

Genomma Lab reporta crecimiento en Ventas Netas de **13.6%** y en EBITDA Ajustado de **19.4%** para el Primer Trimestre de 2015

GENOMMA LAB INTERNACIONAL REPORTA RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2015

México D.F., a 29 de abril de 2015

Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. (BMV: LAB.B) (“Genomma Lab” o “la Compañía”), da a conocer los resultados correspondientes al primer trimestre terminado el 31 de marzo de 2015. Todas las cifras incluidas en este reporte se encuentran en pesos nominales mexicanos y están presentadas de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF o IFRS por sus siglas en inglés).

Resultados y Hechos Relevantes del 1T 2015 (vs. 1T 2014)

- Las Ventas Netas en el primer trimestre alcanzaron Ps. 2,768.6 millones, un incremento de 13.6% contra el mismo periodo de 2014.
- Las Ventas de nuestras operaciones internacionales aumentaron 30.6% en el primer trimestre de 2015 a Ps. 1,786.5, comparado con el mismo trimestre de 2014. Las ventas en nuestras operaciones internacionales, representaron 64.5% de las ventas totales del trimestre, mientras que México representó 35.5%.
- En México, el desplazamiento (*sell-out*) de nuestros productos aumentó 5.5% durante el primer trimestre de 2015 (*Información de “sell-out” de la Compañía: crecimiento de 2.3% para nuestros productos OTC y crecimiento de 12.5% para los productos de cuidado personal*). Por otro lado, las Ventas Netas (*sell-in*) de nuestras operaciones en México disminuyeron 8.3% a Ps. 982.1 millones, comparado con el mismo trimestre de 2014, lo cual está en línea con nuestra estrategia de reducir inventarios en el canal manteniendo una fuerte posición de mercado.
- Los Ps. 982.1 millones de ventas en México no incluyen los Ps. 148.1 millones de ventas de productos de Genomma Lab a través de Marzam.
- Nuestras operaciones internacionales nos llevaron a crecer por encima de nuestros resultados preliminares del primer trimestre. Sin embargo, mantenemos nuestra guía de resultados de crecimiento en Ventas Netas de 5.2% para el año completo.
- El EBITDA Ajustado aumentó 19.4%, alcanzando Ps. 449.5 millones en el trimestre, lo que representa un margen de 16.2%, comparado con un margen de 15.4% en el mismo periodo de 2014.
- La Utilidad Neta, la cual alcanzó Ps. 146.4 millones, fue impactada por la pérdida relacionada con el efecto de conversión de entidades extranjeras, principalmente en Brasil.

- El Ciclo de Conversión de Efectivo fue de 141 días al 31 de marzo de 2015, comparado con 155 días al 31 de marzo de 2014. La Compañía continúa enfocándose en la mejoría de este número y, por consecuencia, en el incremento de generación de flujo de efectivo.
- Continuamos con el proceso de vender Grupo Marzam, el cual no es un activo estratégico para la Compañía. Esperamos cerrar esta transacción durante el tercer trimestre de 2015.

Comentarios del Director General

El Sr. Rodrigo Herrera, Director General de la Compañía mencionó: “Empezamos el 2015 con buenos resultados. El fuerte crecimiento de nuestras operaciones internacionales de 30.6% durante este primer trimestre, nos permitió lograr un crecimiento consolidado por arriba de nuestras expectativas y compensar la caída de 8.3% en nuestras operaciones en México.

En este trimestre, comenzamos a ver una recuperación en el mercado mexicano. El crecimiento en “*sell-out*” de nuestros productos, el cual fue de 2.3% en OTC y 12.5% en cuidado personal durante el trimestre, demuestra que nuestras marcas continúan fuertes y que la caída en Ventas Netas de 8.3% está principalmente relacionada a un ajuste de inventarios, el cual se está realizando para la implementación de nuestra nueva estrategia comercial.

Estamos optimistas por esta nueva estrategia comercial, ya que nos permitirá fortalecer nuestro modelo de negocio, marcas, productos y nuestra compañía en general.

Nuestras operaciones internacionales continuarán con fuertes resultados. El acuerdo recién firmado con uno de nuestros principales clientes en Estados Unidos está mostrando buenos resultados y continuará a ayudarnos a mejorar e incrementar nuestra presencia en ese país.

Estamos convencidos de que 2015 será un año de transición para Genomma Lab, y que los cambios implementados harán nuestro negocio más sustentable, trayendo resultados más fuertes y mayor rentabilidad para nuestros accionistas.”

Resultados Consolidados del Primer Trimestre 2015

La siguiente tabla presenta los Estados 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 2015, en comparación con el mismo periodo de 2014:

Para el trimestre terminado el 31 de marzo 2015 y 2014
(En millones de pesos nominales)

	1er Trimestre		
	2015	2014	%Var
Ventas Netas	2,768.6	2,438.2	13.6
Utilidad Bruta	1,935.0	1,694.7	14.2
Margen Bruto	69.9%	69.5%	0.4
EBITDA Ajustado ¹	449.5	376.4	19.4
Margen de EBITDA Ajustado	16.2%	15.4%	0.8
Utilidad de Operación	411.5	357.5	15.1
Margen de Utilidad de Operación	14.9%	14.7%	0.2
Utilidad Neta Mayoritaria	138.0	153.4	(10.0)
Margen de Utilidad Neta Mayoritaria	5.0%	6.3%	(1.3)
Promedio ponderado de acciones en circulación	1,043,780,992	1,048,733,370	(0.5)
UPA (12 meses) ²	1.37	1.69	(19.1)

¹ El EBITDA Ajustado se calculó agregando los gastos no recurrentes. El EBITDA se calcula agregando la Depreciación y Amortización a la Utilidad Operativa.

² La Utilidad Por Acción se calculó dividiendo la Utilidad Neta Mayoritaria 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 2015 era de 1,036,374,570.

Las Ventas Netas aumentaron 13.6%, alcanzando Ps. 2,768.6 millones en el primer trimestre del 2015, en comparación con Ps. 2,438.2 millones en el mismo trimestre del 2014.

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 en México (2013, 2012, 2011 y anteriores);
- 2) **Lanzamientos del año anterior** son marcas lanzadas durante el año fiscal anterior en México (2014);
- 3) **Marcas Nuevas** son marcas lanzadas durante el año fiscal en curso en México (2015), e;
- 4) **Internacionales** son las Ventas Netas de las operaciones internacionales.

El incremento en Ventas Netas es el resultado de:

- i) una disminución de 9.1% (Ps. 96.4 millones) en ventas de la **Línea Base** en México, alcanzando Ps. 965.3 millones, incluyendo las extensiones de línea de estas marcas;
- ii) un aumento de 51.8% (Ps. 4.5 millones) en **Lanzamientos del Año Anterior** en México durante el primer trimestre de 2015 debido al efecto acumulado de estas marcas, incluyendo las recientes extensiones de línea en dichas marcas lanzadas durante el 2014, alcanzando Ps. 13.1 millones;
- iii) Ps. 3.6 millones durante el primer trimestre de 2015 de **Marcas Nuevas** en México;
- iv) un incremento de 30.6% (Ps. 418.7 millones) de las operaciones **Internacionales** para alcanzar Ps. 1,786.5 millones en el primer trimestre de 2015. En moneda local, la mayoría de nuestros países tuvieron tasas de crecimiento mayores a 40.0%.

La *Utilidad Bruta* aumentó 14.2% para llegar a Ps. 1,935.0 millones en el primer trimestre de 2015, en comparación con Ps. 1,694.7 millones en el primer trimestre de 2014. El margen bruto aumentó 0.4 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, al alcanzar 69.9% en el primer trimestre de 2015, comparado con 69.5% durante el mismo periodo de 2014. Este aumento en margen se debió principalmente a una mejor mezcla de nuestros productos en nuestras operaciones internacionales, derivada de una mayor participación de nuestros medicamentos de libre venta (OTC), los cuales tienen un menor costo de ventas como porcentaje de Ventas Netas.

Los *Gastos Generales, de Venta y Administración*, como porcentaje de Ventas Netas, disminuyeron 0.1 puntos porcentuales para alcanzar 54.8% en el primer trimestre de 2015, comparado con 54.9% en el primer trimestre de 2014. Esta ligera disminución en margen se debió en su mayoría a un mejor manejo de nuestros gastos en México, ahorros en la nómina de este país y economías de escala en nuestras operaciones internacionales; lo cual fue parcialmente contrarrestado por una mayor depreciación y amortización en Estados Unidos relacionada a la inversión en exhibidores de productos en el punto de venta (“*endcaps*”). La Compañía continúa a enfocarse en lograr eficiencias en gastos que resultarán en una expansión en márgenes a lo largo del año.

El *EBITDA Ajustado* aumentó 19.4%, alcanzando Ps. 449.5 millones durante el primer trimestre de 2015, comparado con Ps. 376.4 millones en el mismo periodo de 2014. El margen de EBITDA Ajustado aumentó 0.8 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, para alcanzar 16.2% en el primer trimestre de 2015, comparado con 15.4% en el mismo periodo de 2014. El aumento en el margen de EBITDA Ajustado se debió principalmente a un menor costo de venta, como porcentaje de Ventas Netas, además de menores Gastos Generales, de Venta y Administración (excluyendo depreciación y amortización), como porcentaje de Ventas Netas. El EBITDA fue ajustado al sumar los gastos no recurrentes.

Conciliación del EBITDA

Para el trimestre terminado el 31 de marzo de 2015 y 2014
(En millones de pesos nominales)

	Primer Trimestre	
	2015	2014
Utilidad neta consolidada	146.4	179.1
Operaciones discontinuadas (ganancia)	(20.7)	-
Impuesto sobre la Renta	114.9	88.2
Resultado de subsidiarias no consolidadas (ganancia)	0.8	0.3
Resultado Integral de financiamiento (ganancia)	170.1	89.8
Utilidad Operativa	411.5	357.5
Depreciación y amortización	28.8	18.8
EBITDA	440.4	376.4
Margen de EBITDA	15.9%	15.4%
Gastos no recurrentes ¹	9.1	-
EBITDA Ajustado	449.5	376.4
Margen de EBITDA Ajustado	16.2%	15.4%

¹ Los gastos no recurrentes están relacionados con la disminución de empleados en México (indemnizaciones) ocurridos durante el 1T15.

La *Utilidad Operativa* aumentó 15.1%, alcanzando Ps. 411.5 millones en el primer trimestre de 2015, comparado con Ps. 357.5 millones en el primer trimestre de 2014. El margen operativo, como porcentaje de Ventas Netas, aumentó 0.2 puntos porcentuales, alcanzando 14.9% en el primer trimestre de 2015, comparado con 14.7% en el mismo periodo de 2014.

El *Resultado Integral de Financiamiento* resultó en una pérdida de Ps. 170.1 millones en el primer trimestre de 2015, comparado con la pérdida de Ps. 89.8 millones en el primer trimestre de 2014. Este cambio se atribuye principalmente a: i) una ganancia cambiaria de Ps. 31.3 millones en el primer trimestre de 2015, comparado con una pérdida de Ps. 43.0 millones para el mismo periodo de 2014, la ganancia en este trimestre se debió principalmente a una apreciación del dólar estadounidense comparado con las monedas en las que opera la Compañía, lo cual se reflejó en la posición de efectivo en dólares de la Compañía; ii) un aumento de Ps. 10.9 millones en los gastos financieros a Ps. 100.0 millones durante el primer trimestre de 2015, comparado con Ps. 89.1 millones de gastos financieros durante el mismo periodo de 2014; iii) un menor ingreso financiero, alcanzando Ps. 2.9 millones durante el primer trimestre de 2015, comparado con Ps. 3.4 millones durante el mismo periodo de 2014; y iv) una pérdida en el efecto de conversión de entidades extranjeras de Ps. 104.3 millones, resultado del tipo de cambio en nuestras operaciones internacionales, comparado con una ganancia de Ps. 38.9 millones en el mismo periodo de 2014.

La *Utilidad Neta Consolidada* disminuyó 18.3%, alcanzando Ps. 146.4 millones durante el primer trimestre de 2015, representando un margen de 5.3% sobre Ventas Netas, comparado con Ps. 179.1 millones durante el primer trimestre de 2014, lo que representó un margen de 7.3%. Esta disminución se debe principalmente a una mayor participación de nuestras operaciones

Reporte del Primer Trimestre de 2015



internacionales en nuestras ventas totales, las cuales tienen mayores tasas de impuestos; así como a la pérdida de Ps. 104.3 millones relacionada con el efecto de conversión de entidades extranjeras, principalmente Brasil, a pesos mexicanos, lo que resultó en una menor utilidad antes de impuestos y, por lo tanto, una tasa efectiva de impuestos mayor.

Balance General

Al 31 de marzo de 2015, 31 de marzo de 2014 y 31 de diciembre de 2014
(En millones de pesos corrientes)

	Al 31 de marzo de 2015	Al 31 de marzo de 2014	Var mar'15 vs mar'14	% Var mar'15 vs mar'14	Al 31 de diciembre de 2014	Var mar'15 vs dic'14	% Var mar'15 vs dic'14
Información del Balance General:							
Efectivo y equivalentes	1,799.5	1,707.6	91.8	5.4%	1,182.3	617.2	52.2%
Clientes	3,181.9	4,667.5	(1,485.6)	-31.8%	4,164.3	(982.4)	-23.6%
Inventarios	1,616.1	1,501.8	114.3	7.6%	1,595.0	21.1	1.3%
Otros activos circulantes	10,351.2	1,933.6	8,417.6	435.3%	10,196.6	154.6	1.5%
Total Activos	25,241.3	17,465.9	7,775.4	44.5%	25,428.3	(187.0)	-0.7%
Proveedores	1,160.5	1,390.1	(229.6)	-16.5%	1,554.7	(394.2)	-25.4%
Otros pasivos circulantes	5,359.5	763.8	4,595.7	601.7%	5,640.6	(281.1)	-5.0%
Porción circulante de la deuda	413.0	289.5	123.4	42.6%	400.6	12.4	3.1%
Créditos Bursátiles	5,483.0	3,983.2	1,499.8	37.7%	5,481.7	1.3	0.0%
Préstamos de instituciones financieras a largo plazo	1,352.2	1,344.7	7.5	0.6%	1,023.6	328.6	32.1%
Total Pasivos	14,689.6	8,459.8	6,229.8	73.6%	14,925.2	(235.6)	-1.6%
Capital Contable	10,551.6	9,006.1	1,545.6	17.2%	10,503.1	48.5	0.5%
Capital de Trabajo ⁽¹⁾	10,015.7	7,367.1	2,648.6	36.0%	9,542.3	473.4	5.0%
Capital de Trabajo menos efectivo y equivalentes	8,216.2	5,659.5	2,556.7	45.2%	8,360.0	(143.8)	-1.7%
Días de Clientes	96	143	(47)	-32.7%	130	(34)	-25.8%
Días de Inventarios	160	154	6	4.2%	162	(2)	-1.0%
Días de Proveedores	115	142	(27)	-19.2%	158	(43)	-27.1%
Ciclo de Conversión de Efectivo	141	155	(14)	-9.0%	134	7	5.2%

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

Efectivo y Equivalentes aumentaron 5.4% (Ps. 91.8 millones), alcanzando Ps. 1,799.5 millones al 31 de marzo de 2015, comparado con Ps. 1,707.6 millones al 31 de marzo de 2014. Este incremento se debió principalmente al efectivo generado por nuestras operaciones durante los últimos doce meses, lo cual fue contrarrestado por varios pagos por adquisiciones, los cuales también fueron financiados con nuevos préstamos con instituciones financieras.

La Cartera de Clientes fue de Ps. 3,181.9 millones al 31 de marzo de 2015, comparado con Ps. 4,667.5 millones al 31 de marzo de 2014. Los Días de Clientes disminuyeron 47 días, al pasar de 143 días al 31 de marzo de 2014 a 96 días al 31 de marzo de 2015. Esta disminución en días fue el resultado de las continuas acciones implementadas para mantener niveles saludables de Cuentas por Cobrar con nuestros clientes en México y en nuestras operaciones internacionales.

Inventarios alcanzaron Ps. 1,616.1 millones al 31 de marzo de 2015, comparado con Ps. 1,501.8 millones al 31 de marzo de 2014. Los Días de Inventarios aumentaron 6 días, al pasar de 154 días al 31 de marzo de 2014 a 160 días al 31 de marzo de 2015. Este aumento se debió principalmente a la acumulación de inventarios en nuestras operaciones internacionales para soportar su crecimiento, lo cual fue parcialmente contrarrestado por una disminución en los inventarios en México para alinearlos con la disminución en ventas esperadas para el año.

Otros Activos Circulantes alcanzaron Ps. 10,351.2 millones al 31 de marzo de 2015, comparado con Ps. 1,933.6 millones al 31 de marzo de 2014. Este incremento se debió principalmente a la integración de los activos de Marzam en nuestro balance como “Activos mantenidos para la venta”. Es importante señalar que un porcentaje de Marzam se venderá a terceros durante 2015 y que la Compañía continuará con su participación como accionista minoritario. Adicionalmente, hubo un incremento en los impuestos a favor de la Compañía en México comparados con el del mismo periodo de 2014.

Proveedores alcanzaron Ps. 1,160.5 millones al 31 de marzo de 2015, comparado con Ps. 1,390.1 millones al 31 de marzo de 2014. Los Días de Proveedores disminuyeron 27 días, al pasar de 142 días al 31 de marzo de 2014 a 115 días al 31 de marzo de 2015. Esta disminución se debe principalmente a un mayor número de proveedores locales en nuestras operaciones internacionales, con los que tenemos menores términos de pago, además de una disminución en compras de producto en México.

Otros Pasivos Circulantes alcanzaron Ps. 5,359.5 millones al 31 de marzo de 2015, comparado con Ps. 763.8 millones al 31 de marzo de 2014. Este aumento se debe principalmente a la integración de los pasivos de Marzam en nuestro balance general como “Pasivos mantenidos para la venta”, así como a un incremento en publicidad por pagar e impuestos por pagar, ambos en nuestras operaciones internacionales.

Deuda Financiera alcanzó Ps. 7,248.1 millones al 31 de marzo de 2015, comparado con Ps. 5,617.4 millones al 31 de marzo del 2014, este aumento fue utilizado principalmente para financiar la adquisición de Grupo Marzam y la recompra de acciones de la Compañía durante el trimestre. La porción circulante de los préstamos a largo plazo fue de Ps. 413.0 millones, lo que representa el 5.7% de la deuda total con instituciones financieras.

Al 31 de marzo de 2015 la Deuda Neta con costo de la Compañía alcanzó Ps. 5,448.7 millones, lo que representa una razón de Deuda Neta a EBITDA de 2.09.

Ciclo de Conversión de Efectivo alcanzó 141 días al final de primer trimestre del 2015, lo que representa una disminución de 14 días comparado con 155 días al final del mismo periodo del 2014. Esta disminución en días es el resultado de los esfuerzos de la Compañía para mantener niveles saludables del ciclo de conversión de efectivo y mitigar su volatilidad.

Resumen Operativo

Segmentación de Ventas del Primer Trimestre de 2014

Durante el primer trimestre de 2015 los productos farmacéuticos¹ representaron el 50.1% de las ventas en México, los productos de cuidado personal² representaron el 49.9%

En el primer trimestre de 2015 las Ventas Netas de los productos farmacéuticos en México¹ disminuyeron 24.3%, alcanzando Ps. 491.8 millones, comparadas con el mismo periodo de 2014.

Las Ventas Netas de productos de cuidado personal en México aumentaron 16.5% en el primer trimestre de 2015, a Ps. 490.2 millones, comparado con el mismo periodo de 2014.

Las Ventas Netas de nuestras operaciones internacionales aumentaron 30.6%, alcanzando Ps. 1,786.5 millones en el primer trimestre de 2015, comparado con Ps. 1,367.8 millones para el mismo periodo de 2014. El crecimiento de estas operaciones fue impulsado principalmente por Estados Unidos, el cual aumentó en 80.4% las ventas comparado con el mismo trimestre de 2014, mostrando los resultados iniciales de la expansión de nuestra alianza estratégica con Walgreens.

(En millones de pesos nominales)

	1T15			1T14			%Var
	Farma*	PC	Total 1T15	Farma*	PC	Total 1T14	
México	491.8	490.2	982.1	649.7	420.6	1,070.4	-8.3%
Internacional	661.7	1,124.8	1,786.5	410.5	957.3	1,367.8	30.6%
TOTAL	1,153.5	1,615.0	2,768.6	1,060.2	1,377.9	2,438.2	13.6%

*Farma se refiere a medicamentos de libre venta (OTC) y genéricos en México y a medicamentos de libre venta (OTC) en las operaciones internacionales.

Nota: Ha habido una reclasificación de algunos de nuestros productos en nuestras operaciones en México, resultando en una variación a los números reportados durante 2014.

Lanzamientos de nuevos productos y extensiones de línea

En el primer trimestre de 2015 Genomma Lab lanzó 5 productos como extensiones de la **Línea Base y Lanzamientos del año anterior** y 1 nuevo producto bajo **Marcas Nuevas**. Algunos de los productos lanzados recientemente son:

Jockey Club (antitranspirante para manos), con tecnología Neosec®, es un producto seguro y eficaz para el cuidado de las manos. Elaborado con una avanzada fórmula que crea una barrera protectora impidiendo la sudoración y controlando el mal olor.

¹ Productos farmacéuticos: Incluye medicamentos libre venta (OTC) y genéricos (GI) en México. Hemos decidido sumar las ventas de productos OTC y genéricos en un mismo segmento (Farma), ya que Primer Nivel, nuestra línea de genéricos, no es suficientemente significativa para verse como un segmento diferente y por lo tanto será considerada como una de nuestras marcas que forma parte de nuestro segmento farmacéutico.

² Productos de cuidado personal: Incluye productos de cuidado personal en México.

Teatrical Células Madre (Cremas Corporales), una extensión de línea de nuestra marca adquirida Teatrical, es una línea de cremas corporales adicionadas con proteína de leche que promueve la humectación natural de la piel, así como con Vitamina E, poderoso antioxidante que brinda a la piel una sensación tersa y saludable.

Shot B GS MTX, una extensión de línea de nuestra marca Shot B, es un producto utilizado para el tratamiento de la disminución de la capacidad física y la memoria reciente.

Otros Eventos Corporativos

- El 14 de abril de 2015, Genomma Lab llevó a cabo su Asamblea Anual Ordinaria, durante la cual todos los puntos presentados fueron aprobados, incluyendo los siguientes cambios al Consejo de Administración y Comités:
 - Los siguientes ejecutivos han sido integrados como miembros propietarios del Consejo de Administración:
 - Leandro Martín Sigman Gold
 - Scott R. Emerson
 - Roberto Simón Sauma
 - Dado lo anterior, el Consejo de Administración de Genomma Lab queda conformado por los siguientes miembros: Rodrigo Alonso Herrera Aspra como Presidente, Scott R. Emerson, Leandro Martín Sigman Gold, Roberto Simón Sauma, Arturo José Saval Pérez, Luis Alberto Harvey MacKissack, José Luis Fernández Fernández, Andrés Conesa Labastida, Jorge Ricardo Gutiérrez Muñoz, Juan Alonso y Sabrina Lucila Herrera Aspra. Todos ellos, excepto el señor Rodrigo Alonso Herrera Aspra y la señora Sabrina Herrera Aspra, son miembros independientes.
 - Arturo José Saval Pérez es el presidente del Comité de Prácticas Societarias y José Luis Fernández Fernández es presidente del Comité de Auditoría.
- Durante el primer trimestre de 2015, la Compañía recompró un total de 10.5 millones de acciones a un precio promedio de Ps. 13.2. La Compañía continuará operando activamente su fondo de recompra, utilizando recursos generados por la operación.

Cobertura de Análisis

Actinver Casa de Bolsa S.A. de C.V.; Banco Itaú BBA, S.A.; BBVA Bancomer, S.A. Institución de Banca Múltiple; BTG Pactual US Capital LLC; Casa de Bolsa Credit Suisse S.A.; GBM Grupo Bursátil Mexicano, S.A. de C.V. Casa de Bolsa; Grupo Financiero Monex; Grupo Financiero Banorte S.A.B de C.V.; Grupo Financiero Ve por Más, HSBC Securities (USA) Inc.; Intercam Casa de Bolsa, S.A. de C.V.; Invex Grupo Financiero S.A. de C.V.; JP Morgan Securities LLC; Santander Investment Securities Inc.; Signum Research; UBS Casa de Bolsa S.A., y Vector Casa de Bolsa.

Descripción de la Compañía

Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. es una de las empresas líderes 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.

Contacto:

Relación con Inversionistas
Tel: +52 (55) 5081-0000 Ext. 5106
E-mail: inversion@genommalab.com

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

Estado de Resultados

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

Por los períodos de tres meses terminados el 31 de marzo de 2015 y 2014

(En miles de pesos)

	PRIMER TRIMESTRE		VARIACIÓN
	2015	2014	%
Ingresos - Netos	2,768,573	2,438,164	13.6%
Costo de ventas	833,599	743,454	12.1%
Utilidad bruta	1,934,974	1,694,710	14.2%
Gastos de venta y administración	1,488,028	1,319,044	12.8%
Otros gastos	6,916	576	1100.7%
Otros ingresos	333	1,273	(73.8%)
EBITDA	440,363	376,363	17.0%
Depreciación y amortización	28,830	18,847	53.0%
Utilidad de operación	411,533	357,516	15.1%
Gastos financieros	(99,966)	(89,101)	12.2%
Ingresos financieros	2,860	3,404	(16.0%)
Pérdida cambiaria	(72,964)	(4,151)	1657.7%
Resultado integral de financiamiento	(170,070)	(89,848)	89.3%
Participación en la (pérdida) utilidad de asociada	(787)	(335)	134.9%
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	240,676	267,333	(10.0%)
Impuestos a la utilidad	114,934	88,209	30.3%
Utilidad de las operaciones continuas	125,742	179,124	(29.8%)
Utilidad (pérdida) de las operaciones discontinuas, neto	20,683	-	100.0%
Utilidad neta consolidada	146,425	179,124	(18.3%)
Participación no controladora en la utilidad neta	8,417	25,728	(67.3%)
Participación controladora en la utilidad neta	138,008	153,396	(10.0%)

Reporte del Primer Trimestre de 2015



Balance General

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

Al 31 de marzo de 2015 y 2014, y 31 de diciembre de 2014

(En miles de pesos)

ACTIVOS	MARZO		VARIACIÓN		DICIEMBRE	VARIACIÓN	
	2015	2014	Monto	%		2014	Monto
Activos circulantes							
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,781,567	1,697,742	83,825	5%	1,164,454	617,113	53%
Efectivo restringido	17,912	9,899	8,013	81%	17,842	70	0%
Clientes - Neto	3,181,929	4,667,550	(1,485,621)	(32%)	4,164,311	(982,382)	(24%)
Otras cuentas por cobrar	1,505,311	803,433	701,878	87%	1,307,094	198,217	15%
Inventarios - Neto	1,616,071	1,501,758	114,313	8%	1,595,012	21,059	1%
Pagos anticipados	1,392,685	1,130,145	262,540	23%	1,098,990	293,695	27%
Activos clasificados como mantenidos para la venta	7,453,195	-	7,453,195	100%	7,790,506	(337,311)	(4%)
Total de activos circulantes	16,948,670	9,810,527	7,138,143	73%	17,138,209	(189,539)	(1%)
Activos no circulantes							
Marcas, patentes y otros	6,966,408	6,376,188	590,220	9%	6,928,043	38,365	1%
Inversión en acciones	18,193	17,375	818	5%	18,360	(167)	(1%)
Inmuebles, propiedades y equipo - Neto	423,645	432,344	(8,699)	(2%)	457,659	(34,014)	(7%)
Impuestos a la utilidad diferidos	77,369	46,429	30,940	67%	79,233	(1,864)	(2%)
Otros activos - Neto	807,009	783,027	23,982	3%	806,811	198	0%
Total de activos no circulantes	8,292,624	7,655,363	637,261	8%	8,290,106	2,518	0%
Total de activos	25,241,294	17,465,890	7,775,404	45%	25,428,315	(187,021)	(1%)
PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE							
Pasivos circulantes							
Préstamos bancarios y porción circulante de la deuda a largo plazo	412,957	289,520	123,437	43%	400,579	12,378	3%
Proveedores	1,160,518	1,390,111	(229,593)	(17%)	1,554,690	(394,172)	(25%)
Otros pasivos circulantes	1,005,898	662,381	343,517	52%	1,012,915	(7,017)	(1%)
Impuesto sobre la renta	212,755	89,378	123,377	138%	126,477	86,278	68%
Participación de los trabajadores en las utilidades	18,829	12,024	6,805	57%	13,827	5,002	36%
Pasivos clasificados como mantenidos para la venta	4,122,031	-	4,122,031	100%	4,487,400	(365,369)	(8%)
Total de pasivos circulantes	6,932,988	2,443,414	4,489,574	184%	7,595,888	(662,900)	(9%)
Pasivos no circulantes							
Créditos bursátiles	5,482,989	3,983,189	1,499,800	38%	5,481,665	1,324	0%
Préstamos bancarios a largo plazo	1,352,183	1,344,697	7,486	1%	1,023,613	328,570	32%
Acreeedores diversos	63,466	72,617	(9,151)	(13%)	64,820	(1,354)	(2%)
Impuestos a la utilidad diferidos	855,531	613,807	241,724	39%	756,924	98,607	13%
Beneficios a los empleados	2,491	2,084	407	20%	2,298	193	8%
Total de pasivos	14,689,648	8,459,808	6,229,840	74%	14,925,208	(235,560)	(2%)
Capital contable							
Capital social	1,914,306	1,914,306	-	-	1,914,306	-	-
Utilidades retenidas	8,263,564	6,819,006	1,444,558	21%	6,819,006	1,444,558	21%
Utilidad del ejercicio	138,008	153,396	(15,388)	(10%)	1,444,558	(1,306,550)	(90%)
Efectos de conversión de entidades extranjeras	217,113	4,166	212,947	5112%	149,561	67,552	45%
Fondo de recompra de acciones	(247,385)	(74,343)	(173,042)	233%	(74,394)	(172,991)	233%
Prima neta en colocación de acciones recompradas	39,749	39,749	-	-	39,749	-	-
Participación no controladora	226,291	149,802	76,489	51%	210,321	15,970	8%
Total del capital contable	10,551,646	9,006,082	1,545,564	17%	10,503,107	48,539	0%
Total de pasivos y capital contable	25,241,294	17,465,890	7,775,404	45%	25,428,315	(187,021)	(1%)

Flujo de Efectivo

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

Por el período de tres meses terminado el 31 de marzo de 2015
(En miles de pesos)

	1er TRIMESTRE
	2015
Efectivo al inicio del período	1,182,296
Utilidad neta consolidada	146,425
Cargos a resultados sin flujo de efectivo:	
Depreciación y amortización	28,829
Impuestos a la utilidad	114,934
Intereses devengados y otros	76,794
	366,982
Partidas relacionadas con actividades de operación:	
Cuentas por cobrar a clientes	982,380
Inventarios	(21,058)
Proveedores	(394,463)
Otros activos circulantes	(422,834)
Impuestos a la utilidad pagados	(146,429)
Otros pasivos circulantes	132,236
Variación en activos disponibles para la venta	(7,375)
	122,457
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	489,439
Actividades de inversión:	
Adquisición de inmuebles, propiedades y equipo	(7,314)
Ventas de equipo	11,615
Adquisiciones de marcas y otros	(1,093)
Otros activos	(3,212)
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(4)
Actividades de financiamiento:	
Pagos de préstamos de instituciones financieras	(58,209)
Préstamos obtenidos de instituciones financieras y bursátiles	431,715
Intereses pagados	(85,248)
Recompra de acciones	(172,894)
Interés minoritario	7,553
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	122,917
Aumento (disminución) neta de efectivo y equivalentes de efectivo	612,352
Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio	4,831
Flujo de efectivo acumulado al cierre del período	1,799,479
Menos fondo restringido	17,912
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del período	1,781,567