

Genomma Lab Reporta un Crecimiento de 28.4% en Ventas Netas y de 29.9% en EBITDA en el 3T11

GENOMMA LAB INTERNACIONAL REPORTA RESULTADOS DEL TERCER TRIMESTRE 2011

México D.F., a 24 de octubre 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 tercer trimestre terminado el 30 de septiembre 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 3T 2011 (vs. 3T 2010)

- Las Ventas Netas en el trimestre alcanzaron Ps. 2,135.5 millones, un incremento de 28.4% contra el mismo periodo de 2010.
- El EBITDA¹ alcanzó Ps. 559.0 millones en el trimestre, un incremento de 29.9%, lo que representa un margen de 26.2%.
- La Utilidad Neta Consolidada creció 34.0%, para alcanzar Ps. 391.8 millones en el tercer trimestre. La Utilidad por Acción² fue de Ps. 1.19, un incremento de 27.2%.
- Durante el tercer trimestre Genomma Lab lanzó exitosamente 15 extensiones de línea bajo 6 marcas existentes y 6 productos bajo 3 Nuevas Marcas³.
- Al final del tercer trimestre Genomma Lab adquirió la marca Wildroot^{MR} y firmó un compromiso de compra para las marcas Alert^{MR} y Nordiko^{MR} de Colgate-Palmolive.

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

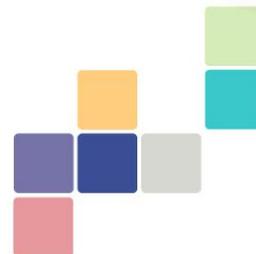
² Utilidad Por Acción de los últimos 12 meses. La Utilidad Por Acción fue calculada usando un promedio ponderado del número de acciones en circulación durante el periodo.

³ Como se define más adelante.

Contacto:

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

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



Comentarios del Presidente y Director General

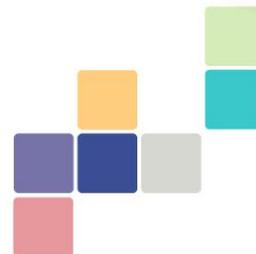
El Sr. Rodrigo Herrera, Presidente del Consejo de Administración y Director General de la Compañía mencionó: “Continuamos reportando un crecimiento sostenido a pesar de la desaceleración económica del mercado. Nuestras ventas en México se mantuvieron fuertes; por otro lado, observamos una ligera disminución en nuestras operaciones internacionales, derivada de un menor número de lanzamientos de los esperados para el trimestre, debido principalmente a retrasos en el ambiente regulatorio.

“El fuerte crecimiento de nuestra línea base en México, 24% durante el trimestre y 16% en una base acumulada, ha sido un factor importante para el crecimiento de nuestras ventas mexicanas. Los buenos resultados obtenidos en nuestra línea base se han debido a la alta penetración de estas marcas en el mercado y a nuestra exitosa estrategia de lanzar constantemente extensiones de líneas y relanzar productos mejorados.

“Los resultados de nuestras operaciones internacionales fueron afectados por retrasos en procesos regulatorios; además, debido al lanzamiento de varias iniciativas en nuevos países como Brasil y Estados Unidos en el mismo periodo de 2010 se tuvo una fuerte base de comparación. Dicho comportamiento en nuestras operaciones internacionales impactó este trimestre, pero esperamos que nuestras ventas se recuperen durante los periodos siguientes, mostrando fuertes resultados para el final de 2011 y un crecimiento continuo durante 2012.

“La reconfiguración de la estrategia de Primer Nivel está comenzando a mostrar resultados positivos dada una distribución más especializada y eficiente. Las ventas están incrementando y esperamos ver un crecimiento importante conforme se consolida la estrategia.

“Como se ha visto en los años anteriores, nuestros productos son defensivos y no esperamos ningún efecto negativo significativo derivado de una desaceleración en la economía global. Con la visibilidad que tenemos actualmente y las negociaciones comerciales acordadas para los siguientes meses, permanecemos optimistas y confiados de que veremos resultados positivos para el final del año.”



Resultados Consolidados del Tercer 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 septiembre de 2011, en comparación con el mismo periodo de 2010:

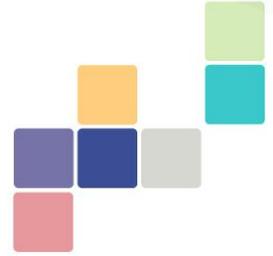
Para el trimestre y el periodo de nueve meses terminado al 30 de septiembre 2011 y 2010
(En millones de pesos nominales)

	3er Trimestre			Enero a Septiembre		
	2011	2010	%Var	2011	2010	%Var
Ventas Netas	2,135.5	1,663.5	28.4	5,330.5	4,120.3	29.4
Utilidad Bruta	1,452.8	1,194.1	21.7	3,704.6	2,944.6	25.8
Margen Bruto	68.0%	71.8%	(3.8)	69.5%	71.5%	(2.0)
EBITDA ¹	559.0	430.5	29.9	1,206.5	938.0	28.6
Margen de EBITDA	26.2%	25.9%	0.3	22.6%	22.8%	(0.2)
Utilidad de Operación	537.6	413.5	30.0	1,143.8	884.9	29.3
Margen de Utilidad de Operación	25.2%	24.9%	0.3	21.5%	21.5%	(0.0)
Utilidad de Participación Controladora	390.3	286.0	36.5	795.3	610.8	30.2
Margen de Utilidad de Participación Controladora	18.3%	17.2%	1.1	14.9%	14.8%	0.1
Promedio ponderado de acciones en circulación	1,052,373,480	1,052,589,426	(0.0)	1,052,622,734	1,052,686,276	(0.0)
UPA (12 meses) ²	1.19	0.94	27.2	1.19	0.94	27.2

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 septiembre de 2011 era de 1,052,749,426.

Las Ventas Netas aumentaron 28.4%, alcanzando Ps. 2,135.5 millones en el tercer trimestre del 2011, en comparación con Ps. 1,663.5 millones en el mismo trimestre del 2010. Este incremento es el resultado de: i) un incremento de 23.8% (Ps. 269.5 millones) de la **Línea Base** en México, incluyendo las extensiones de línea de estas marcas, alcanzando Ps. 1,400.7 millones; ii) un incremento de 79.3% (Ps. 59.1 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. 133.5 millones; iii) Ps. 154.2 millones durante el tercer trimestre de 2011 de **Marcas Nuevas** en México, debido al lanzamiento de 6 nuevos productos bajo 3 Marcas Nuevas durante el año; y v) una disminución de 2.3% (Ps. 10.6 millones) de las operaciones **Internacionales** para alcanzar Ps. 447.2 millones.

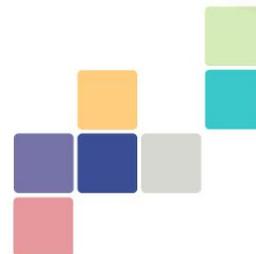


En términos acumulados, al 30 de septiembre de 2011, las Ventas Netas aumentaron 29.4%, alcanzando Ps. 5,330.5 millones, comparado con Ps. 4,120.3 millones en el mismo periodo de 2010. Este incremento es el resultado de: i) un incremento de 16.1% (Ps. 471.8 millones) de la **Línea Base** en México, incluyendo las extensiones de línea de estas marcas, alcanzando Ps. 3,403.5 millones; ii) un incremento de 150.8% (Ps. 201.4 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. 335.0 millones; iii) Ps. 311.6 millones durante el tercer trimestre de 2011 de **Marcas Nuevas** en México, debido al lanzamiento de 17 nuevos productos bajo 9 Marcas Nuevas durante el año; y iv) un incremento de 21.4% (Ps. 225.4 millones) de las operaciones **Internacionales** para alcanzar Ps. 1,280.5 millones.

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

- 1) **Línea Base** son marcas lanzadas al menos dos años antes del año fiscal 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)
- 4) **Internacionales** son las Ventas Netas de las operaciones internacionales.

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



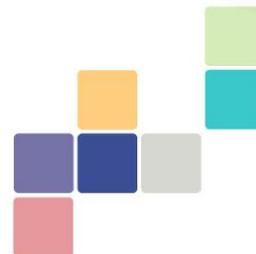
La siguiente tabla muestra el desglose de las Ventas Netas acumuladas a septiembre del 2011 y 2010 por marca:

(En millones de pesos nominales)

MARCA	VENTAS NETAS	% DE VENTAS	VENTAS NETAS	VAR %
	9m11	TOTALES	9m10	
ASEPXIA	307.4	5.8%	266.9	15.1%
PRIMER NIVEL	264.7	5.0%	308.1	-14.1%
GOICOECHEA	199.5	3.7%	140.3	42.2%
CICATRICURE	199.4	3.7%	89.1	123.6%
VANART	194.4	3.6%	0.0	NA
LINEA M	180.4	3.4%	112.0	61.0%
NEXT	171.1	3.2%	159.5	7.3%
MA EVANS	171.0	3.2%	61.8	176.6%
TIO NACHO	169.0	3.2%	99.1	70.5%
SHOT B	155.6	2.9%	132.6	17.4%
UNESIA	135.5	2.5%	197.7	-31.5%
NIKZON	129.1	2.4%	172.0	-25.0%
X RAY	127.6	2.4%	95.3	33.9%
SILKA MEDIC	115.5	2.2%	111.5	3.6%
GENOPRAZOL	113.5	2.1%	100.8	12.6%
SUBTOTAL	2,633.7	49.4%	2,046.9	28.7%
OTRAS MARCAS (<2%)	1,416.3	26.6%	1,018.4	39.1%
TOTAL MÉXICO	4,050.0	76.0%	3,065.2	32.1%
INTERNACIONAL	1,280.5	24.0%	1,055.0	21.4%
TOTAL	5,330.5	100.0%	4,120.3	29.4%

Utilidad Bruta aumentó 21.7% para llegar a Ps. 1,452.8 millones en el tercer trimestre de 2011, en comparación con Ps. 1,194.1 millones en el tercer trimestre de 2010. El margen bruto disminuyó 3.8 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, al alcanzar 68.0% en el tercer trimestre de 2011, comparado con 71.8% durante el mismo periodo de 2010. Esta disminución de margen se atribuye principalmente a un cambio en la mezcla de nuestros productos, ya que se tuvieron más ventas en el segmento de cuidado personal durante este trimestre, los cuales tienen un mayor costo de ventas como porcentaje de Ventas Netas.

Los Gastos Generales, de Venta y Administración, como porcentaje de Ventas Netas, disminuyeron 4.0 puntos porcentuales para alcanzar 42.9% en el tercer trimestre de 2011, comparado con 46.9% en el tercer trimestre de 2010. Esta disminución se debió principalmente a las economías de escala derivadas de un manejo más eficiente de los gastos generales, de venta y administración en nuestras operaciones en México, las cuales tuvieron un crecimiento de 43.3% durante el trimestre, comparado con el mismo periodo de 2010. Adicionalmente, la reducción en el número de lanzamientos en los mercados internacionales durante el trimestre llevó a un menor gasto en los gastos de publicidad.



EBITDA aumentó 29.9%, alcanzando Ps. 559.0 millones durante el tercer trimestre de 2011, comparado con Ps. 430.5 millones en el mismo periodo de 2010. El margen de EBITDA aumentó 0.3 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, para alcanzar 26.2% en el tercer trimestre de 2011, comparado con 25.9% en el tercer trimestre de 2010. El incremento en el margen de EBITDA se debió principalmente a una disminución de 4.0 puntos porcentuales en Gastos Generales, de Venta y Administración (excluyendo depreciación y amortización), como porcentaje de Ventas Netas, el cual fue parcialmente contrarrestado por un aumento de 3.8 puntos porcentuales en el costo de ventas, como porcentaje de Ventas Netas.

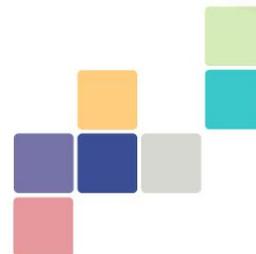
Conciliación del EBITDA

Para el tercer trimestre terminado el 30 de septiembre de 2011 y 2010
(En millones de pesos nominales)

	Tercer Trimestre	
	2011	2010
Utilidad neta consolidada	391.8	292.3
Impuesto sobre la Renta	166.3	120.7
Resultado de subsidiarias no consolidadas	(0.2)	3.8
Resultado Integral de financiamiento	(22.7)	(5.2)
Otros gastos, neto	2.4	1.9
Utilidad Operativa	537.6	413.5
Depreciación y amortización	21.4	17.0
EBITDA	559.0	430.5
Margen de EBITDA	26.2%	25.9%

La **Utilidad Operativa** aumentó 30.0%, alcanzando Ps. 537.6 millones en el tercer trimestre de 2011, comparado con Ps. 413.5 millones en el tercer trimestre de 2010. El margen operativo aumentó 0.3 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, alcanzando 25.2% durante el tercer trimestre de 2011, comparado con 24.9% durante el mismo periodo de 2010. Este incremento es el resultado de las razones previamente mencionadas.

El **Resultado Integral de Financiamiento** resultó en una ganancia de Ps. 22.7 millones en el tercer trimestre de 2011, lo cual representa un incremento de Ps. 17.5 millones comparado con una ganancia de Ps. 5.2 millones en el tercer trimestre de 2010. El incremento se debe principalmente a: i) una ganancia cambiaria de Ps. 54.9 millones en el tercer trimestre de 2011, comparado con una ganancia de Ps. 3.1 millones para el mismo periodo de 2010, lo que se debe a una apreciación importante del dólar; ii) un incremento en los gastos financieros de Ps. 19.1 millones a Ps. 24.4 millones durante el tercer trimestre de 2011, comparado con Ps. 5.4 millones durante el mismo periodo de 2010, el cual se debe principalmente a la deuda recientemente adquirida; iii) un mayor ingreso financiero de Ps. 6.1 millones durante el tercer trimestre de 2011, comparado con Ps. 5.8 millones durante el mismo periodo de 2010; iv) no hubo pérdida por posición monetaria en el tercer trimestre de 2011, comparado con una



pérdida de Ps. 2.4 millones en el mismo periodo del 2010; y, v) un incremento de Ps. 18.0 millones en el efecto del tipo de cambio en operaciones internacionales, resultando en una ganancia de Ps. 13.9 millones en el tercer trimestre de 2011, comparado con una pérdida de Ps. 4.1 millones en el tercer trimestre de 2010.

La *Utilidad Neta Consolidada* aumentó 34.0%, alcanzando Ps. 391.8 millones durante el tercer trimestre de 2011, representando un margen de 18.3% sobre Ventas Netas, comparado con Ps. 292.3 millones durante el tercer trimestre de 2010, lo que representó un margen de 17.6%.

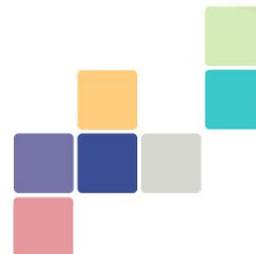
Balance General

	Al 30 de septiembre de 2011	Al 30 de septiembre de 2010	Var Sep '11 vs Sep '10	% Var Sep '11 vs Sep '10	Al 31 de diciembre de 2010	Var Sep '11 vs Dec '10	% Var Sep '11 vs Dec '10
Información del Balance General:							
Efectivo y equivalentes	1,775.8	786.3	989.5	125.8%	1,454.2	321.7	22.1%
Clientes	2,469.3	2,112.3	357.0	16.9%	1,937.4	531.9	27.5%
Inventarios	1,153.3	805.5	347.8	43.2%	903.7	249.7	27.6%
Otras cuentas por cobrar circulantes	259.5	317.2	(57.7)	-18.2%	388.8	(129.3)	-33.3%
Total Activos	8,123.0	5,150.4	2,972.7	57.7%	5,830.9	2,292.1	39.3%
Proveedores	833.3	723.3	110.0	15.2%	969.1	(135.8)	-14.0%
Otras cuentas por pagar circulantes	1,114.5	676.4	438.1	64.8%	578.6	535.9	92.6%
Préstamos de instituciones financieras a largo plazo	970.0	-	970.0	-	-	970.0	-
Total Pasivos	3,177.8	1,504.4	1,673.4	111.2%	1,719.3	1,458.5	84.8%
Capital Contable	4,945.2	3,645.9	1,299.3	35.6%	4,111.6	833.6	20.3%
Capital de Trabajo ⁽¹⁾	3,710.2	2,621.6	1,088.5	41.5%	3,136.3	573.8	18.3%
Capital de Trabajo menos efectivo y equivalentes	1,934.3	1,835.3	99.0	5.4%	1,682.1	252.2	15.0%
Días de Clientes	119	131	(12)	-9.5%	111	8	6.8%
Días de Inventarios	183	177	6	3.7%	188	(5)	-2.4%
Días de Proveedores	132	159	(27)	-16.5%	192	(60)	-31.1%
Ciclo de Conversión de Efectivo	170	149	21	13.6%	107	63	58.9%

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

Efectivo y Equivalentes incrementó 125.8% (Ps. 989.5 millones), alcanzando Ps. 1,775.8 al 30 de septiembre de 2011, comparado con Ps. 786.3 millones al 30 de septiembre de 2010. Este incremento se debió principalmente a la fuerte generación de efectivo relacionado con nuestras operaciones durante los últimos doce meses. Adicionalmente, se realizaron varios pagos por adquisiciones de marcas durante los últimos doce meses por un total de Ps. 803.8 millones, los cuales fueron financiados con nuestra línea de crédito a largo plazo.

La *Cartera de Clientes* fue de Ps. 2,469.3 millones al 30 de septiembre de 2011, comparado con Ps. 2,112.3 millones al 30 de septiembre de 2010. Los Días de Clientes disminuyeron en 12 días, al pasar de 131 días al 30 de septiembre de 2010 a 119 días al 30 de septiembre de 2011. Esta diferencia se debió a una alta base comparativa durante el mismo periodo de 2010, en el que lanzamos varias nuevas iniciativas en nuestros mercados internacionales, especialmente en Brasil y Estados Unidos.



Inventarios alcanzaron Ps. 1,153.3 millones al 30 de septiembre de 2011, comparado con Ps. 805.5 millones al 30 de septiembre de 2010. Los Días de Inventario aumentaron 6 días, al pasar de 177 días al 30 de septiembre de 2010 a 183 días al 30 de septiembre de 2011. Este incremento se derivó principalmente de ventas menores a las esperadas en nuestras operaciones internacionales, las cuales se recuperarán en el siguiente trimestre. La Compañía está comprometida a tener niveles de inventarios más bajos durante los siguientes trimestres.

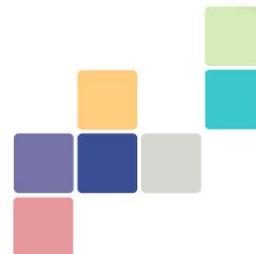
Proveedores alcanzaron Ps. 833.3 millones al 30 de septiembre de 2011, comparado con Ps. 723.3 millones al 30 de septiembre de 2010. Los Días de Proveedores disminuyeron en 27 días, al pasar de 159 días al 30 de septiembre de 2010 a 132 días al 30 de septiembre de 2011. Esta disminución se debió principalmente a nuestra previa estrategia defensiva de acumular inventarios para prevenir incrementos de precios por parte de nuestros proveedores que pudieran venir de un mayor precio en la materia prima. La fuerte acumulación de inventarios en los trimestres pasados permitió a la Compañía reducir la adquisición de productos durante este tercer trimestre.

Otros Activos Circulantes alcanzaron Ps. 259.5 millones al 30 de septiembre de 2011, comparado con Ps. 317.2 millones al 30 de septiembre de 2010. Esta disminución se debió principalmente a un menor impuesto a favor, lo cual fue parcialmente compensado por un incremento en la publicidad pagada por adelantado.

Otros Pasivos Circulantes alcanzaron Ps. 1,114.5 millones al 30 de septiembre de 2011, comparado con Ps. 676.4 millones al 30 de septiembre de 2010. Este aumento se debió principalmente a los pasivos derivados de los pagos por adquisiciones a largo plazo, así como a publicidad por pagar.

Préstamos de Instituciones Financieras a Largo Plazo alcanzaron Ps. 970.0 millones al 30 de septiembre de 2011, incrementando en 120 millones respecto al trimestre anterior, lo que representa una razón de Deuda a EBITDA (últimos doce meses) de 0.49. Este balance es un resultado de la disposición de Ps. 320.0 millones de la línea de crédito de largo plazo y del pago de Ps. 200.0 millones al préstamo de mediano plazo. El uso de estos recursos fue principalmente para adquisiciones de marcas.

Ciclo de Conversión de Efectivo alcanzó 170 días al final de tercer trimestre del 2011, comparado con 149 días al final del mismo periodo del 2010. Esto representa una mejora de 30 días respecto al segundo trimestre de 2011.



Resumen Operativo

Segmentación de Ventas del Tercer Trimestre

Durante el tercer trimestre de 2011 los medicamentos de libre venta (“OTC”) representaron el 53.7% de las ventas en México, los productos de cuidado personal representaron el 41.3% y los medicamentos genéricos representaron el 5.0%.

En el tercer trimestre del 2011 las Ventas Netas de los productos OTC en México incrementaron 23.7%⁵, comparadas con el mismo periodo de 2010. Durante el tercer trimestre de 2011 la Compañía lanzó 5 nuevos productos OTC.

Las Ventas Netas de productos de cuidado personal en México incrementaron 80.5%⁶ durante el tercer trimestre de 2011, comparado con el mismo trimestre de 2010. Durante el tercer trimestre de 2011 la Compañía lanzó 16 nuevos productos de cuidado personal.

Las Ventas Netas de medicamentos genéricos fueron de Ps. 84.1⁷ millones en el tercer trimestre del 2011, lo cual representa una disminución de 2.3%, comparado con el mismo periodo del 2010.

Las Ventas Netas de nuestras operaciones internacionales disminuyeron 2.3%, alcanzando Ps. 447.2 millones en el tercer trimestre de 2011, comparado con Ps. 457.8 millones en el mismo trimestre de 2010.

(En millones de pesos nominales)

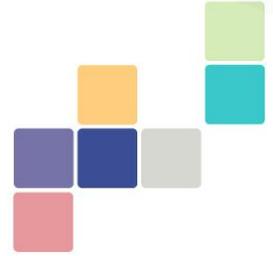
	3er Trimestre					
	OTC	PC	GI*	Total 3T11	Total 3T10	%Var
México	906.2	698.1	84.1	1,688.4	1,205.7	40.0
Internacional	56.4	390.7	-	447.2	457.8	- 2.3
TOTAL	962.6	1,088.8	84.1	2,135.5	1,663.5	28.4

*GI: Genéricos Intercambiables

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

⁶ Incluye solamente productos de cuidado personal en México.

⁷ Incluye solamente genéricos farmacéuticos en México.



Lanzamiento de nuevos productos y extensiones de línea

Durante los primeros tres trimestres de 2011 Genomma Lab lanzó 57 productos como extensiones de la **Línea Base y Lanzamientos del año anterior**; y 17 nuevos productos bajo 8 **Nuevas Marcas**, entre los que destacan:

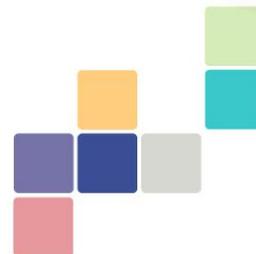
Shot B IQ es una extensión de línea de nuestra marca *Shot B*, un suplemento multivitamínico. *Shot B IQ* es un suplemento vitamínico con omega para niños que ayuda a mejorar su concentración y capacidades de aprendizaje.

Affair Shampoos y Acondicionadores son extensiones de línea de nuestra marca *Affair*, la cual fue adquirida en 2010 por su reconocimiento en la mente del consumidor. *Affair Shampoos*, en cuatro diferentes presentaciones de color, tienen una fórmula especial que ayuda a mantener el cabello teñido sano, brillante y con un fuerte color por más tiempo. *Affair Conditioner* suaviza el cabello, ayudándolo a mantener su color.

Dermoprada Defensa Total, una extensión de nuestra marca *Dermoprada*, es un protector solar con factor de protección solar 100 para el uso diario.

Otros Eventos Corporativos

- Al final del tercer trimestre de 2011 la Compañía cerró un acuerdo de compra de un paquete de marcas en México con Colgate-Palmolive. Genomma Lab adquirió la marca Wildroot^{MR} y firmó un compromiso de compra para las marcas Alert^{MR} y Nordiko^{MR}, el cual se estará concretando en las semanas siguientes. Las marcas adquiridas tienen un fuerte reconocimiento en la mente del consumidor. Es importante mencionar que, como parte del acuerdo, Colgate-Palmolive pasará a ser parte de la extensiva red de proveedores de Genomma Lab, y ha garantizado el suministro a largo plazo los productos de las marcas adquiridas.
- A partir del 1° de noviembre de 2011, Genomma Lab formará parte del Índice LargeCap del IPC, el cual dará a la Compañía acceso a una mayor variedad de fondos.
- Con el propósito de mejorar el desempeño de la Compañía, se hicieron algunos cambios organizacionales.
 - Hay una nueva área en la Compañía, la Vicepresidencia de Estrategia y Capital Humano, la cual consolida estas dos áreas y su vicepresidente es el Sr. Alejandro Bastón Patiño.



- El Sr. Sergio Rocha Sánchez se une a la Compañía como el nuevo Director de Administración y reportará directamente al Sr. Oscar Villalobos Torres, Vicepresidente de Finanzas y Administración.
- El Sr. Marco Antonio González Alba asume la posición de Director de Tecnología de Información y Procesos de Negocio.

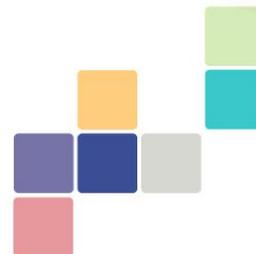
Descripción de la Compañía

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

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

Información sobre estimaciones y riesgos asociados.

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



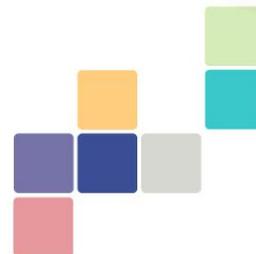
Estado de Resultados

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

Al 30 de septiembre de 2011 y 30 de septiembre de 2010

(En miles de pesos)

	TERCER TRIMESTRE			ACUMULADO 3T		
	2011	2010	VAR %	2011	2010	VAR %
Ventas Netas	2,135,531	1,663,462	28.4%	5,330,509	4,120,284	29.4%
Costos y gastos:						
Costo de ventas	682,730	469,341	45.5%	1,625,928	1,175,707	38.3%
Gastos de venta, generales y de administración	915,201	780,615	17.2%	2,560,756	2,059,710	24.3%
Total de costos y gastos	1,597,931	1,249,956	27.8%	4,186,684	3,235,417	29.4%
(Pérdida) Utilidad de operación	537,600	413,506	30.0%	1,143,825	884,867	29.3%
Otros (gastos) ingresos - Neto	(2,365)	(1,924)	22.9%	(3,567)	12,021	-129.7%
Resultado integral de financiamiento						
(Gasto) por intereses	(24,443)	(5,368)	355.3%	(44,018)	(11,073)	297.5%
Ingreso por intereses	6,153	5,790	6.3%	19,307	22,302	-13.4%
Ganancia (pérdida) cambiaria	54,875	3,147	1643.7%	45,778	(10,029)	-556.5%
Ganancia por posición monetaria	-	(2,440)	-100.0%	-	(8,126)	-100.0%
Efectos de conversión de entidades extranjeras	(13,908)	4,090	-440.0%	1,323	11,403	-88.4%
	22,677	5,219	334.5%	22,390	4,477	400.1%
Resultado de subsidiarias no consolidadas	201	(3,759)	-105.3%	556	(14,221)	-103.9%
(Pérdida) Utilidad antes de impuestos	558,113	413,042	35.1%	1,163,204	887,144	31.1%
Impuestos a la utilidad	166,271	120,691	37.8%	354,926	265,320	33.8%
Operaciones discontinuadas (pérdidas)	391,842	292,351	34.0%	808,278	621,824	30.0%
(Pérdida) Utilidad neta consolidada	-	-		-	-	
(Pérdida) Utilidad neta consolidada	391,842	292,351	34.0%	808,278	621,824	30.0%
Pérdida (utilidad) minoritaria	1,509	6,301	-76.1%	13,009	10,989	18.4%
(Pérdida) Utilidad neta mayoritaria	390,333	286,050	36.5%	795,269	610,835	30.2%



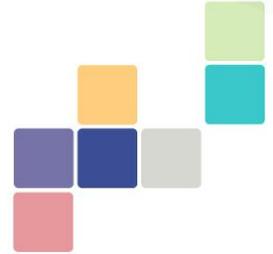
Balance General

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

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

ACTIVO	SEPTIEMBRE		VARIACIÓN		DICIEMBRE	VARIACIÓN	
	2011	2010	Cantidad	%		2010	Cantidad
Activo Circulante							
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,775,840	786,312	989,528	125.8%	1,454,168	321,672	22.1%
Fondo de recompra de acciones	3	5,153	(5,150)	-99.9%	-	3	100.0%
Fideicomiso de acciones para empleados	13,034	1	13,033	-	269	12,765	-
Cuentas por cobrar - Neto	2,509,219	2,340,912	168,307	7.2%	2,161,860	347,359	16.1%
Inventarios - Neto	1,153,336	805,524	347,812	43.2%	946,663	206,673	21.8%
Pagos anticipados	157,359	23,389	133,970	572.8%	70,284	87,075	123.9%
Cuentas por cobrar - Partes relacionadas	45,794	56,921	(11,127)	-19.5%	47,775	(1,981)	-4.1%
Operación discontinuada	3,372	3,130	242	7.7%	3,024	348	11.5%
Total de activo circulante	5,657,957	4,021,342	1,636,615	40.7%	4,684,043	973,914	20.8%
Inmuebles, propiedades y equipo - Neto	436,958	407,073	29,885	7.3%	424,996	11,962	2.8%
Marcas, patentes y estudios clínicos	1,755,141	523,467	1,231,674	235.3%	563,979	1,191,162	211.2%
Inversión en asociada	6,246	10,147	(3,901)	-38.4%	5,189	1,057	20.4%
Impuestos a la utilidad diferidos	133,872	45,829	88,043	192.1%	7,024	126,848	1805.9%
Otros activos - Neto	132,840	142,506	(9,666)	-6.8%	145,679	(12,839)	-8.8%
	2,028,099	721,949	1,306,150	180.9%	721,871	1,306,228	181.0%
Total	8,123,014	5,150,364	2,972,650	57.7%	5,830,910	2,292,104	39.3%

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE							
Pasivo Circulante							
Cuentas por pagar a proveedores	833,303	723,311	109,992	15.2%	969,099	(135,796)	-14.0%
Otros pasivos circulantes	876,446	504,534	371,912	73.7%	384,019	492,427	128.2%
Intereses y comisiones por pagar créditos bancarios	-	-	-	-	-	-	-
Impuesto sobre la renta	223,382	163,478	59,904	36.6%	178,799	44,583	24.9%
Participación de los trabajadores en las utilidades	10,120	4,139	5,981	144.5%	11,738	(1,618)	-13.8%
Operación discontinuada	4,557	4,231	326	7.7%	4,087	470	11.5%
Total de pasivo circulante	1,947,808	1,399,693	548,115	39.2%	1,547,742	400,066	25.8%
Pasivo a Largo Plazo							
Impuestos a la utilidad diferidos	-	-	-	-	67,223	(67,223)	-100.0%
Beneficios a los empleados	13,810	10,449	3,361	32.2%	10,003	3,807	38.1%
Acreedores diversos	246,183	94,295	151,888	161.1%	94,295	151,888	161.1%
Prestamos de instituciones financieras	970,000	-	970,000	100.0%	-	970,000	100.0%
Total del pasivo	3,177,801	1,504,437	1,673,364	111.2%	1,719,263	1,458,538	84.8%
Capital Social							
Capital Social	1,931,222	1,931,222	-	-	1,931,222	-	-
Utilidades retenidas	2,214,255	1,141,685	1,072,570	93.9%	2,214,256	(1)	-0.0%
Utilidad del ejercicio	33,882	(5,770)	39,652	-687.2%	(6,636)	40,518	-610.6%
Efectos de conversión de entidades extranjeras	795,269	610,835	184,434	30.2%	-	795,269	100.0%
Fondo de recompra de acciones	33,918	17,781	16,137	90.8%	27,090	6,828	25.2%
Prima neta en colocación de acciones recompradas	(63,333)	(49,826)	(13,507)	27.1%	(54,285)	(9,048)	16.7%
Total del capital contable	4,945,213	3,645,927	1,299,286	35.6%	4,111,647	833,566	20.3%
Total	8,123,014	5,150,364	2,972,650	57.7%	5,830,910	2,292,104	39.3%



Flujo de Efectivo

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

Por el período de tres y nueve meses terminado el 30 de septiembre de 2011
(En miles de pesos)

	2011	
	ACUMULADO	3T
Efectivo al inicio del período	1,454,436	885,491
Utilidad por operaciones continuas	808,278	391,842
Depreciación y amortización	62,655	21,423
Fluctuaciones cambiarias no realizadas	(707)	(815)
Impuestos a la utilidad	354,926	166,269
Participación en la pérdida de compañía asociada	(556)	(200)
Utilidad /Pérdida en venta de activo fijo	5,076	3,490
Intereses a cargo	28,510	14,103
	1,258,182	596,113
Cambios en Capital de Trabajo:		
Cuentas por cobrar	(523,623)	377,820
Inventarios	(206,673)	(10,187)
Otros activos	(84,748)	3,911
Cuentas por pagar a proveedores	(136,068)	8,916
Otros pasivos	(116,224)	(45,878)
	(1,067,336)	334,582
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	190,846	930,695
Actividades de inversión:		
Adquisición de inmuebles, propiedades y equipo	(52,387)	(23,379)
Adquisiciones de marcas	(747,789)	(136,307)
Otros activos	(17,179)	(31,233)
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(817,355)	(190,919)
Actividades de financiamiento:		
Pagos préstamos de instituciones financieras	(200,000)	(200,000)
Préstamos obtenidos de instituciones financieras	1,170,000	320,000
Intereses pagados	(16,934)	(16,934)
Recompra de acciones	(26,455)	(12,792)
Interés minoritario	(6,179)	4,115
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	920,432	94,389
Aumento (disminución) neta de efectivo y equivalentes de efectivo	293,923	834,165
Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio y en los niveles de inflación	40,518	69,222
Efectivo acumulado al mes de septiembre 2011	1,788,877	1,788,878
Menos fondo de recompra de acciones	3	3
Menos acciones para empleados	13,034	13,034
Flujo de efectivo disponible 30 de septiembre de 2011	1,775,840	1,775,841