Operaciones discontinuadas	4,186	4,656	(470)	-10.1%
Impuestos diferidos	7,374	20,121	(12,747)	-63.4%
Obligaciones laborales al retiro	11,272	8,477	2,795	33.0%
Acreeedores por Marcas Largo Plazo	388,461	108,090	280,371	259.4%
Total Pasivo:	2,610,841	1,223,789	1,387,053	113.3%
Capital social suscrito y pagado	1,931,222	274,924	1,656,299	602.5%
Capital social suscrito no exhibido	-	1,553,938	(1,553,938)	-100.0%
Resultado de ejercicios anteriores	2,214,255	1,278,375	935,880	73.2%
Exceso/insuficiencia	-	-	-	NA
Efecto de conversión de compañías subsidiarias	(30,501)	(10,509)	(19,992)	NA
Resultado del ejercicio	137,677	97,500	40,177	41.2%
Capital minoritario	31,936	12,563	19,372	154.2%
Prima neta en colocación de acciones	-	-	-	NA
Recompra de acciones	(48,578)	(60,118)	11,540	NA
Capital de Contable Total	4,236,011	3,146,673	1,089,338	34.6%



Flujo de Efectivo

Genomma Lab Internacional S.A.B. de C.V. y subsidiarias

Para el primer trimestre de 2011

(En miles de pesos nominales)

	<u>Acumulado</u> <u>2011</u>
Actividades de operación:	
Utilidad por operaciones continuas	143,901
Partidas relacionadas que no requieren inversión	
Depreciación y amortización	19,767
Fluctuaciones cambiarias no realizadas	612
Ganancia en venta de activo fijo	(0)
Impuestos a la utilidad	65,429
Participación en la pérdida de compañías asociadas	917
Flujo de efectivo de las operaciones	<u>230,626</u>
(Incremento) Disminución en cuentas por cobrar	(173,845)
(Incremento) Disminución en inventarios	(112,017)
Incremento (Disminución) en cuentas por pagar	534,313
Incremento (Disminución) en Impuestos a la Utilidad	(100,397)
Otros, Neto	(168,782)
Pagos basados en acciones	9,688
Operación discontinuada	26
Cambios en el capital de trabajo	<u>(11,014)</u>
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	<u>219,611</u>
Actividades de inversión:	
Venta y (Adquisición) de inmuebles y equipo	(10,332)
Venta y (Otras inversiones) en activos	(610,435)
Operación discontinuada	-
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	<u>(620,766)</u>
Efectivo excedente para aplicar en actividades de financiamiento	<u>(401,155)</u>
Actividades de financiamiento:	
Aportación de capital social y prima en suscripción de acciones	-
Venta (recompra) de acciones	(3,981)
Préstamos bancarios pagados	-
Interés minoritario	(1,376)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	<u>(5,357)</u>
Aumento (disminución) neto de efectivo y equivalentes de efectivo antes del ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio y en los niveles de inflación	<u>(406,513)</u>
Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio por conversión de operaciones extranjeras y en los niveles de inflación	<u>(23,865)</u>
Incremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo	<u>(430,377)</u>
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo	<u>1,454,437</u>
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	<u>1,024,060</u>
Menos- Fondo de recompra de acciones	-
Menos- Fondo de recompra de acciones para empleados	276
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo disponible para operación	<u>1,023,784</u>