

# GENOMMA LAB INTERNACIONAL REPORTA RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2015



México D.F., a 23 de julio 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 segundo trimestre terminado el 30 de junio 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 2T 2015 (vs. 2T 2014)

---

- Durante el trimestre firmamos un acuerdo para vender una participación mayoritaria en Grupo Marzam a un valor total del capital de Ps. 2,700.0 millones. Se espera que la transacción se cierre en 3T15. Los recursos obtenidos serán usados principalmente para reducir deuda y recomprar acciones.
- Las Ventas Netas en el segundo trimestre alcanzaron Ps. 2,974.7 millones, un incremento de 2.6% contra el mismo periodo de 2014, y Ps. 5,743.2 millones para el periodo de 6 meses, un incremento de 7.6% comparado con 2014, liderado por las fuertes ventas en nuestras operaciones internacionales.
- Las Ventas de nuestras operaciones internacionales fueron de Ps. 1,790.5, un incremento de 37.8%. El crecimiento fue principalmente por E.U.A., Chile y Colombia. El crecimiento internacional acumulado para 2015 fue de 34.1%.
- En México, el desplazamiento (*sell-out*) de nuestros productos creció 3.9% durante los primeros seis meses de 2015, comparado con el mismo periodo de 2014 (*Información de “sell-out” de la Compañía: crecimiento de 4.0% para los productos OTC y de 3.7% para los productos de cuidado personal*).
- En México, continuamos con la reducción de inventarios en el canal. Nuestras ventas para el 2T15 fueron de Ps. 1,184.2 millones, una caída de 26.0%. Acumulado para 2015, las ventas en México fueron de Ps. 2,166.2 millones, una disminución de 18.9%.
- El EBITDA Ajustado disminuyó 1.8% en el segundo trimestre, alcanzando Ps. 602.2 millones, lo que representa un margen de 20.2%, comparado con un margen de 21.2% en el mismo periodo de 2014.
- La Utilidad Neta, la cual alcanzó Ps. 388.0 millones, representó un margen de 13.0%. La utilidad por acción alcanzo Ps. 1.43, comparado con Ps. 1.68 en el mismo trimestre de 2014.
- El Ciclo de Conversión de Efectivo fue de 142 días al 30 de junio de 2015, comparado con 145 días al 30 de junio de 2014. Nuestro objetivo de alcanzar 135 días al final del año 2015 no ha cambiado.

## Comentarios del Director General

---

El Sr. Rodrigo Herrera, Director General de la Compañía, mencionó: “Estamos progresando en nuestras iniciativas estratégicas clave del 2015, incluyendo la venta de Marzam, anunciada el 22 de junio. Esta transacción contribuirá significativamente para incrementar nuestra generación de flujo libre de efectivo y mejorar nuestra estructura de capital. También estamos avanzando con nuestra nueva estrategia comercial en México mientras que crecemos exitosamente en nuestras operaciones internacionales.

Nuestras ventas consolidadas acumuladas al segundo trimestre de 2015 crecieron 7.6%, en línea con nuestro objetivo de 5.2% para el año completo 2015.

Las ventas internacionales siguen fuertes especialmente en Estados Unidos, reportando un crecimiento de 198.8% comparado con el mismo trimestre de 2014, demostrando el éxito que ha tenido nuestra alianza estratégica con Walgreens y nuestra creciente participación de mercado inicialmente dentro del mercado hispano. Chile y Colombia le siguieron con tasas de crecimiento superiores al 40.0%. Además, a pesar de la debilidad económica general en Brasil este año, nuestros productos se mantienen fuertes y continúan ganando participación de mercado en sus categorías; el *“sell-out”* en este país tuvo un crecimiento de 26.7% (en moneda local) durante el trimestre como resultado de nuestra estrategia de publicidad y de la alta calidad de nuestros productos.

Nuestra estrategia de reducir inventarios en el canal en México continuó durante el segundo trimestre, resultando en una caída de 26.0% en nuestras ventas en México. Nuestro negocio también se vio afectado este trimestre por la decisión de enfocarnos en nuestras marcas *“core”* y reducir ventas de nuestras marcas *“non-core”*, lo que resultó en una debilidad en las ventas totales. Además, el consumo en los mercados de OTC y Cuidado Personal estuvo más débil este trimestre en México, contribuyendo a un menor crecimiento en *“sell-out”* que en el primer trimestre de 2015. Esperamos que en el tercer trimestre de este año se continúen reflejando estos factores, pero que en el cuarto trimestre, el cual es tradicionalmente el trimestre más fuerte, se verá un resultado positivo al anualizar la caída inicial en *“sell-in”*. En México, más del 60% de nuestro negocio anual se lleva a cabo en la segunda mitad del año, lo que nos da la seguridad de que nuestros objetivos del año serán alcanzados.

Continuamos viendo 2015 como un año de transición. Mejorar la rentabilidad, generar flujo de efectivo y reducir el apalancamiento continúan siendo nuestras principales áreas de enfoque. En el trimestre continuamos racionalizando el número de empleados en México. Nuestra razón de costo reflejará estas reducciones en la segunda mitad del año. Adicionalmente, en 142 días, estamos prograssando hacia nuestro objetivo de alcanzar un Ciclo de Conversión de Efectivo de 135 días para el final del año. Estoy satisfecho de que vamos por el camino correcto para demostrar fuertes resultados y rentabilidad a nuestros accionistas.

Por último, me complace anunciar el nombramiento de Maximo Juda como Nuevo Director General de Genomma Lab. Maximo ha demostrado durante estos años su habilidad para manejar el negocio y su buen conocimiento del modelo de negocio de la Compañía. Estoy convencido que con este cambio la Compañía continuará creciendo e incrementando su rentabilidad para llegar a ser una compañía líder global. Basado en México, continuaré actuando como Presidente del Consejo de Administración y Presidente del Comité de Operaciones y esto me dará el tiempo para enfocarme en la estrategia del negocio y en las áreas en las que yo creo que puedo agregar más valor a la Compañía, las cuales son los dos pilares principales: desarrollo de productos y mercadotecnia.”

## Resultados Consolidados del Segundo 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 30 de junio de 2015, en comparación con el mismo periodo de 2014:

Para los periodos de tres y seis meses terminados el 30 de junio 2015 y 2014  
(En millones de pesos nominales)

	Segundo Trimestre			Enero - Junio		
	2015	2014	%Var	2015	2014	%Var
Ventas Netas	2,974.7	2,900.0	2.6	5,743.2	5,338.1	7.6
Utilidad Bruta	2,104.4	2,014.2	4.5	4,039.3	3,708.9	8.9
Margen Bruto	70.7%	69.5%	1.2	70.3%	69.5%	0.8
EBITDA <sup>1</sup>	602.2	613.5	(1.8)	1,051.6	989.8	6.2
Margen de EBITDA	20.2%	21.2%	(1.0)	18.3%	18.5%	(0.2)
Utilidad de Operación	567.7	589.4	(3.7)	979.2	946.9	3.4
Margen de Utilidad de Operación	19.1%	20.3%	(1.2)	17.0%	17.7%	(0.7)
Utilidad Neta Mayoritaria	358.8	308.0	16.5	496.8	461.4	7.7
Margen de Utilidad Neta Mayoritaria	12.1%	10.6%	1.5	8.7%	8.6%	0.1
Promedio ponderado de acciones en circulación	1,035,380,284	1,048,733,370	(1.3)	1,038,057,667	1,048,733,370	(1.0)
UPA (12 meses) <sup>2</sup>	1.43	1.68	(15.1)	1.43	1.68	(15.3)

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

<sup>2</sup> 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 30 de junio de 2015 era de 1,033,604,570.

*Las Ventas Netas* aumentaron 2.6%, alcanzando Ps. 2,974.7 millones en el segundo trimestre del 2015, en comparación con Ps. 2,900.0 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 la combinación de los siguientes factores:

- i) una disminución de 27.2% (Ps. 433.7 millones) en ventas de la **Línea Base** en México, alcanzando Ps. 1,162.2 millones, incluyendo las extensiones de línea de estas marcas;
- ii) un aumento de 307.2% (Ps. 14.4 millones) en **Lanzamientos del Año Anterior** en México durante el segundo trimestre de 2015 debido al efecto acumulado de estas marcas, incluyendo las recientes extensiones de línea en dichas marcas, alcanzando Ps. 19.1 millones;
- iii) Ps. 2.9 millones durante el segundo trimestre de 2015 de **Marcas Nuevas** en México;

iv) un incremento de 37.8% (Ps. 491.1 millones) de las operaciones **Internacionales** para alcanzar Ps. 1,790.5 millones en el segundo trimestre de 2015. El promedio ponderado de crecimiento en “sell-out” para estas operaciones durante el trimestre fue de 44.2%. Los países con las mayores tasas de crecimiento fueron Estados Unidos, Chile y Colombia.

La **Utilidad Bruta** aumentó 4.5% para llegar a Ps. 2,104.4 millones en el segundo trimestre de 2015, en comparación con Ps. 2,014.2 millones en el segundo trimestre de 2014. El margen bruto aumentó 1.2 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, al alcanzar 70.7% en el segundo trimestre de 2015, comparado con 69.5% durante el mismo periodo de 2014. Este aumento en margen se debió principalmente a un apego a políticas comerciales más estrictas con nuestros clientes en México, las cuales están en línea con nuestra nueva estrategia comercial, así como a menores ventas de las marcas “non-core”, las cuales tienen un mayor costo de ventas, como porcentaje de Ventas Netas. Además, el incremento está relacionado a una mejor mezcla de nuestros productos en nuestras operaciones internacionales, debido a una mayor participación de nuestros medicamentos de libre venta (OTC), los cuales tienen menores costos de venta, como porcentaje de Ventas Netas.

Los **Gastos Generales, de Venta y Administración**, como porcentaje de Ventas Netas, aumentaron 2.8 puntos porcentuales para alcanzar 51.9% en el segundo trimestre de 2015, comparado con 49.1% en el segundo trimestre de 2014. Este incremento en gastos se debió principalmente a costos asociados a estrategias para fortalecer nuestro modelo de negocio, los cuales fueron compensados con una racionalización en el número de empleados y otras medidas de reducción de costos en nuestro negocio mexicano. Adicionalmente, se incurrió en gastos de asesoría relacionados con la ejecución de dichas estrategias como la venta de Marzam. Estos gastos y la típica estacionalidad del negocio, están reflejados en nuestra guía de resultados de 2015.

El **EBITDA Ajustado** disminuyó 1.8%, alcanzando Ps. 602.2 millones durante el segundo trimestre de 2015, comparado con Ps. 613.5 millones en el mismo periodo de 2014. El margen de EBITDA Ajustado disminuyó 1.0 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, para alcanzar 20.2% en el segundo trimestre de 2015, comparado con 21.2% en el mismo periodo de 2014. La disminución en el margen de EBITDA Ajustado se debió principalmente a mayores Gastos Generales, de Venta y Administración (excluyendo depreciación y amortización), como porcentaje de Ventas Netas, el cual fue parcialmente compensado por menores costos de ventas, como porcentaje de Ventas Netas. El EBITDA fue ajustado al sumar los gastos no recurrentes y está en línea con nuestra guía de resultados para el año.

### Conciliación del EBITDA

Para el trimestre terminado el 30 de junio de 2015 y 2014  
(En millones de pesos nominales)

	<u>Segundo Trimestre</u>	
	<u>2015</u>	<u>2014</u>
<b>Utilidad neta consolidada</b>	388.0	326.6
Operaciones discontinuadas (ganancia)	(36.4)	-
Impuesto sobre la Renta	167.7	149.3
Resultado de subsidiarias no consolidadas (ganancia)	1.4	0.7
Resultado Integral de financiamiento (ganancia)	47.0	112.7
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>567.7</b>	<b>589.4</b>
Depreciación y amortización	28.5	24.1
<b>EBITDA</b>	<b>596.2</b>	<b>613.5</b>
Margen de EBITDA	20.0%	21.2%
Gastos no recurrentes <sup>1</sup>	6.0	-
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>602.2</b>	<b>613.5</b>
Margen de EBITDA Ajustado	20.2%	21.2%

<sup>1</sup> Los gastos no recurrentes están relacionados con la disminución de empleados en México (indemnizaciones) ocurridos durante el 2T15.

La *Utilidad Operativa* disminuyó 3.7%, alcanzando Ps. 567.7 millones en el segundo trimestre de 2015, comparado con Ps. 589.4 millones en el segundo trimestre de 2014. El margen operativo, como porcentaje de Ventas Netas, disminuyó 1.2 puntos porcentuales, alcanzando 19.1% en el segundo trimestre de 2015, comparado con 20.3% en el mismo periodo de 2014.

El *Resultado Integral de Financiamiento* resultó en una pérdida de Ps. 47.0 millones en el segundo trimestre de 2015, comparado con la pérdida de Ps. 112.7 millones en el segundo trimestre de 2014. Este cambio se atribuye principalmente a: i) una pérdida cambiaria de Ps. 14.4 millones en el segundo trimestre de 2015, comparado con una pérdida de Ps. 7.0 millones para el mismo periodo de 2014. La pérdida 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 monedas locales de la Compañía; ii) un aumento de Ps. 14.9 millones en los gastos financieros a Ps. 103.9 millones durante el segundo trimestre de 2015, comparado con Ps. 89.0 millones de gastos financieros durante el mismo periodo de 2014; iii) un mayor ingreso financiero, alcanzando Ps. 7.6 millones durante el segundo trimestre de 2015, comparado con Ps. 2.4 millones durante el mismo periodo de 2014; y iv) una ganancia en el efecto de conversión de entidades extranjeras de Ps. 63.7 millones, resultado del tipo de cambio en nuestras operaciones internacionales, comparado con una pérdida de Ps. 19.1 millones en el mismo periodo de 2014.

La *Utilidad Neta Consolidada* aumentó 18.8%, alcanzando Ps. 388.0 millones durante el segundo trimestre de 2015, representando un margen de 13.0% sobre Ventas Netas, comparado con Ps. 326.6 millones durante el segundo trimestre de 2014, lo que representó un margen de 11.3%. Esta disminución se debe principalmente a una ganancia en el efecto de conversión de entidades extranjeras.

## Balance General

Al 30 de junio de 2015, 30 de junio de 2014 y 31 de diciembre de 2014  
(En millones de pesos corrientes)

	Al 30 de junio de 2015	Al 30 de junio de 2014	Var jun '15 vs jun '14	% Var jun '15 vs jun '14	Al 31 de diciembre de 2014	Var jun'15 vs dic'14	% Var jun'15 vs dic'14
<b>Información del Balance General:</b>							
Efectivo y equivalentes	1,731.7	1,461.8	269.9	18.5%	1,182.3	549.4	46.5%
Clientes	3,261.0	5,146.6	(1,885.5)	-36.6%	4,164.3	(903.3)	-21.7%
Inventarios	1,472.6	1,361.9	110.8	8.1%	1,595.0	(122.4)	-7.7%
Otros activos circulantes	10,011.8	2,079.0	7,932.8	381.6%	10,196.6	(184.8)	-1.8%
Total Activos	24,765.2	18,318.5	6,446.7	35.2%	25,428.3	(663.1)	-2.6%
Proveedores	1,037.8	1,441.3	(403.5)	-28.0%	1,554.7	(516.9)	-33.2%
Otros pasivos circulantes	4,860.1	717.0	4,143.1	577.8%	5,640.6	(780.5)	-13.8%
Porción circulante de la deuda	272.9	298.2	(25.3)	-8.5%	400.6	(127.6)	-31.9%
Créditos Bursátiles	5,484.3	3,984.3	1,500.0	37.6%	5,481.7	2.6	0.0%
Préstamos de instituciones financieras a largo plazo	1,331.0	1,785.7	(454.7)	-25.5%	1,023.6	307.4	30.0%
Total Pasivos	13,898.2	8,991.6	4,906.6	54.6%	14,925.2	(1,027.0)	-6.9%
Capital Contable	10,867.0	9,326.9	1,540.0	16.5%	10,503.1	363.9	3.5%
Working Capital <sup>(1)</sup>	10,306.3	7,592.6	2,713.7	35.7%	9,542.3	764.0	8.0%
Capital de Trabajo menos efectivo y equivalentes	8,574.6	6,130.8	2,443.7	39.9%	8,360.0	214.5	2.6%
Días de Clientes	98	153	(55)	-35.9%	130	(32)	-24.4%
Días de Inventarios	147	137	10	7.4%	162	(15)	-9.4%
Días de Proveedores	103	145	(42)	-28.5%	158	(55)	-34.6%
Ciclo de Conversión de Efectivo	142	145	(3)	-2.6%	134	8	5.7%

<sup>(1)</sup> El Capital de Trabajo se calcula restando los pasivos circulantes de los activos circulantes.

*Efectivo y Equivalentes* aumentaron 18.5% (Ps. 269.9 millones), por Ps. 1,731.7 millones al 30 de junio de 2015, comparado con Ps. 1,461.8 millones al 30 de junio 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 alcanzando Ps. 809.0 millones, los cuales también fueron financiados con nuevos préstamos con instituciones financieras.

*La Cartera de Clientes* fue de Ps. 3,261.0 millones al 30 de junio de 2015, comparado con Ps. 5,146.6 millones al 30 de junio de 2014. Los Días de Clientes disminuyeron 55 días, al pasar de 153 días al 30 de junio de 2014 a 98 días al 30 de junio 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. 1,472.6 millones al 30 de junio de 2015, comparado con Ps. 1,361.9 millones al 30 de junio de 2014. Los Días de Inventarios aumentaron 10 días, al pasar de 137 días al 30 de junio de 2014 a 147 días al 30 de junio de 2015. Este aumento se relaciona a que una porción más grande de nuestras ventas consolidadas proviene de nuestras operaciones internacionales, para las que se requieren niveles más altos de inventarios.

*Otros Activos Circulantes* alcanzaron Ps. 10,011.8 millones al 30 de junio de 2015, comparado con Ps. 2,079.0 millones al 30 de junio de 2014. Este incremento se debió principalmente a la integración de los activos de Marzam en nuestro balance como "Activos clasificados como mantenidos para la venta". Después de cerrar la venta de una participación mayoritaria en Grupo Marzam, la cual esperamos que suceda durante el tercer trimestre de este año, estos activos ya no estarán integrados en nuestro balance general. Adicionalmente, los impuestos a favor de la Compañía y la publicidad pagada por adelantado, ambos en México, incrementaron en comparación con el del mismo periodo de 2014.

*Proveedores* alcanzaron Ps. 1,037.8 millones al 30 de junio de 2015, comparado con Ps. 1,441.3 millones al 30 de junio de 2014. Los Días de Proveedores disminuyeron 42 días, al pasar de 145 días al 30 de junio de 2014 a 103 días al 30 de junio de 2015. Esta disminución se debe principalmente a un mayor número de proveedores locales en nuestras operaciones internacionales, principalmente en Argentina y Colombia, con los que tenemos menores términos de pago. Trabajar con proveedores locales nos permitirá mejorar nuestros requerimientos de capital de trabajo, específicamente inventarios, en el futuro.

*Otros Pasivos Circulantes* alcanzaron Ps. 4,860.1 millones al 30 de junio de 2015, comparado con Ps. 717.0 millones al 30 de junio de 2014. Este aumento se debe principalmente a la integración de los pasivos de Marzam en nuestro balance general como "Pasivos clasificados como mantenidos para la venta", los cuales no estarán incorporados a nuestro balance general cuando cerremos la venta de una participación mayoritaria en Grupo Marzam (se espera en 3T15). Además, los impuestos por pagar y la publicidad por pagar en nuestras operaciones internacionales aumentaron en comparación con el mismo trimestre de 2014.

*Deuda Financiera* alcanzó Ps. 7,088.2 millones al 30 de junio de 2015, comparado con Ps. 6,068.2 millones al 30 de junio del 2014, este aumento fue utilizado principalmente para financiar la segunda parte de la adquisición de Grupo Marzam. La porción circulante de los préstamos a largo plazo fue de Ps. 279.9 millones, lo que representa el 3.9% de la deuda total con instituciones financieras.

Al 30 de junio de 2015 la Deuda Neta con costo de la Compañía alcanzó Ps. 5,356.5 millones, lo que representa una razón de Deuda Neta a EBITDA de 2.07.

*Ciclo de Conversión de Efectivo* alcanzó 142 días al final del segundo trimestre del 2015, lo que representa una disminución de 3 días comparado con 145 días al final del mismo periodo del 2014. Este número está en línea con nuestra guía de resultados de 135 días.

## Resumen Operativo

### Segmentación de Ventas del Segundo Trimestre de 2015

Durante el segundo trimestre de 2015 los productos farmacéuticos<sup>1</sup> representaron el 50.5% de las ventas en México, los productos de cuidado personal<sup>2</sup> representaron el 49.5%

En el segundo trimestre de 2015 las Ventas Netas de los productos farmacéuticos en México<sup>1</sup> disminuyeron 34.9%, alcanzando Ps. 597.8 millones, comparadas con el mismo periodo de 2014.

Las Ventas Netas de productos de cuidado personal<sup>2</sup> en México disminuyeron 14.0% en el segundo trimestre de 2015, a Ps. 586.3 millones, comparado con el mismo periodo de 2014.

Las Ventas Netas de nuestras operaciones internacionales aumentaron 37.8%, alcanzando Ps. 1,790.5 millones en el segundo trimestre de 2015, comparado con Ps. 1,299.4 millones para el mismo periodo de 2014. El crecimiento de estas operaciones fue impulsado principalmente por Estados Unidos, el cual tuvo un crecimiento de 198.8%, comparado con el mismo trimestre de 2014.

(En millones de pesos nominales)

	2T15			2T14			%Var
	Farma*	PC	Total 2T15	Farma*	PC	Total 2T14	
México	597.8	586.3	<b>1,184.2</b>	919.0	681.6	<b>1,600.6</b>	-26.0%
Internacional	639.5	1,151.0	<b>1,790.5</b>	392.7	906.7	<b>1,299.4</b>	37.8%
<b>TOTAL</b>	<b>1,237.4</b>	<b>1,737.3</b>	<b>2,974.7</b>	<b>1,311.7</b>	<b>1,588.3</b>	<b>2,900.0</b>	<b>2.6%</b>

	2T15 Acumulado			2T14 Acumulado			%Var
	Farma*	PC	Total 2T15 Acum	Farma*	PC	Total 2T14 Acum	
México	1,089.6	1,076.6	<b>2,166.2</b>	1,568.7	1,102.2	<b>2,670.9</b>	-18.9%
Internacional	1,301.3	2,275.8	<b>3,577.0</b>	803.2	1,864.0	<b>2,667.2</b>	34.1%
<b>TOTAL</b>	<b>2,390.9</b>	<b>3,352.3</b>	<b>5,743.2</b>	<b>2,371.9</b>	<b>2,966.2</b>	<b>5,338.1</b>	<b>7.6%</b>

\*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.

<sup>1</sup> Productos farmacéuticos: Incluye medicamentos libre venta (OTC) y genéricos (GI) en México.

<sup>2</sup> Productos de cuidado personal: Incluye productos de cuidado personal en México.

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

En el segundo trimestre de 2015 Genomma Lab lanzó cuatro productos como extensiones de la **Línea Base y Lanzamientos del año anterior**. Algunos de los productos lanzados recientemente son:

*Tío Nacho Shampoo Anti-edad Jalea Real y Óleo de Nuez*, una extensión de línea de nuestra marca adquirida *Tío Nacho*, proporciona brillo y sedosidad al cabello, mientras que su fórmula con extractos naturales ayudan a contrarrestar el envejecimiento capilar.

*Henna Egipcia Shampoos y Acondicionadores*, una línea de productos dentro de nuestra marca adquirida *Henna Egipcia* contiene ingredientes de origen vegetal que ayudan a magnificar el color del cabello teñido o natural sin maltratarlo, dejándolo más suave y con un tono envidiable. Adicionado con Kerative®, mejora la retención del cabello teñido ofreciendo protección térmica y potencializando el brillo.

*Gluck*, nuestra reciente extensión de línea, es un tratamiento sintomático en estados depresivos leves.

## **Otros Eventos Corporativos**

---

- El Consejo de Administración ha aprobado el siguiente cambio a la estructura organizacional de la Compañía:
  - Rodrigo Herrera Aspra continuará actuando como Presidente del Consejo de Administración y Presidente del Comité de Operaciones, dejando el cargo de Director General a Maximo Juda, quien tiene más de 12 años de experiencia en Genomma Lab. El Sr. Juda ha ocupado el puesto de Vicepresidente Ejecutivo de Operaciones desde diciembre de 2014. Anteriormente, fue Vicepresidente de Operaciones Internacionales y lideró la expansión a Argentina, Brasil y Estados Unidos. El Sr. Juda tiene una licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad de San Andrés en Argentina. Este cambio tomará efecto inmediatamente.
  
- La Compañía está progresando respecto a los objetivos estratégicos clave del 2015 publicados en marzo de este año, como se muestra a continuación:
  - Generación de flujo de efectivo de Ps. 1,500.0 millones.
    - Al 2T15, acumulado, la generación de flujo libre de efectivo fue de Ps. 457.4 millones. El flujo de efectivo de la venta de activos como Marzam no está incluido en el objetivo.
  - Ciclo de conversión de efectivo menor a 135 días.
    - Hemos alcanzado 142 días a junio de 2015.
  - Eliminar adquisiciones. Usar el CAPEX en proyectos de mantenimiento.
    - No hemos hecho adquisiciones durante la primera mitad del año. No hay planes de adquisiciones para la segunda mitad del año.
    - Nuestro CAPEX acumulado es de Ps. 16.6 millones, comparado con Ps. 55.0 millones el año pasado.
  - Mejor estructura de capital (menor deuda, menor apalancamiento). Lograr una razón de Deuda Neta/EBITDA menor a 1.75x para el año.
    - La razón de Deuda Neta/EBITDA a junio de 2015 es de 2.07x. Después del cierre de la transacción de Marzam será de aproximadamente 1.75x (asumiendo la deuda a junio de 2015).



- Venta de Marzam entre segundo y tercer trimestre de 2015.
  - El 22 de junio de 2015 Genomma Lab entró en un acuerdo definitivo para vender la participación mayoritaria en su compañía de distribución, Grupo Comercial e Industrial Marzam, S.A.P.I. de C.V., a Moench Coöperatief U.A., fondo de capital privado Holandés. El valor total del capital de Grupo Marzam es de Ps. 2,700.0 millones. Al cierre, Moench Coöperatief pagará Ps. 1,050.0 millones a Genomma Lab, los cuales se usarán para pagar deuda. Un pago en efectivo adicional de Ps. 300.0 millones se efectuará un año después. Esto está por encima del estimado de flujo de efectivo de Ps. 928.0 millones que esperábamos por la venta de Marzam.
- Enfoque en marcas “core” para incrementar la rentabilidad. Mejora en márgenes.
  - Actualmente, estamos en el proceso de encontrar el mejor socio para licenciar nuestras marcas “non-core”. Daremos más detalle durante el tercer trimestre de este año.
  - Esperamos lograr un apalancamiento operativo durante la segunda mitad del año cuando nuestras acciones para racionalizar gastos empiecen a mostrar resultados y experimentemos un incremento en ventas en la tradicionalmente más fuerte segunda mitad.
  - Nuestra meta de margen EBITDA sigue de 23-25% para 2015.
- Hacer a México una unidad de negocio. Optimización de los Gastos Generales, de Venta y Administración (número de empleados y gastos relacionados).
  - Separar a México como una unidad de negocio nos ha permitido ser más eficientes en términos del número de empleados (hemos hecho una reducción significativa) y gastos recurrentes en general.
  - La optimización de los Gastos Generales, de Venta y Administración será en la segunda mitad del 2015 cuando nuestra nueva estrategia comercial nos permitirá reducir el gasto en publicidad en televisión.

## Cobertura de Análisis

---

Actinver Casa de Bolsa S.A. de C.V.; Banco Itaú BBA, S.A.; Barclays Bank PLC; 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](mailto:inversion@genommalab.com)

En Nueva York: Grayling USA, Lucía Domville

Tel: +1 (646) 284-9416

E-mail: [genommalab@grayling.com](mailto:genommalab@grayling.com)

# Estado de Resultados



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

Por los períodos de tres y seis meses terminados el 30 de junio de 2015 y 2014

(En miles de pesos)

	SEGUNDO TRIMESTRE			ACUMULADO		
	2015	2014	VARIACIÓN %	2015	2014	VARIACIÓN %
Ingresos - Netos	2,974,661	2,899,958	2.6%	5,743,234	5,338,122	7.6%
Costo de ventas	870,302	885,766	(1.7%)	1,703,901	1,629,220	4.6%
<b>Utilidad bruta</b>	<b>2,104,359</b>	<b>2,014,192</b>	<b>4.5%</b>	<b>4,039,333</b>	<b>3,708,902</b>	<b>8.9%</b>
Gastos de venta y administración	1,516,227	1,400,385	8.3%	3,004,255	2,719,429	10.5%
Otros gastos	1,576	1,066	47.8%	8,492	1,642	417.2%
Otros ingresos	9,595	726	1221.6%	9,928	1,999	396.6%
<b>EBITDA</b>	<b>596,151</b>	<b>613,467</b>	<b>(2.8%)</b>	<b>1,036,514</b>	<b>989,830</b>	<b>4.7%</b>
Depreciación y amortización	28,464	24,116	18.0%	57,294	42,963	33.4%
<b>Utilidad de operación</b>	<b>567,687</b>	<b>589,351</b>	<b>(3.7%)</b>	<b>979,220</b>	<b>946,867</b>	<b>3.4%</b>
Gastos financieros	(103,858)	(89,048)	16.6%	(203,824)	(178,149)	14.4%
Ingresos financieros	7,562	2,423	212.1%	10,422	5,827	78.9%
Ganancia (pérdida) cambiaria	49,297	(26,060)	(289.2%)	(23,667)	(30,211)	(21.7%)
<b>Resultado integral de financiamiento</b>	<b>(46,999)</b>	<b>(112,685)</b>	<b>(58.3%)</b>	<b>(217,069)</b>	<b>(202,533)</b>	<b>7.2%</b>
Participación en la (pérdida) utilidad de asociada	(1,388)	(732)	89.6%	(2,175)	(1,067)	103.8%
<b>Utilidad antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>519,300</b>	<b>475,934</b>	<b>9.1%</b>	<b>759,976</b>	<b>743,267</b>	<b>2.2%</b>
Impuestos a la utilidad	167,725	149,345	12.3%	282,659	237,554	19.0%
<b>Utilidad de las operaciones continuas</b>	<b>351,575</b>	<b>326,589</b>	<b>7.7%</b>	<b>477,317</b>	<b>505,713</b>	<b>(5.6%)</b>
Utilidad (pérdida) de las operaciones discontinuas, neto	36,433	-	100.0%	57,116	-	100.0%
<b>Utilidad neta consolidada</b>	<b>388,008</b>	<b>326,589</b>	<b>18.8%</b>	<b>534,433</b>	<b>505,713</b>	<b>5.7%</b>
Participación no controladora en la utilidad neta	29,253	18,584	57.4%	37,670	44,312	(15.0%)
<b>Participación controladora en la utilidad neta</b>	<b>358,755</b>	<b>308,005</b>	<b>16.5%</b>	<b>496,763</b>	<b>461,401</b>	<b>7.7%</b>

# Balance General



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

Al 30 de junio de 2015 y 2014, y al 31 de diciembre de 2014

(En miles de pesos)

ACTIVOS	JUNIO		VARIACIÓN		DICIEMBRE	VARIACIÓN	
	2015	2014	Monto	%		2014	Monto
<b>Activos circulantes</b>							
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,713,808	1,451,241	262,567	18%	1,164,454	549,354	47%
Efectivo restringido	17,914	10,544	7,370	70%	17,842	72	0%
Clientes - Neto	3,261,036	5,146,564	(1,885,528)	(37%)	4,164,311	(903,275)	(22%)
Otras cuentas por cobrar	1,422,630	860,134	562,496	65%	1,307,094	115,536	9%
Inventarios - Neto	1,472,632	1,361,851	110,781	8%	1,595,012	(122,380)	(8%)
Pagos anticipados	1,614,692	1,218,874	395,818	32%	1,098,990	515,702	47%
Activos clasificados como mantenidos para la venta	6,974,459	-	6,974,459	100%	7,790,506	(816,047)	(10%)
<b>Total de activos circulantes</b>	<b>16,477,171</b>	<b>10,049,208</b>	<b>6,427,963</b>	<b>64%</b>	<b>17,138,209</b>	<b>(661,038)</b>	<b>(4%)</b>
<b>Activos no circulantes</b>							
Marcas, patentes y otros	6,986,218	6,392,217	594,001	9%	6,928,043	58,175	1%
Inversión en acciones	17,269	616,533	(599,264)	(97%)	18,360	(1,091)	(6%)
Inmuebles, propiedades y equipo - Neto	407,078	431,622	(24,544)	(6%)	457,659	(50,581)	(11%)
Impuestos a la utilidad diferidos	66,066	53,787	12,279	23%	79,233	(13,167)	(17%)
Otros activos - Neto	811,363	775,120	36,243	5%	806,811	4,552	1%
<b>Total de activos no circulantes</b>	<b>8,287,994</b>	<b>8,269,279</b>	<b>18,715</b>	<b>0%</b>	<b>8,290,106</b>	<b>(2,112)</b>	<b>(0%)</b>
<b>Total de activos</b>	<b>24,765,165</b>	<b>18,318,487</b>	<b>6,446,678</b>	<b>35%</b>	<b>25,428,315</b>	<b>(663,150)</b>	<b>(3%)</b>
<b>PASIVOS Y CAPITAL CONTABLE</b>							
<b>Pasivos circulantes</b>							
Préstamos bancarios y porción circulante de la deuda a largo plazo	272,943	298,250	(25,307)	(8%)	400,579	(127,636)	(32%)
Proveedores	1,037,835	1,441,339	(403,504)	(28%)	1,554,690	(516,855)	(33%)
Partes relacionadas	22,376	-	22,376	100%	-	22,376	100%
Otros pasivos circulantes	949,691	638,660	311,031	49%	1,012,915	(63,224)	(6%)
Impuesto sobre la renta	190,081	73,042	117,039	160%	126,477	63,604	50%
Participación de los trabajadores en las utilidades	11,679	5,317	6,362	120%	13,827	(2,148)	(16%)
Pasivos clasificados como mantenidos para la venta	3,686,290	-	3,686,290	100%	4,487,400	(801,110)	(18%)
<b>Total de pasivos circulantes</b>	<b>6,170,895</b>	<b>2,456,608</b>	<b>3,714,287</b>	<b>151%</b>	<b>7,595,888</b>	<b>(1,424,993)</b>	<b>(19%)</b>
<b>Pasivos no circulantes</b>							
Créditos bursátiles	5,484,314	3,984,271	1,500,043	38%	5,481,665	2,649	0%
Préstamos bancarios a largo plazo	1,331,002	1,785,698	(454,696)	(25%)	1,023,613	307,389	30%
Acreedores diversos	63,010	74,840	(11,830)	(16%)	64,820	(1,810)	(3%)
Impuestos a la utilidad diferidos	846,280	687,861	158,419	23%	756,924	89,356	12%
Beneficios a los empleados	2,685	2,279	406	18%	2,298	387	17%
<b>Total de pasivos</b>	<b>13,898,186</b>	<b>8,991,557</b>	<b>4,906,629</b>	<b>55%</b>	<b>14,925,208</b>	<b>(1,027,022)</b>	<b>(7%)</b>
<b>Capital contable</b>							
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	496,763	461,401	35,362	8%	1,444,558	(947,795)	(66%)
Efectos de conversión de entidades extranjeras	244,351	(3,943)	248,294	(6297%)	149,561	94,790	63%
Fondo de recompra de acciones	(311,151)	(71,000)	(240,151)	338%	(74,394)	(236,757)	318%
Prima neta en colocación de acciones recompradas	39,749	39,749	-	-	39,749	-	-
Participación no controladora	219,397	167,411	51,986	31%	210,321	9,076	4%
<b>Total del capital contable</b>	<b>10,866,979</b>	<b>9,326,930</b>	<b>1,540,049</b>	<b>17%</b>	<b>10,503,107</b>	<b>363,872</b>	<b>3%</b>
<b>Total de pasivos y capital contable</b>	<b>24,765,165</b>	<b>18,318,487</b>	<b>6,446,678</b>	<b>35%</b>	<b>25,428,315</b>	<b>(663,150)</b>	<b>(3%)</b>

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

Por los períodos de tres y seis meses terminado el 30 de junio de 2015

(En miles de pesos)

	JUNIO 2015	
	2o TRIMESTRE	ACUMULADO
<b>Efectivo al inicio del período</b>	<b>1,799,477</b>	<b>1,182,296</b>
<b>Utilidad neta consolidada</b>	<b>388,008</b>	<b>534,433</b>
<b>Cargos a resultados sin flujo de efectivo:</b>		
Depreciación y amortización	28,466	57,295
Impuestos a la utilidad	167,725	282,659
Intereses devengados y otros	55,243	132,037
	<b>639,442</b>	<b>1,006,424</b>
<b>Partidas relacionadas con actividades de operación:</b>		
Cuentas por cobrar a clientes	(79,106)	903,274
Inventarios	143,441	122,383
Proveedores	(122,734)	(517,197)
Otros activos circulantes	(190,120)	(612,955)
Impuestos a la utilidad pagados	(114,665)	(261,094)
Otros pasivos circulantes	(55,343)	76,892
Variación en activos disponibles para la venta	79,429	72,054
	<b>(339,098)</b>	<b>(216,643)</b>
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de operación</b>	<b>300,344</b>	<b>789,781</b>
<b>Actividades de inversión:</b>		
Adquisición de inmuebles, propiedades y equipo	(9,306)	(16,620)
Ventas de equipo	6,694	18,309
Adquisiciones de marcas y otros	(712)	(1,805)
Otros activos	(7,392)	(10,604)
	<b>(10,716)</b>	<b>(10,720)</b>
<b>Actividades de financiamiento:</b>		
Pagos de préstamos de instituciones financieras	(303,600)	(361,809)
Préstamos obtenidos de instituciones financieras y bursátiles	123,830	555,545
Intereses pagados	(87,038)	(172,286)
Recompra de acciones	(63,765)	(236,659)
Interés minoritario	(36,147)	(28,594)
	<b>(366,720)</b>	<b>(243,803)</b>
<b>Aumento (disminución) neta de efectivo y equivalentes de efectivo</b>	<b>(77,092)</b>	<b>535,258</b>
Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio	9,337	14,168
<b>Flujo de efectivo acumulado al cierre del período</b>	<b>1,731,722</b>	<b>1,731,722</b>
Menos fondo restringido	17,914	17,914
<b>Efectivo y equivalentes de efectivo al final del período</b>	<b>1,713,808</b>	<b>1,713,808</b>