

Genomma Lab Reporta un Crecimiento de 27.7% en Ventas Netas y de 19.5% en EBITDA en el 2T11

GENOMMA LAB INTERNACIONAL REPORTA RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE 2011

México D.F., a 27 de julio 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 segundo trimestre terminado el 30 de junio 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 2T 2011 (vs. 2T 2010)

- Las Ventas Netas en el trimestre alcanzaron Ps. 1,716.9 millones, un incremento de 27.7% contra el mismo periodo de 2010, mientras las Ventas Netas para la primera mitad del año incrementaron 30.0%, alcanzando Ps. 3,195.0 millones.
- El EBITDA¹ alcanzó Ps. 413.9 millones en el trimestre, un incremento de 19.5%, lo que representa un margen de 24.1%. En la primera mitad del año el EBITDA incrementó 27.6%, alcanzando Ps. 647.5 millones, lo que representa un margen de 20.3%.
- La Utilidad Neta Consolidada creció 19.1%, para alcanzar Ps. 272.5 millones en el segundo trimestre, y un 26.4% en la primera mitad del año, para alcanzar Ps. 416.4 millones. La Utilidad por Acción² fue de Ps. 1.09, un incremento de 30.0%.
- Las Ventas Netas Internacionales en el trimestre alcanzaron Ps. 439.5 millones, lo que representa un incremento de 55.3%. En la primera mitad del año alcanzaron Ps. 833.3 millones, un incremento de 39.5%.
- Durante el segundo trimestre Genomma Lab lanzó exitosamente 22 extensiones de línea bajo 8 marcas existentes y 7 productos bajo 3 Nuevas Marcas³.

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

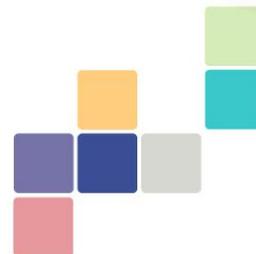
² Utilidad Por Acción de los últimos 12 meses. La Utilidad Por Acción fue calculada usando un promedio ponderado del número de acciones en circulación durante el periodo.

³ Como se define más adelante.

Contacto:

Oscar Villalobos-Torres
Tel: +52 (55) 5081 0000 Ext. 5106
E-mail: inversion@genommalab.com

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



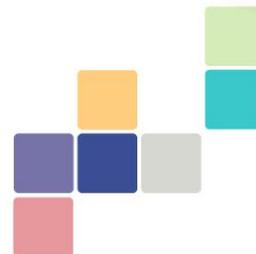
Comentarios del Presidente y Director General

El Sr. Rodrigo Herrera, Presidente del Consejo de Administración y Director General de la Compañía mencionó: “Anunciamos nuestros resultados para el segundo trimestre de 2011, los cuales están en línea con nuestra guía de resultados para 2011. Las marcas adquiridas recientemente están empezando a dar resultados positivos y esperamos que incrementen su participación en nuestras ventas a medida que continuamos con nuestra estrategia de relanzamiento durante el resto del año. También esperamos que las operaciones internacionales continúen incrementando su participación en ventas, convirtiéndose en uno de los principales conductores del crecimiento de la Compañía.

“Nuestras Ventas Internacionales continuaron mostrando fuertes señales de crecimiento, derivadas principalmente del lanzamiento de nuevos productos y una mayor penetración en los mercados en los que participamos. Nos sentimos especialmente optimistas respecto a Brasil, el cual continúa mostrando un fuerte crecimiento, y Estados Unidos, al cual vemos como una importante oportunidad ya que sus ventas están mostrando resultados cada vez más positivos y esperamos que continúen mejorando en los siguientes meses. Las ventas en nuestras operaciones internacionales fueron impulsadas principalmente por Brasil, Colombia y Argentina. Estos resultados están en línea con nuestro objetivo a cinco años de convertirnos en la farmacéutica OTC número uno en Latinoamérica.

“Adicionalmente, durante el segundo trimestre realizamos una reconfiguración de nuestra estrategia de *Primer Nivel por tu Salud*, la cual consiste en formas más eficientes y controladas de llegar a los puntos de venta, creando una fuerza de distribución más especializada y eficiente, y una estrategia de precios que nos llevará a incrementar nuestras ventas en este segmento, como ya lo hicimos en este trimestre.

“Seguimos optimistas respecto a la segunda mitad del año, ya que estaremos lanzando nuestras marcas adquiridas, así como extensiones de línea bajo marcas existentes, lo cual se traducirá en crecimiento sostenido para la Compañía.”



Resultados Consolidados del Segundo 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 30 de junio de 2011, en comparación con el mismo periodo de 2010:

Para el trimestre y el periodo de seis meses terminado al 30 de junio 2011 y 2010
(En millones de pesos nominales)

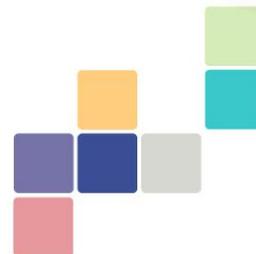
	2do Trimestre			Enero a Junio		
	2011	2010	%Var	2011	2010	%Var
Ventas Netas	1,716.9	1,344.4	27.7	3,195.0	2,456.8	30.0
Utilidad Bruta	1,216.8	982.9	23.8	2,251.8	1,750.5	28.6
Margen Bruto	70.9%	73.1%	(2.2)	70.5%	71.2%	(0.7)
EBITDA ¹	413.9	346.5	19.5	647.5	507.5	27.6
Margen de EBITDA	24.1%	25.8%	(1.7)	20.3%	20.7%	(0.4)
Utilidad de Operación	392.4	325.1	20.7	606.2	471.4	28.6
Margen de Utilidad de Operación	22.9%	24.2%	(1.3)	19.0%	19.2%	(0.2)
Utilidad Neta Mayoritaria	267.3	227.3	17.6	404.9	324.8	24.7
Margen de Utilidad Neta Mayoritaria	15.6%	16.9%	(1.3)	12.7%	13.2%	(0.5)
Promedio ponderado de acciones en circulación	1,052,749,426	1,052,675,580	0.0	1,052,749,426	1,052,735,503	0.0
UPA (12 meses) ²	1.09	0.84	30.0	1.09	0.84	30.0

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 30 de junio de 2011 era de 1,052,749,426.

Las Ventas Netas aumentaron 27.7%, alcanzando Ps. 1,716.9 millones en el segundo trimestre del 2011, en comparación con Ps. 1,344.4 millones en el mismo trimestre del 2010. Este incremento es el resultado de: i) un incremento de 1.8% (Ps. 18.4 millones) de la **Línea Base** en México, incluyendo las extensiones de línea de estas marcas, alcanzando Ps. 1,041.7 millones; ii) un incremento de 210.9% (Ps. 80.3 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. 118.4 millones; iii) Ps. 117.3 millones durante el segundo trimestre de 2011 de **Marcas Nuevas** en México, debido al lanzamiento de 7 nuevos productos bajo 3 Marcas Nuevas durante el año; y v) un crecimiento de 55.3% (Ps. 156.5 millones) de las operaciones **Internacionales** para alcanzar Ps. 439.5 millones.

En una base acumulada, al 30 de junio de 2011, la **Línea Base** en México creció 11.2%; los **Lanzamientos del Año Anterior** en México crecieron 240.8%; las ventas de **Marcas Nuevas** en México alcanzaron Ps. 157.4 millones y las operaciones **Internacionales** crecieron 39.5%.



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

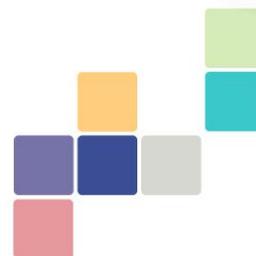
- 1) **Línea Base** son marcas lanzadas al menos dos años antes del año fiscal en México (2009, 2008, 2007 y anteriores),
- 2) **Lanzamientos del año anterior**⁴ son marcas lanzadas durante el año fiscal anterior en México (2010),
- 3) **Marcas Nuevas** son marcas lanzadas durante el año fiscal en curso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

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

(En millones de pesos nominales)

MARCA	VENTAS NETAS	% DE VENTAS	VENTAS NETAS	VAR %
	1S11	TOTALES	1S10	
PRIMER NIVEL	180.7	5.7%	222.0	-18.6%
ASEPXIA	164.6	5.2%	167.3	-1.6%
GOICOECHEA	135.1	4.2%	99.5	35.8%
CICATRICURE	131.7	4.1%	68.2	93.2%
TIO NACHO	115.3	3.6%	45.5	153.6%
MA EVANS	112.6	3.5%	41.3	172.9%
VANART	111.3	3.5%	0.0	NA
LINEA M	96.2	3.0%	59.0	63.0%
UNESIA	86.2	2.7%	117.6	-26.7%
SHOT B	75.5	2.4%	80.4	-6.1%
NEXT	72.2	2.3%	73.0	-1.1%
SILKA MEDIC	71.6	2.2%	69.7	2.7%
NIKZON	70.2	2.2%	104.8	-33.1%
X RAY	68.7	2.2%	65.2	5.5%
SUEROX	67.5	2.1%	48.7	38.6%
GENOPRAZOL	62.4	2.0%	58.7	6.4%
SUBTOTAL	1,621.8	50.8%	1,320.9	22.8%
OTRAS MARCAS (<2%)	739.8	23.2%	538.7	37.3%
TOTAL MÉXICO	2,361.7	73.9%	1,859.6	27.0%
INTERNACIONAL	833.3	26.1%	597.2	39.5%
TOTAL	3,195.0	100.0%	2,456.8	30.0%

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.



Utilidad Bruta aumentó 23.8% para llegar a Ps. 1,216.8 millones en el segundo trimestre de 2011, en comparación con Ps. 982.9 millones en el segundo trimestre de 2010. El margen bruto disminuyó 2.2 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, al alcanzar 70.9% en el segundo trimestre de 2011, comparado con 73.1% durante el mismo periodo de 2010. Esta disminución de margen se atribuye principalmente a un mayor peso en Ventas Netas de nuestra marca de medicamentos genéricos *Primer Nivel Por Tu Salud*, la cual tiene un mayor costo de ventas como porcentaje de Ventas Netas, así como a un cambio en la mezcla de nuestros productos, ya que se tuvieron más ventas en el segmento de cuidado personal durante este trimestre debido a las marcas adquiridas recientemente, dichos productos también tienen un mayor costo de ventas como porcentaje de Ventas Netas.

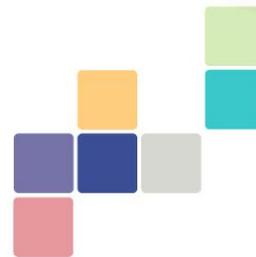
Los Gastos Generales, de Venta y Administración, como porcentaje de Ventas Netas, disminuyeron 0.9 puntos porcentuales para alcanzar 48.0% en el segundo trimestre de 2011, comparado con 48.9% en el segundo trimestre de 2010. Esta disminución se debió principalmente al apalancamiento corporativo en la mayoría de los Gastos Generales, de Venta y Administración, que se obtuvo por el incremento en Ventas Netas durante el segundo trimestre de 2011, comparado con el mismo periodo de 2010.

EBITDA aumentó 19.5%, alcanzando Ps. 413.9 millones durante el segundo trimestre de 2011, comparado con Ps. 346.5 millones en el mismo periodo de 2010. El margen de EBITDA disminuyó 1.7 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, para alcanzar 24.1% en el segundo trimestre de 2011, comparado con 25.8% en el segundo trimestre de 2010. La disminución en el margen de EBITDA se debe principalmente al incremento de 2.2 puntos porcentuales en el costo de ventas, como porcentaje de Ventas Netas, el cual fue parcialmente contrarrestado por un decremento de 0.5 puntos porcentuales en Gastos Generales, de Venta y Administración (excluyendo depreciación y amortización), como porcentaje de Ventas Netas.

Conciliación del EBITDA

Para el segundo trimestre terminado el 30 de junio de 2011 y 2010
(En millones de pesos nominales)

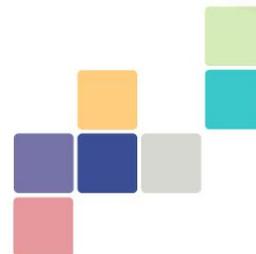
	Segundo Trimestre	
	2011	2010
Utilidad neta consolidada	272.5	228.8
Operaciones discontinuadas	-	-
Impuesto sobre la Renta	117.5	98.9
Resultado de subsidiarias no consolidadas	(1.3)	6.7
Resultado Integral de financiamiento	3.2	(7.4)
Otros gastos, neto	0.5	(1.8)
Utilidad Operativa	392.4	325.1
Depreciación y amortización	21.5	21.4
EBITDA	413.9	346.5
Margen de EBITDA	24.1%	25.8%



La *Utilidad Operativa* aumentó 20.7%, alcanzando Ps. 392.4 millones en el segundo trimestre de 2011, comparado con Ps. 325.1 millones en el segundo trimestre de 2010. El margen operativo disminuyó 1.3 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, alcanzando 22.9% durante el segundo trimestre de 2011, comparado con 24.2% 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* resultó en una pérdida de Ps. 3.2 millones en el segundo trimestre de 2011, lo cual representa una disminución de Ps. 10.6 millones comparado con una ganancia de Ps. 7.4 millones en el segundo trimestre de 2010. El decremento se debe principalmente a: i) una pérdida cambiaria de Ps. 1.8 millones en el segundo trimestre de 2011, comparado con una ganancia de Ps. 3.1 millones para el mismo periodo de 2010; ii) un incremento en los gastos financieros de Ps. 13.8 millones a Ps. 16.0 millones durante el segundo trimestre de 2011, comparado con Ps. 2.2 millones durante el mismo periodo de 2010, este incremento se debe principalmente a la deuda recientemente adquirida; iii) un menor ingreso financiero de Ps. 6.3 millones durante el segundo trimestre de 2011, comparado con Ps. 7.3 millones durante el mismo periodo de 2010; iv) no hubo pérdida por posición monetaria en el segundo trimestre de 2011, comparado con una pérdida de Ps. 1.9 millones en el mismo periodo del 2010; v) un decremento de Ps. 7.2 millones en el efecto del tipo de cambio en operaciones internacionales, resultando en una pérdida de Ps. 8.4 millones en el segundo trimestre de 2011, comparado con una pérdida de Ps. 1.2 millones en el segundo trimestre de 2010. Al 30 de junio de 2011, la Compañía mantenía una caja en efectivo de Ps. 885.2 millones.

La *Utilidad Neta Consolidada* aumentó 19.1%, alcanzando Ps. 275.5 millones durante el segundo trimestre de 2011, comparado con Ps. 228.8 millones durante el segundo trimestre de 2010.



Balance General

Al 30 de junio de 2011, 30 de junio de 2010 y 31 de diciembre de 2010

(En millones de pesos corrientes para las cantidades a junio 2011, junio 2010 y diciembre 2010)

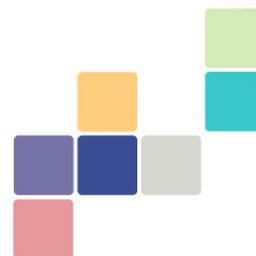
	Al 30 de junio de 2011	Al 30 de junio de 2010	Var jun '11 vs jun '10	% Var jun '11 vs jun '10	Al 31 de diciembre de 2010	Var jun'11 vs dic '10	% Var jun'11 vs dic '10
Información del Balance General:							
Efectivo y equivalentes	885.2	736.6	148.6	20.2%	1,454.2	(569.0)	-39.1%
Clientes	2,803.9	1,781.9	1,022.0	57.4%	1,937.4	866.4	44.7%
Inventarios	1,143.1	743.5	399.7	53.8%	946.7	196.5	20.8%
Otras cuentas por cobrar circulantes	350.1	264.9	85.2	32.2%	345.8	4.3	1.2%
Total Activos	7,338.8	4,594.6	2,744.3	59.7%	5,830.9	1,507.9	25.9%
Proveedores	823.8	606.3	217.5	35.9%	969.1	(145.3)	-15.0%
Otras cuentas por pagar circulantes	758.6	467.2	291.4	62.4%	578.6	180.0	31.1%
Préstamos de instituciones financieras a largo plazo	850.0	-	850.0	-	-	850.0	-
Total Pasivos	2,854.8	1,206.7	1,648.1	136.6%	1,719.3	1,135.5	66.0%
Capital Contable	4,484.0	3,387.9	1,096.2	32.4%	4,111.6	372.4	9.1%
Capital de Trabajo ⁽¹⁾	3,599.8	2,453.2	1,146.6	46.7%	3,136.3	463.5	14.8%
Capital de Trabajo menos efectivo y equivalentes	2,714.6	1,716.7	997.9	58.1%	1,682.1	1,032.5	61.4%
Días de Clientes	144	122	22	17.9%	111	33	29.5%
Días de Inventarios	201	177	24	13.3%	188	13	6.8%
Días de Proveedores	145	144	1	0.1%	192	(47)	-24.8%
Ciclo de Conversión de Efectivo	200	155	45	29.2%	107	93	87.3%

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

Efectivo y Equivalentes incrementó 20.2% (Ps. 148.6 millones), alcanzando Ps. 885.2 millones al 30 de junio de 2011, comparado con Ps. 736.6 millones al 30 de junio de 2010. Este incremento se debió principalmente a la generación de efectivo relacionado con nuestras operaciones durante los últimos doce meses y fue parcialmente contrarrestado por requerimientos del capital de trabajo para financiar el crecimiento de la Compañía, así como por inversiones hechas en nuestro nuevo centro de distribución. Adicionalmente, se realizaron pagos de adquisiciones de marcas durante los últimos doce meses por un total de Ps. 646.9 millones, los cuales fueron refinanciados con la deuda adquirida recientemente.

La Cartera de Clientes fue de Ps. 2,803.9 millones al 30 de junio de 2011, comparado con Ps. 1,781.9 millones al 30 de junio de 2010. Los Días de Clientes incrementaron en 22 días, al pasar de 122 días al 30 de junio de 2010 a 144 días al 30 de junio de 2011. Este aumento se debió a extensiones de plazos dadas a los clientes derivadas del lanzamiento de varias nuevas iniciativas y del relanzamiento de *Primer Nivel por tu Salud*, lo que involucra abrir nuevos canales de distribución.

Inventarios alcanzaron Ps. 1,143.1 millones al 30 de junio de 2011, comparado con Ps. 743.5 millones al 30 de junio de 2010. Los Días de Inventario aumentaron 24 días, al pasar de 177 días al 30 de junio de 2010 a 201 días al 30 de junio de 2011. Este cambio se debió principalmente a la acumulación de inventarios en nuestras operaciones internacionales con el fin de prepararnos



para los varios lanzamientos que se tienen planeados para la segunda mitad del año, así como al resultado de 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.

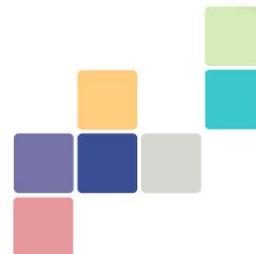
Proveedores alcanzaron Ps. 823.8 millones al 30 de junio de 2011, comparado con Ps. 606.3 millones al 30 de junio de 2010. Los Días de Proveedores aumentaron en 1 día, al pasar de 144 días al 30 de junio de 2010 a 145 días al 30 de junio de 2011. Estos resultados están en línea con el segundo trimestre de 2010.

Otros Activos Circulantes alcanzaron Ps. 350.1 millones al 30 de junio de 2011, comparado con Ps. 264.9 millones al 30 de junio de 2010. Este aumento se debió principalmente a un incremento en la publicidad pagada por adelantado.

Otros Pasivos Circulantes alcanzaron Ps. 758.6 millones al 30 de junio de 2011, comparado con Ps. 467.2 millones al 30 de junio de 2010. Este aumento se debió principalmente a los pasivos derivados de los pagos por adquisiciones a largo plazo, así como a los gastos financieros de la deuda adquirida recientemente.

Préstamos de Instituciones Financieras a Largo Plazo alcanzaron Ps. 850.0 millones al 30 de junio de 2011, de nuestras líneas de crédito a mediano y largo plazo, representando una razón de deuda a EBITDA (últimos doce meses) de 0.46. El uso principal de estos recursos fue refinanciar las recientes adquisiciones de marcas.

Ciclo de Conversión de Efectivo alcanzó 200 días al final de segundo trimestre del 2011, comparado con 155 días al final del mismo periodo del 2010.



Resumen Operativo

Segmentación de Ventas del Segundo Trimestre

Durante el Segundo trimestre de 2011 nuestra mezcla de productos cambió. Los productos farmacéuticos OTC representaron el 38.3% de las ventas en México, los productos de cuidado personal representaron el 49.5% y los medicamentos genéricos representaron el 12.2% para este trimestre.

Las Ventas Netas de productos de cuidado personal en México incrementaron 82.3%⁵ durante el segundo trimestre de 2011, comparado con el mismo trimestre de 2010. Durante el segundo trimestre de 2011 la Compañía lanzó 27 nuevos productos de cuidado personal.

En el segundo trimestre del 2011 las Ventas Netas de medicamentos de libre venta ("OTC") en México disminuyeron 25.4%⁶, comparadas con el mismo periodo de 2010. Durante el segundo trimestre de 2011 la Compañía lanzó 2 nuevos productos OTC.

Las Ventas Netas de medicamentos genéricos fueron de Ps. 155.8⁷ millones en el segundo trimestre del 2011, lo cual representa un incremento de 165.9%, comparado con el mismo periodo del 2010.

Las Ventas Netas de nuestras operaciones internacionales aumentaron 55.3%, alcanzando Ps. 439.5 millones en el segundo trimestre de 2011, comparado con Ps. 283.0 millones en el mismo trimestre de 2010. Este crecimiento fue principalmente impulsado por las operaciones en los mercados de Brasil, Colombia y Argentina.

(En millones de pesos nominales)

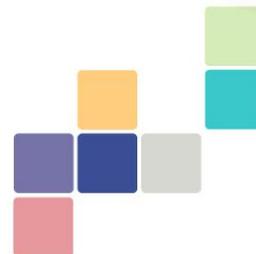
	2do Trimestre					
	OTC	PC	GI*	Total 2T11	Total 2T10	%Var
México	489.8	631.7	155.8	1,277.4	1,061.4	20.3
Internacional	48.1	391.4	-	439.5	283.0	55.3
TOTAL	537.9	1,023.1	155.8	1,716.9	1,344.4	27.7

*GI: Genéricos Intercambiables

⁵ Incluye solamente productos de cuidado personal en México.

⁶ Incluye solamente medicamentos de libre venta (OTC) en México.

⁷ Incluye solamente genéricos farmacéuticos en México.



Lanzamiento de nuevos productos y extensiones de línea

Durante la primera mitad de 2011 Genomma Lab lanzó 42 productos como extensiones de la **Línea Base y Lanzamientos del año anterior**; y 11 nuevos productos bajo 6 **Nuevas Marcas**; entre los que destacan:

Ma Evans Intervención Capilar 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 Intervención Capilar* es un producto farmacéutico OTC que combate la calvicie típica (alopecia androgénica). Contiene Minoxidil, el único ingrediente activo probado que hace que vuelva a crecer el pelo.

Incentiv Solución es el primer medicamento OTC en México para la cistitis. El tratamiento dura sólo tres días y desde la primera toma alivia, cambiando el PH de la orina.

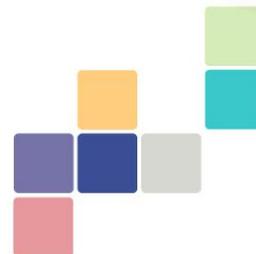
Next Primaria Solución es una extensión de línea de nuestra marca *Next*, la cual es una de las marcas líderes en la categoría de antigripales. *Next Primaria Solución* es un jarabe antigripal para niños en edad escolar.

Otros Eventos Corporativos

- El 30 de Junio tuvimos nuestro “Genomma Day” en la ciudad de Nueva York, en el cual se discutieron los principales logros de la Compañía a tres años de la Oferta Pública Inicial, así como nuestra visión estratégica para los próximos cinco años, en los que esperamos alcanzar los siguientes objetivos:
 - Ser la farmacéutica OTC #1 en Latinoamérica
 - Alcanzar el 75% de participación de las ventas internacionales en las ventas totales de la Compañía
 - Llevar un promedio de 40% de nuestras marcas a cada país en donde participamos
 - Mayor expansión de nuestra huella geográfica



Reporte Trimestral 2T11



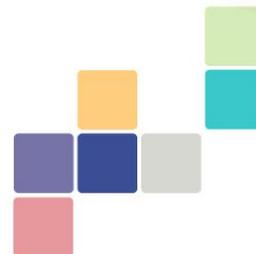
Descripción de la Compañía

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

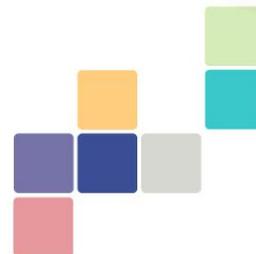
Genomma Lab Internacional S.A.B. de C.V. y subsidiarias

Estados de resultados consolidados

Al 30 de junio de 2011 y 30 de junio de 2010

(En miles de pesos nominales)

	Segundo Trimestre			Primer Semestre		
	2011	2010	% Var	2010	2009	% Var
Ventas Netas	1,716,908	1,344,395	27.7%	3,194,980	2,456,822	30.0%
Costos y gastos:						
Costo de ventas	500,136	361,455	38.4%	943,199	706,366	33.5%
Gastos de venta, generales y de administración	824,341	657,863	25.3%	1,645,556	1,279,095	28.6%
Total de costos y gastos	1,324,477	1,019,318	29.9%	4,648,831	3,333,956	39.4%
(Pérdida) Utilidad de operación	392,431	325,076	20.7%	606,225	471,361	28.6%
Otros (gastos) ingresos - Neto	(535)	1,825	NA	(1,203)	13,945	NA
Resultado integral de financiamiento:						
(Gasto) por intereses	15,994	2,186	631.5%	19,573	5,705	243.1%
Ingreso por intereses	6,261	7,281	-14.0%	13,154	16,512	-20.3%
Ganancia (pérdida) cambiaria	(1,816)	3,054	NA	(9,097)	(13,176)	NA
Ganancia por posición monetaria	-	(1,888)	NA	-	(5,686)	NA
Efectos de conversión de entidades extranjeras	(8,376)	(1,183)	NA	(15,232)	(7,313)	NA
	(3,173)	7,444	NA	(284)	(742)	NA
Resultado de subsidiarias no consolidadas	1,273	(6,670)	NA	356	(10,462)	NA
(Pérdida) Utilidad antes de impuestos	389,996	327,676	19.0%	605,094	474,101	27.6%
Impuestos a la utilidad	117,458	98,872	18.8%	188,657	144,629	30.4%
Operaciones discontinuadas (pérdidas)	-	-	NA	-	-	NA
(Pérdida) Utilidad neta consolidada	272,538	228,804	19.1%	416,437	329,473	26.4%
(Pérdida) Utilidad neta consolidada	272,538	228,804	19.1%	416,437	329,473	26.4%
Pérdida (utilidad) minoritaria	(5,279)	(1,519)	NA	(11,501)	(4,688)	NA
(Pérdida) Utilidad neta mayoritaria	267,259	227,285	17.6%	404,936	324,785	24.7%
EBITDA	413,896	346,461	19.5%	647,457	507,520	27.6%
Margen de EBITDA	24.1%	25.8%		20.3%	20.7%	

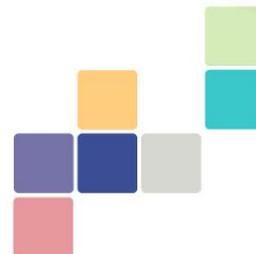


Balance General

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

Al 30 de junio de 2011, 30 de junio de 2010 y 31 de diciembre de 2010
(En miles de pesos)

	Jun'11	Jun'10	Var\$	Var%	Dic '10	Var\$	Var%
Activo							
Activo Circulante							
Efectivo y equivalentes de efectivo	885,212	736,587	148,625	20.2%	1,454,168	(568,956)	-39.1%
Fondo de recompra de acciones	280	8,083	(7,803)	-96.5%	269	12	4.3%
Cuentas por cobrar-Neto	2,943,802	1,972,439	971,362	49.2%	2,161,860	781,941	36.2%
Inventarios - Neto	1,143,149	743,452	399,698	53.8%	946,663	196,486	20.8%
Pagos anticipados	173,602	27,113	146,489	540.3%	70,284	103,318	147.0%
Cuentas por cobrar-partes relacionadas	33,116	36,225	(3,109)	-8.6%	47,775	(14,658)	-30.7%
Operaciones discontinuadas	3,123	2,888	234	8.1%	3,024	99	3.3%
Total de activo circulante:	5,182,284	3,526,788	1,655,496	46.9%	4,684,043	498,241	10.6%
Equipo - Neto	429,143	385,176	43,967	11.4%	424,996	4,147	1.0%
Marcas y patentes y registros sanitarios	1,575,051	525,318	1,049,733	199.8%	563,979	1,011,072	179.3%
Inversión en subsidiarias	5,271	14,185	(8,914)	-62.8%	5,189	83	1.6%
Impuestos diferidos	13,218	728	12,490	1716.4%	7,024	6,193	88.2%
Otros Activos -Neto	133,844	142,362	(8,518)	-6.0%	145,679	(11,835)	-8.1%
	1,727,384	682,594	1,044,790	153.1%	721,871	1,005,513	139.3%
Total Activo:	7,338,810	4,594,558	2,744,253	59.7%	5,830,909	1,507,901	25.9%
Pasivo Circulante							
Cuentas por pagar	823,824	606,339	217,485	35.9%	969,099	(145,276)	-15.0%
Otros Pasivos circulantes	585,819	349,492	236,327	67.6%	384,019	201,799	52.5%
Porción circulante de préstamos bancarios a largo plazo	-	-	-	NA	-	-	NA
Intereses y comisiones por pagar por créditos bancarios	14,407	-	14,407	NA	-	14,407	NA
Impuestos por pagar	147,946	111,096	36,850	33.2%	178,799	(30,853)	-17.3%
Participación de los trabajadores en las utilidades	6,247	2,710	3,537	130.5%	11,738	(5,490)	-46.8%
Operaciones discontinuadas	4,220	3,904	316	8.1%	4,087	133	3.3%
Impuestos diferidos	21,328	17,900	3,429	19.2%	67,223	(45,894)	-68.3%
Obligaciones laborales al retiro	12,541	9,463	3,078	32.5%	10,003	2,538	25.4%
Acreeedores por Marcas Largo Plazo	388,461	105,795	282,666	267.2%	94,295	294,166	312.0%
Préstamos Bancarios a Largo Plazo	850,000	-	850,000	NA	-	850,000	NA
Total Pasivo:	2,854,793	1,206,697	1,648,096	136.6%	1,719,263	1,135,530	66.0%
Capital social suscrito y pagado	1,931,222	1,931,222	0	0.0%	1,931,222	-	0.0%
Capital social suscrito no exhibido	-	-	-	NA	-	-	NA
Resultado de ejercicios anteriores	2,214,255	1,143,598	1,070,657	93.6%	1,141,685	1,072,569	93.9%
Exceso/insuficiencia	-	-	-	NA	-	-	NA
Efecto de conversión de compañías subsidiarias	(35,340)	2,976	(38,316)	NA	(6,636)	(28,705)	NA
Resultado del ejercicio	404,936	324,784	80,152	24.7%	1,072,569	(667,633)	-62.2%
Capital minoritario	28,295	11,567	16,728	144.6%	27,090	1,204	4.4%
Prima neta en colocación de acciones	-	-	-	NA	-	-	NA
Recompra de acciones	(59,351)	(26,288)	(33,063)	NA	(54,285)	(5,065)	NA
Capital de Contable Total	4,484,017	3,387,860	1,096,157	32.4%	4,111,647	372,371	9.1%



Flujo de Efectivo

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

Para el trimestre y el periodo de seis meses terminado al 30 de junio de 2011
(En miles de pesos nominales)

	<u>2T</u> <u>2011</u>	<u>Acumulado</u> <u>2011</u>
Actividades de operación:		
Utilidad Neta consolidada	272,538	416,436
Partidas relacionadas que no requieren inversión		
Depreciación y amortización	21,465	41,232
Fluctuaciones cambiarias no realizadas	(506)	109
Ganancia en venta de activo fijo	1,586	1,586
Impuestos a la utilidad	123,226	188,655
Participación en la pérdida de compañías asociadas	(1,272)	(355)
Intereses a cargo	14,407	14,407
Flujo de efectivo de las operaciones	<u>431,444</u>	<u>662,070</u>
(Incremento) Disminución en cuentas por cobrar	(727,598)	(901,443)
(Incremento) Disminución en inventarios	(84,469)	(196,486)
Incremento (Disminución) en cuentas por pagar	(554,842)	(20,529)
Incremento (Disminución) en Impuestos a la Utilidad	(101,687)	(202,084)
Otros, Neto	78,774	(90,008)
Pagos basados en acciones	(1,090)	8,598
Operación discontinuada	8	34
Cambios en el capital de trabajo	<u>(1,390,904)</u>	<u>(1,401,918)</u>
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	<u>(959,459)</u>	<u>(739,848)</u>
Actividades de inversión:		
Venta y (Adquisición) de inmuebles y equipo	(18,676)	(29,008)
Venta y (Otras inversiones) en activos	13,007	(597,428)
Operación discontinuada	-	-
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	<u>(5,670)</u>	<u>(626,436)</u>
Efectivo excedente para aplicar en actividades de financiamiento	<u>(965,129)</u>	<u>(1,366,284)</u>
Actividades de financiamiento:		
Obtención de préstamos bancarios	850,000	850,000
Aportación de capital social y prima en suscripción de acciones	-	-
Venta (recompra) de acciones	(9,682)	(13,663)
Préstamos bancarios pagados	-	-
Interés minoritario	(8,918)	(10,294)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	<u>831,400</u>	<u>826,043</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>(133,728)</u>	<u>(540,241)</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>(4,839)</u>	<u>(28,704)</u>
Incremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo	<u>(138,568)</u>	<u>(568,945)</u>
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo	<u>1,024,060</u>	<u>1,454,437</u>
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	<u>885,492</u>	<u>885,492</u>
Menos- Fondo de recompra de acciones	-	-
Menos- Fondo de recompra de acciones para empleados	280	280
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo disponible para operación	<u>885,212</u>	<u>885,212</u>