

Genomma Lab Reporta un Crecimiento de 36.4% en Ventas Netas y de 86.2% en Utilidad Neta en el 2T10

## GENOMMA LAB INTERNACIONAL REPORTA RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE 2010

Mexico D.F. a 27 de julio 2010

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 segundo trimestre terminado al 30 de junio de 2010. 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 2T 2010 (vs. 2T 2009)

- Las Ventas Netas alcanzaron Ps. 1,344.4 millones, un incremento de 36.4%.
- El EBITDA<sup>1</sup> alcanzó Ps. 346.5 millones, un incremento de 37.8%. Esto representa un margen de 25.8% durante el periodo.
- La Utilidad Neta Consolidada alcanzó Ps. 228.8 millones, un incremento de 86.2%. Esto representa un margen de 17.0% durante el periodo.
- La Utilidad por Acción<sup>2</sup> fue de Ps. 1.68, un incremento de 63.7%.
- Las Ventas Netas Internacionales alcanzaron Ps. 283.0 millones, un incremento de 117.4%.
- Durante el segundo trimestre Genomma Lab lanzó exitosamente, como parte de su estrategia de extensiones de línea, 27 productos bajo 11 marcas existentes (Línea Base<sup>3</sup> o Lanzamientos del Año Anterior<sup>4</sup>), 12 de estos productos se lanzaron bajo las marcas *Teatrical* y *Jockey Club* que fueron compradas el año pasado.
- Asimismo, durante el segundo trimestre, la Compañía lanzó 6 productos bajo 3 Marcas Nuevas<sup>5</sup>, como parte del plan de lanzamiento de nuevos productos.
- Durante el segundo trimestre de 2010 la Compañía completó 4 adquisiciones de marca y una licencia de uso de marca por una duración de 50 años.

<sup>1</sup> El EBITDA se calcula agregando la Depreciación y Amortización a la Utilidad Operativa.

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> Como se define más adelante.

<sup>4</sup> Como se define más adelante.

<sup>5</sup> Como se define más adelante.



## **Comentarios del Presidente y Director General**

El Sr. Rodrigo Herrera, Presidente del Consejo de Administración y Director General de la Compañía mencionó: “Nos es grato reportar los resultados de nuestro segundo trimestre de 2010, los cuales muestran un sólido crecimiento y rentabilidad. Estamos contentos al ver que la demanda del consumidor por nuestros productos se ha mantenido fuerte en México, y ha mostrando crecimiento en el extranjero. Continuamos ganando participación de mercado en las categorías en las que estamos presentes, así como desarrollando productos para categorías en las que no participamos. El sólido desempeño de nuestro negocio nos reafirma como la compañía con mayor crecimiento de productos OTC en la industria farmacéutica en México. Continuaremos lanzando productos innovadores bajo marcas premium, sostenidos por una estrategia de publicidad agresiva para incrementar nuestras ventas y rentabilidad y, como resultado, el valor de nuestros accionistas.

Nuestras recientes expansiones a Brasil y a Estados Unidos se están desarrollando exitosamente ya que las ventas en dichos países están en línea con nuestras expectativas. Estamos seguros de que estas operaciones continuarán creciendo y se convertirán en una vía significativa de crecimiento para la Compañía, al igual que nuestras operaciones en Latinoamérica.

De igual manera, quisiéramos enfatizar las recientes adquisiciones que se llevaron a cabo durante el trimestre. Hemos adquirido 4 marcas y una licencia de uso marca. Estas nuevas marcas fortalecerán nuestro portafolio en el mercado de Cuidado Personal y nos permitirán la entrada a nuevas categorías OTC. Continuaremos analizando posibles adquisiciones de marcas que estén bien posicionadas en la mente del consumidor, que tengan una valuación de precio atractiva y que se puedan adaptar fácilmente a nuestro modelo de negocio.”

## Resultados Consolidados del Segundo Trimestre 2010

La siguiente tabla presenta el Estado de Resultados condensados y 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 del periodo de tres meses y seis meses terminado el 30 de junio de 2010, en comparación con el mismo periodo de 2009:

Para el periodo de tres meses y seis meses terminado el 30 de junio 2010 y 2009  
(En millones de pesos nominales)

	Segundo Trimestre			Enero a Junio		
	2010	2009	%Var	2010	2009	%Var
Ventas Netas	1,344.4	985.5	36.4	2,456.8	1,634.6	50.3
Utilidad Bruta	982.9	724.8	35.6	1,750.5	1,202.1	45.6
Margen Bruto	73.1%	73.5%	(0.4)	71.2%	73.5%	(2.3)
EBITDA <sup>1</sup>	346.5	251.4	37.8	507.5	344.1	47.5
Margen de EBITDA	25.8%	25.5%	0.3	20.7%	21.0%	(0.3)
Utilidad de Operación	325.1	244.6	32.9	471.4	329.0	43.3
Margen de Utilidad de	24.2%	24.8%	(0.6)	19.2%	20.1%	(0.9)
Utilidad Neta Mayoritaria	227.3	122.7	85.3	324.8	196.9	64.9
Margen de Utilidad Neta Mayoritaria	16.9%	12.4%	4.5	13.2%	12.0%	1.2
Promedio ponderado de acciones en circulación	526,337,790	527,242,625	(0.2)	526,367,752	527,983,264	(0.3)
LUPA (12 meses) <sup>2</sup>	1.68	1.03	63.7	1.69	1.03	65.2

<sup>1</sup> El EBITDA se calcula agregando Amortización y Depreciación a la utilidad operativa.

<sup>2</sup> 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 30 de junio de 2010 era de 526,294,713.

*Las Ventas Netas* aumentaron 36.4% alcanzando Ps. 1,344.4 millones en el segundo trimestre del 2010, en comparación con Ps. 985.5 millones en el mismo trimestre del 2009. Este incremento es el resultado de: i) un decremento de 5.2% (Ps. 40.7 millones) de la **Línea Base** en México, incluyendo las extensiones de línea de estas marcas, alcanzando Ps. 736.4 millones; ii) un incremento de 296.4% (Ps. 232.0 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. 310.3 millones; iii) Ps. 14.8 millones durante el segundo trimestre de 2010 de **Marcas Nuevas** en México, debido al lanzamiento de 10 nuevos productos bajo 5 Marcas Nuevas durante el año; y iv) un crecimiento de 117.4% (Ps. 152.8 millones) de las operaciones **Internacionales** para alcanzar Ps. 283.0 millones.

La Compañía clasifica las ventas netas de las marcas de la siguiente manera:

- 1) **Línea Base** son marcas lanzadas al menos 2 años antes del año fiscal (2008, 2007, 2006, y anteriores),
- 2) **Lanzamiento del año anterior** son marcas lanzadas durante el año fiscal anterior (2009),
- 3) **Marcas Nuevas** son marcas lanzadas durante el año fiscal en curso (2010), e

4) **Internacionales** son las Ventas Netas de las operaciones Internacionales.

La siguiente tabla muestra el desglose de las Ventas Netas del primer semestre del 2010 Y 2009 por marca:

(En millones de pesos nominales)

MARCA	VENTAS NETAS	% DE VENTAS	VENTAS NETAS	VAR %
	1S10	TOTALES	1S09	
PRIMER NIVEL	222.0	9.0%	0.0	NA
ASEPXIA	167.3	6.8%	159.2	5.1%
UNESIA	117.6	4.8%	3.3	3465.5%
NIKZON	104.8	4.3%	93.3	12.3%
GOICOECHEA	99.5	4.0%	73.1	36.0%
METABOL TONICS	87.7	3.6%	98.3	-10.7%
SHOT B	80.4	3.3%	34.7	131.6%
NEXT	73.0	3.0%	23.3	213.1%
SILKA MEDIC	69.7	2.8%	59.3	17.7%
CICATRICURE	68.2	2.8%	120.7	-43.5%
X RAY	65.2	2.7%	48.6	34.3%
QG5	62.6	2.5%	36.3	72.5%
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1,218.0</b>	<b>49.6%</b>	<b>750.0</b>	<b>62.4%</b>
<b>OTRAS MARCAS (&lt;2.5%)</b>	<b>641.6</b>	<b>26.1%</b>	<b>644.7</b>	<b>-0.5%</b>
<b>TOTAL MÉXICO</b>	<b>1,859.6</b>	<b>75.7%</b>	<b>1,394.8</b>	<b>33.3%</b>
<b>INTERNACIONAL</b>	<b>597.2</b>	<b>24.3%</b>	<b>239.8</b>	<b>149.1%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2,456.8</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,634.6</b>	<b>50.3%</b>

A pesar de las fuertes variaciones en las ventas de diferentes marcas, el desplazamiento<sup>6</sup> en México aumentó (excluyendo nuestra marca genérica Primer Nivel Por tu Salud) 30.6% durante el primer semestre del 2010, comparado con el mismo periodo de 2009.

*Utilidad Bruta* aumentó 35.6% para llegar a Ps. 982.9 millones en el segundo trimestre de 2010, en comparación con Ps. 724.8 millones en el segundo trimestre de 2009. El margen bruto disminuyó 0.4 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, al alcanzar 73.1% en el segundo trimestre de 2010 comparado con 73.5% durante el mismo periodo de 2009. Esta disminución de margen se atribuye principalmente a un mayor costo, como porcentaje de Ventas Netas, de nuestro portafolio de productos *Primer Nivel Por Tu Salud*, y fue parcialmente contrarrestado por un mayor peso de nuestras operaciones Internacionales en las Ventas Netas totales, operaciones que tienen un menor costo como porcentaje de Ventas Netas.

<sup>6</sup> El desplazamiento representa las ventas de los clientes de Genomma Lab en el punto de venta. Esta estadística es medida internamente y se deriva de información obtenida de una muestra representativa de clientes de manera regular.



*Los Gastos Generales, de Venta y Administración*, como porcentaje de Ventas Netas, aumentaron 0.2 puntos porcentuales para alcanzar 48.9% en el segundo trimestre de 2010, comparado con 48.7% en el segundo trimestre de 2009. Este aumento se debió principalmente a los gastos por el aumento en la amortización derivada de la compra de las nuevas oficinas administrativas y la necesidad de amortizar los gastos en las mejoras de las actuales oficinas rentadas antes del final del año. Adicionalmente, este incremento fue compensado por el apalancamiento corporativo en otros gastos generales, de venta y administración, que se obtuvo por el incremento en Ventas Netas durante el segundo trimestre de 2010 comparado con el mismo periodo de 2009.

*EBITDA* aumentó 37.8%, alcanzando Ps. 346.5 millones durante el segundo trimestre de 2010, comparado con Ps. 251.4 millones en el mismo periodo de 2009. El margen de EBITDA incrementó 0.3 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, para alcanzar 25.8% en el segundo trimestre de 2010, comparado con 25.5% en el segundo trimestre de 2009. El incremento en el margen de EBITDA se debe principalmente al decremento de 0.7 puntos porcentuales en los Gastos Generales de Venta y Administración (excluyendo Depreciación y Amortización), como porcentaje de Ventas Netas, y fue parcialmente compensado por un costo de ventas 0.4 puntos porcentuales mayor, como porcentaje de Ventas Netas.

### *Reconciliación del EBITDA*

Para el segundo trimestre terminado al 30 de junio de 2010 y 2009  
(En miles de pesos nominales)

	<u>Segundo Trimestre</u>	
	<u>2010</u>	<u>2009</u>
<b>Utilidad Neta consolidada</b>	228.8	122.9
Operaciones discontinuadas	-	0.6
Impuesto sobre la Renta	98.9	88.1
Resultado integral de financiamiento	(7.4)	30.3
Resultado de subsidiarias no consolidadas	6.7	-
Otros gastos (ingresos), neto	(1.8)	2.7
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>325.1</b>	<b>244.6</b>
Depreciación y amortización	21.4	6.8
<b>EBITDA</b>	<b>346.5</b>	<b>251.4</b>
EBITDA margin	25.8%	25.5%

La *Utilidad Operativa* aumentó 32.9% alcanzando Ps. 325.1 millones en el segundo trimestre de 2010 comparado con Ps. 244.6 millones en el segundo trimestre de 2009. El margen operativo disminuyó 0.6 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, alcanzando 24.2% durante el segundo trimestre de 2010, comparado con 24.8% durante el mismo periodo de 2009. Este



decremento es el resultado de una mayor Depreciación y Amortización, la cual fue parcialmente compensada por un decremento en otros Gastos Generales, de Venta y Administración, como porcentaje de Ventas Netas.

El *Resultado Integral de Financiamiento* representó una ganancia de Ps. 7.4 millones en el segundo trimestre de 2010, lo cual representa un incremento de Ps. 37.7 millones comparado con una pérdida de Ps. 30.3 millones en el segundo trimestre de 2009. El incremento se debe principalmente a: i) un menor ingreso financiero de Ps. 7.3 millones durante el segundo trimestre de 2010, comparado con Ps. 7.5 millones en el segundo trimestre de 2009; ii) una ganancia cambiaria de Ps. 3.1 millones en el segundo trimestre del 2010, comparado con una pérdida de Ps. 35.0 millones en el segundo trimestre de 2009, debido principalmente a una apreciación del dólar americano frente al peso mexicano durante el segundo trimestre de 2010 y a una depreciación del dólar americano frente al peso mexicano durante el mismo periodo de 2009; iii) un incremento en la pérdida por posición monetaria, alcanzando Ps. 1.9 millones en el segundo trimestre del 2010, comparado con Ps. 0.2 millones en el segundo trimestre de 2009; iv) un decremento en los gastos financieros de Ps. 1.4 millones durante el segundo trimestre de 2010, alcanzando Ps. 2.2 millones, comparado con Ps. 3.6 millones en el segundo trimestre de 2009; y v) un incremento de Ps. 0.1 millones en el efecto del tipo de cambio en operaciones internacionales, resultando en una ganancia de Ps. 1.2 millones en el segundo trimestre de 2010, comparado con una ganancia de Ps. 1.1 millones en el segundo trimestre de 2009, debido a la apreciación cambiaria en nuestras operaciones correspondientes a cada periodo. Al 30 de junio de 2010, la Compañía mantenía en tesorería una posición en dólares de US\$ 19.0 millones.

Al 30 de junio de 2010, Genomma Lab registró una posición total en efectivo de Ps. 736.6 millones.

La *Utilidad Neta Consolidada* aumentó 86.2%, alcanzando Ps. 228.8 millones durante el segundo trimestre de 2010 comparado con Ps. 122.9 millones durante el segundo trimestre de 2009.

## Balance General

(En millones de pesos nominales)

	Al 30 de Junio de 2010	Al 30 de Junio de 2009	Var Junio '10 vs Junio '09	% Var Junio '10 vs Junio '09	Al 31 de Diciembre de 2009	Var Junio '10 vs Diciembre '09	% Var Junio '10 vs Diciembre '09
<b>Información del Balance General:</b>							
Efectivo y equivalentes	<b>736.6</b>	1,214.4	(477.8)	-39.3%	1,059.4	(322.8)	-30.5%
Clientes	<b>1,781.9</b>	562.1	1,219.8	217.0%	1,336.9	444.9	33.3%
Inventarios	<b>743.5</b>	516.1	227.3	44.0%	630.1	113.3	18.0%
Otras cuentas por cobrar circular	<b>262.0</b>	321.0	(59.0)	-18.4%	340.6	(78.6)	-23.1%
Total Activos	<b>4,594.6</b>	3,294.2	1,300.3	39.5%	4,241.7	352.9	8.3%
Proveedores	<b>606.3</b>	411.2	195.1	47.5%	594.3	12.1	2.0%
Otras cuentas por pagar circulante	<b>460.6</b>	232.3	228.2	98.2%	427.0	33.6	7.9%
Prestamos de instituciones financieras	-	-	-	-	-	-	-
Total Pasivos	<b>1,206.7</b>	819.0	387.7	47.3%	1,190.9	15.8	1.3%
Capital Contable	<b>3,387.9</b>	2,475.2	912.7	36.9%	3,050.7	337.1	11.1%
Capital de Trabajo (1)	<b>2,457.0</b>	1,970.1	486.9	24.7%	2,345.7	111.3	4.7%
Capital de Trabajo menos efectivo	<b>1,720.4</b>	755.7	964.7	127.7%	1,286.3	434.1	33.7%
Días de Clientes	<b>122</b>	65	57	87.0%	109	13	12.4%
Días de Inventarios	<b>177</b>	229	(52)	-22.8%	183	(6)	-3.4%
Días de Proveedores	<b>144</b>	183	(39)	-21.0%	173	(29)	-16.5%
Ciclo de Conversión de Efectivo	<b>155</b>	112	43	38.3%	119	36	30.0%

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

*Efectivo y Equivalentes* disminuyó 39.3% (Ps. 477.8 millones) alcanzando Ps. 736.6 millones al 30 de junio de 2010, comparado con Ps. 1,214.4 millones al 30 de junio de 2009. Esta disminución se debió principalmente al uso de efectivo relacionado con la adquisición de nuestras oficinas corporativas por un monto de Ps. 143.7 millones y a las adquisiciones de marcas pagadas durante los últimos doce meses por un total de Ps. 158.0 millones. Este uso de caja fue parcialmente contrarrestado por la generación de efectivo de la Compañía durante los últimos doce meses.

*La Cartera de Clientes* incrementó 217.0% (Ps. 1,219.8 millones) a Ps. 1,781.9 millones al 30 de junio de 2010, comparado con Ps. 562.1 millones al 30 de junio de 2009. Los Días de Clientes incrementaron en 57 días, al pasar de 65 días al 30 de junio de 2009 a 122 días al 30 de junio de 2010. Este incremento se debe principalmente al plan comercial del año pasado que no se implementó este año, el cual consistía principalmente en descuentos comerciales para nuestros principales clientes como incentivo para alcanzar sus ventas objetivo y para hacer sus pagos en periodos de tiempo más cortos, por lo tanto reduciendo nuestros Días de Clientes.



*Inventarios* aumentaron 44.0% (Ps. 227.3 millones) alcanzando Ps. 743.5 millones al 30 de junio de 2010, comparado con Ps. 516.1 millones al 30 de junio de 2009. Los Días de Inventario disminuyeron en 52 días, al pasar de 229 días el 30 de junio de 2009 a 177 días al 30 de junio de 2010. Esta disminución se debió principalmente a un manejo de Inventario más eficiente en nuestro centro de distribución.

*Proveedores* aumentaron 47.5% (Ps. 195.1 millones) alcanzando Ps. 606.3 millones al 30 de junio de 2010, comparado con Ps. 411.2 millones al 30 de junio de 2009. Los Días de Proveedores disminuyeron en 39 días, al pasar de 183 días al 30 de junio de 2009 a 144 días al 30 de junio de 2010. Esta disminución fue principalmente el resultado de niveles de inventario menores durante el segundo trimestre de 2010 comparado con el mismo periodo de 2009, lo cual se traduce en menores cuentas por pagar a proveedores como porcentaje de Ventas Netas.

*Otros Activos Circulantes* disminuyeron 18.4% (Ps. 59.0 millones) alcanzando Ps. 262.0 millones al 30 de junio de 2010, comparado con Ps. 321.0 millones al 30 de junio de 2009. Este decremento se debe en su mayoría a un mayor uso del fondo de recompra de acciones combinado con un decremento en pagos anticipados.

*Otros Pasivos Circulantes* incrementaron 98.2% (Ps. 228.2 millones) alcanzando Ps. 460.6 millones al 30 de junio de 2010, comparado con Ps. 232.3 millones al 30 de junio de 2009. Este cambio se atribuye principalmente a un aumento en la publicidad por pagar como parte de los términos normales acordados con las televisoras, además de a un incremento en los impuestos por pagar.

Durante el segundo trimestre de 2010, el flujo de operación y el saldo en caja fueron suficientes para financiar los requerimientos de liquidez de la Compañía.

## **Resumen Operativo**

---

### *Ventas del Segundo Trimestre*

En el segundo trimestre del 2010, las Ventas Netas de medicamentos de libre venta (“OTC”) en México incrementaron 19.0%<sup>7</sup> comparadas con el mismo periodo de 2009. Durante el segundo trimestre de 2010 la Compañía lanzó 4 nuevos productos OTC.

Las Ventas Netas de productos de cuidado personal en México se incrementaron 14.0%<sup>8</sup> durante el segundo trimestre de 2010 comparado con el mismo trimestre de 2009. Durante el segundo trimestre de 2010, la Compañía lanzó 29 nuevos productos de cuidado personal.

---

<sup>7</sup> Incluye solamente medicamentos de libre venta (OTC) en México.

<sup>8</sup> Incluye solamente productos de cuidado personal en México.



Las Ventas Netas de nuestras operaciones Internacionales aumentaron 117.4%, alcanzando Ps. 283.0 millones en el segundo trimestre de 2010, comparado con Ps. 130.1 millones en el mismo trimestre de 2009. Este crecimiento es derivado principalmente de las ventas en los mercados de Brasil y Estados Unidos, así como de un importante crecimiento en el resto de nuestras operaciones en Latinoamérica, liderado por Colombia, Perú y Argentina.

### *Lanzamiento de nuevos productos y extensiones de línea*

Durante la primera mitad de 2010, Genomma Lab lanzó 43 productos como extensiones de la **Línea Base y Lanzamientos del año anterior**; y 10 nuevos productos bajo 5 **Nuevas Marcas**; entre los que destacan:

*Optical 20/20* por *Devlyn<sup>MR</sup>*, licencia de marca recién adquirida, es una nueva línea de productos para los ojos que incluye: gotas oftálmicas para el alivio de la resequedad ocular, gotas oftálmicas para el alivio de la irritación ocular y un suplemento alimenticio que consta de cápsulas de vitaminas y antioxidantes con Luteína y Zinc, los cuales ayudan a mejorar la visión.

*Jockey Club* es una marca que se compró en junio de 2009 por su alto reconocimiento en las categorías de cuidado del cabello, cremas y talcos. *Jockey Club* es una marca de fuerte arraigo y tradición popular en México, registrada para su venta desde 1949, que ha permanecido en la mente de varias generaciones de consumidores por más de 60 años. Se hizo un importante cambio de imagen por una más innovadora y llamativa, y se está relanzando primero a través de sus productos más populares y además se han agregado nuevas categorías como desodorantes.

*Ans TK* es una nueva marca que consiste en una crema anestésica y anti-inflamatoria que ayuda al alivio de fisuras anales, prurito y hemorroides.



## Otros Eventos Corporativos

---

- En el segundo trimestre de 2010, Genomma Lab cerró varias adquisiciones para fortalecer su portafolio de marcas. Éstas incluyen *English Leather*, *Micotex*, *Nasalub*, y *Ossart*. Con dichas adquisiciones, Genomma Lab fortalece su presencia en las categorías de congestión nasal, anti-micóticos, cuidado personal para hombres, cremas corporales, geles para el cabello y desodorantes. Las Ventas Netas de los productos adquiridos fueron de Ps. 91.5 millones durante los últimos doce meses hasta abril de 2010.
  - *Micotex* es una marca que está bien posicionada en el segmento de talcos y cremas anti-micóticos desde 1951. Esta marca se adquirió con sus respectivas fórmulas y registros sanitarios en México, Ecuador, El Salvador, Nicaragua y Uruguay. De igual manera, se adquirió la marca *Nasalub* con sus registros sanitarios en México. Esta marca participa en el segmento de soluciones humectantes para resequedad en la nariz y congestiones nasales. La marca tiene una antigüedad de 17 años y es una de las líderes del segmento. Por otra parte, *English Leather* fue adquirida debido a su alto nivel de recordación ya que es una marca que tiene más de 46 años participando en las categorías de fragancias, lociones, cremas de afeitar y desodorantes. Con esta adquisición, Genomma Lab refuerza su presencia en la categoría de cuidado personal en México. Finalmente, se adquirió la marca *Ossart*, una marca de fuerte arraigo y tradición popular en México, registrada desde 1943 y con una presencia relevante en las categorías de talcos, lociones, desodorantes y geles, que ha permanecido en la mente de varias generaciones de consumidores desde hace 67 años.
- Adicionalmente, Genomma Lab adquirió la licencia de uso por 50 años de la marca *Devlyn<sup>MR</sup>* en México, Estados Unidos y Latinoamérica. Esta marca cuenta con más de 70 años de sólido posicionamiento y crecimiento en el mercado en México. La licencia de la marca *Devlyn<sup>MR</sup>* encabeza la entrada de Genomma Lab al mercado oftálmico en las categorías de: medicamentos, material de curación y suplementos con uso oftálmico o de fortalecimiento visual.
- Durante el segundo trimestre de 2010 Genomma Lab celebró el segundo aniversario de su Oferta Pública Inicial en la Bolsa Mexicana de Valores. Para conmemorar este evento la Compañía llevó a cabo su segundo “Genomma Day” el pasado 18 de junio en el Museum of Modern Art en la ciudad de Nueva York. El evento tuvo más de 50 participantes entre los que se encontraban inversionistas desde el IPO así como inversionistas nuevos y potenciales.



## **Descripción de la Compañía**

---

Genomma Lab 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

Estados de Resultados Consolidados  
Para el segundo trimestre y primer semestre de 2010 y 2009  
(En miles de pesos nominales)

	Trimestre			Acumulado		
	2T10	2T09	% Var	2010	2009	% Var
Ventas Netas	1,344,395	985,485	36.4%	2,456,822	1,634,577	50.3%
Costos y gastos:						
Costo de ventas	361,455	260,671	38.7%	706,366	432,495	63.3%
Gastos de venta, generales y de administración	657,863	480,254	37.0%	1,279,095	873,042	46.5%
Total de costos y gastos	1,019,318	740,924	37.6%	1,985,461	1,305,537	52.1%
(Pérdida) Utilidad de operación	325,076	244,561	32.9%	471,361	329,040	43.3%
Otros (gastos) ingresos - Neto	1,825	(2,665)	168.5%	13,945	(63)	22299.8%
Resultado integral de financiamiento:						
(Gasto) por intereses	(2,186)	(3,649)	40.1%	(5,705)	(5,083)	12.3%
Ingreso por intereses	7,281	7,499	-2.9%	16,512	27,379	-39.7%
Ganancia (pérdida) cambiaria	3,054	(35,026)	108.7%	(13,176)	(38,605)	65.9%
Ganancia por posición monetaria	(1,888)	(174)	982.8%	(5,686)	(2,639)	115.4%
Efectos de conversión de entidades extranjeras	1,183	1,086	9.0%	7,313	67	10854.2%
	7,444	(30,266)	124.6%	(742)	(18,881)	96.1%
Resultado de subsidiarias no consolidadas	(6,670)	-		(10,462)	-	
(Pérdida) Utilidad antes de impuestos	327,676	211,630	54.8%	474,101	310,096	52.9%
Impuestos a la utilidad	98,872	88,101	12.2%	144,629	111,194	30.1%
Operaciones discontinuadas (pérdidas)	-	(638)	100.0%	-	(1,061)	100.0%
(Pérdida) Utilidad neta consolidada	228,804	122,891	86.2%	329,473	197,841	66.5%
(Pérdida) Utilidad neta consolidada	228,804	122,891	86.2%	329,473	197,841	66.5%
Pérdida (utilidad) minoritaria	(1,519)	(223)	581.0%	(4,688)	(892)	425.5%
(Pérdida) Utilidad neta mayoritaria	227,285	122,668	85.3%	324,785	196,949	64.9%

## Balance General

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

Balance General Consolidado

Al 30 de Junio 2010, 30 de Junio 2009 y 31 de Diciembre 2009.

(en miles de pesos)

Activo	Jun - '10	Jun - '09	V Jun 09 \$	V Jun 09 %	Dec - '09	V Dec 09 \$	V Dec 09 %
<b>Activo Circulante</b>							
Efectivo y equivalentes de efectivo	736,587	1,214,400	(477,813)	-39%	1,059,380	(322,793)	-30%
Fondo de recompra de acciones	5,117	15,993	(10,876)	-68%	8,142	(3,025)	-37%
Fondo de recompra de acciones para empleados	2,966	17,013	(14,047)	-83%	10,894	(7,929)	-73%
Cuentas por cobrar-Neto	1,972,439	749,535	1,222,904	163%	1,545,647	426,792	28%
Inventarios - Neto	743,452	516,142	227,310	44%	630,121	113,331	18%
Pagos anticipados	27,113	80,079	(52,966)	-66%	81,996	(54,883)	-67%
Cuentas por cobrar-partes relacionadas	36,225	20,441	15,784	77%	30,795	5,430	18%
Operaciones discontinuadas	2,888	22,360	(19,472)	-87%	3,407	(519)	-15%
<b>Total de activo circulante:</b>	<b>3,526,788</b>	<b>2,635,963</b>	<b>890,825</b>	<b>34%</b>	<b>3,370,383</b>	<b>156,405</b>	<b>4%</b>
<b>Equipo - Neto</b>	<b>385,176</b>	<b>138,613</b>	<b>246,563</b>	<b>178%</b>	<b>260,698</b>	<b>124,478</b>	<b>32%</b>
Marcas, patentes y registros sanitarios	525,318	435,853	89,465	21%	446,653	78,665	18%
Inversión en asociada	14,185	-	14,185	0%	25,166	(10,981)	-44%
Impuestos diferidos	728	34,364	(33,636)	-98%	2,869	(2,141)	-75%
Otros Activos -Neto	142,362	49,021	93,341	190%	135,844	6,518	5%
Operaciones discontinuadas	-	405	(405)	-100%	38	(38)	-100%
<b>Total Activo:</b>	<b>4,594,558</b>	<b>3,294,219</b>	<b>1,300,339</b>	<b>39%</b>	<b>4,241,651</b>	<b>352,907</b>	<b>8%</b>
<b>Pasivo Circulante</b>							
Cuentas por pagar	606,339	411,192	195,147	47%	594,279	12,060	2%
Cuentas por pagar - partes relacionadas	2,941	412	2,529	614%	81	2,860	3553%
Otros pasivos Circulantes	374,980	139,392	235,588	169%	389,295	(14,315)	-4%
Impuesto sobre la renta	82,667	92,537	(9,870)	-11%	37,640	45,027	120%
Participación de los trabajadores en las utilidades	2,710	3,578	(868)	-24%	3,382	(673)	-20%
Operaciones discontinuadas	3,904	7,217	(3,313)	-46%	4,656	(752)	-16%
Impuestos diferidos	17,900	-	17,900	0%	46,006	(28,107)	-61%
Obligaciones laborales al retiro	9,463	6,522	2,941	45%	7,491	1,972	26%
Acreeedores por Marcas Largo Plazo	105,795	158,156	(52,361)	-33%	108,090	(2,295)	-2%
<b>Total Pasivo:</b>	<b>1,206,697</b>	<b>819,006</b>	<b>387,691</b>	<b>47%</b>	<b>1,190,920</b>	<b>15,778</b>	<b>1%</b>
Capital Social	1,931,222	274,924	1,656,298	602%	274,924	1,656,299	602%
Prima neta en colocacion de acciones	-	1,553,938	(1,553,938)	-100%	1,553,938	(1,553,938)	-100%
Utilidades retenidas	1,143,598	519,636	623,962	120%	1,278,375	(134,777)	-11%
Utilidad del ejercicio	324,784	196,949	127,835	65%	-	324,784	0%
Efectos de conversión entidades en el extranjero	2,976	2,018	958	47%	1,228	1,748	142%
Fondo de recompra de acciones	(29,017)	(73,951)	44,934	-61%	(69,415)	40,398	-58%
Prima neta en colocación de acciones recompradas	6,450	(221)	6,671	0%	6,450	-	0%
Superávit en operaciones con partes relacionadas	(3,721)	-	(3,721)	0%	(3,721)	-	0%
Interés minoritario	11,567	1,917	9,650	503%	8,953	2,614	23%
<b>Total del capital contable:</b>	<b>3,387,860</b>	<b>2,475,210</b>	<b>912,650</b>	<b>37%</b>	<b>3,050,731</b>	<b>337,128</b>	<b>10%</b>

## Flujo de Efectivo

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

Flujo de Efectivo Consolidado  
Para el primer semestre de 2010  
(En miles de pesos nominales)

Actividades de operación:	Acumulado 2010
Utilidad por operaciones continuas	329,473
<b>Partidas relacionadas que no requieren inversión</b>	
Depreciación y amortización	36,159
Fluctuaciones cambiarias no realizadas	(107)
Impuestos a la utilidad	144,629
Participación en la pérdida de compañías asociadas	10,462
Superávit con partes relacionadas	
Costo de Obligaciones laborales al retiro	
Participación de los trabajadores en las utilidades	
Intereses a cargo	
<b>Flujo de efectivo de las operaciones</b>	<b>520,616</b>
( Incremento ) Disminución en cuentas por cobrar	(512,135)
( Incremento ) Disminución en inventarios	(113,356)
<b>Incremento ( Disminución ) en cuentas por pagar</b>	34,211
Incremento ( Disminución ) en Impuestos a la Utilidad	(42,300)
Otros, Neto	51,187
Pagos basados en acciones	19,084
Operación discontinuada	(233)
<b>Cambios en el capital de trabajo</b>	<b>(563,542)</b>
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de operación</b>	<b>(42,926)</b>
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de operación después de operaciones discontinuadas</b>	<b>(42,926)</b>
<b>Actividades de inversión:</b>	
Venta y (Adquisición) de equipo	(155,623)
Venta y (Otras inversiones) en activos	(124,827)
Inversión en subsidiarias	
Operación discontinuada	38
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión</b>	<b>(280,412)</b>
Efectivo excedente para aplicar en actividades de financiamiento	<b>(323,338)</b>
<b>Actividades de financiamiento:</b>	
Recompra de acciones	(11,102)
Intereses pagados de periodos anteriores	
Interés minoritario	(2,074)
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento</b>	<b>(13,176)</b>
<b>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</b>	<b>(336,514)</b>
<b>Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio por conversión de operaciones extranjeras y en los niveles de inflación</b>	<b>2,768</b>
<b>Incremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo</b>	<b>(333,746)</b>
<b>Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo</b>	<b>1078,416</b>
<b>Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo</b>	<b>744,670</b>
Menos- Fondo de recompra de acciones	5,117
Menos- Fondo de recompra de acciones para empleados	2,966
<b>Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo disponible para operación</b>	<b>736,587</b>