

**Genomma Lab Reporta un Margen de EBITDA de 26.5% y un crecimiento de 28.9% en Ventas Netas en el 2011**

### **GENOMMA LAB INTERNACIONAL REPORTA RESULTADOS DEL CUARTO TRIMESTRE Y AÑO COMPLETO 2011**

México D.F., a 23 de febrero de 2012

*Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.* (BMV: LAB) (“Genomma Lab” o “la Compañía”), da a conocer los resultados correspondientes al cuarto trimestre y año completo terminado el 31 de diciembre 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 4T 2011 (vs. 4T 2010)**

- Las Ventas Netas en el trimestre alcanzaron Ps. 2,744.3 millones, un incremento de 28.0% contra el mismo periodo de 2010.
- El EBITDA<sup>1</sup> alcanzó Ps. 932.7 millones en el trimestre, un incremento de 23.4%, lo que representa un margen de 34.0%.
- La Utilidad Neta Consolidada creció 29.0%, para alcanzar Ps. 607.7 millones en el cuarto trimestre. La Utilidad por Acción<sup>2</sup> fue de Ps. 1.33, un incremento de 30.3%.
- Durante el cuarto trimestre Genomma Lab lanzó exitosamente 31 extensiones de línea bajo 14 marcas existentes y 34 productos bajo 8 Nuevas Marcas<sup>3</sup>.
- Durante en cuarto trimestre, Genomma Lab concluyó la adquisición de las marcas Alert<sup>MR</sup> y Nórdiko<sup>MR</sup> de Colgate-Palmolive, con quien se firmó un contrato de suministro para los productos bajo las marcas adquiridas.

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

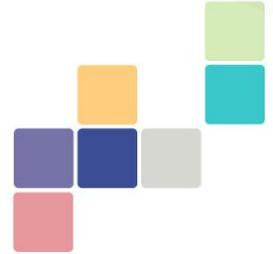
<sup>2</sup> Utilidad Por Acción de los últimos 12 meses. La Utilidad Por Acción fue calculada usando un promedio ponderado del número de acciones en circulación durante el periodo.

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

#### **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)



### Resultados y Hechos Relevantes del Año Terminado 2011 (vs. 2010)

- Las Ventas Netas en el año alcanzaron Ps. 8,074.8 millones, un incremento de 28.9% contra 2010.
- El EBITDA<sup>4</sup> alcanzó Ps. 2,139.2 millones en el año, un incremento de 26.3%, lo que representa un margen de 26.5%.
- La Utilidad Neta Consolidada de 2011 creció 29.6%, para alcanzar Ps. 1,416.0 millones. La Utilidad por Acción<sup>5</sup> fue de Ps. 1.33, un incremento de 30.2%.
- Durante el año 2011 Genomma Lab lanzó exitosamente 88 extensiones de línea bajo marcas existentes y 51 productos bajo 14 Nuevas Marcas<sup>6</sup>.

### Comentarios del Presidente y Director General

El Sr. Rodrigo Herrera, Presidente del Consejo de Administración y Director General de la Compañía mencionó: “Nos complace anunciar nuestros resultados del cuarto trimestre y año completo 2011.

Cerramos el año con buenos resultados para el cuarto trimestre, impulsados principalmente por un alto crecimiento en nuestras operaciones internacionales, las cuales aumentaron 50.9% durante el periodo, derivado del lanzamiento de varios productos en estos mercados, logrando recuperar algunos de los retrasos de lanzamientos que tuvimos en el trimestre anterior.

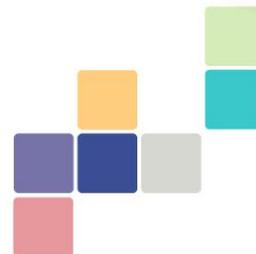
Las ventas en México permanecieron fuertes a pesar de una ligera disminución en nuestras ventas del mes de diciembre, ya que hubo un cambio en los patrones de consumo derivado del lanzamiento de una nueva promoción llamada “El Buen Fin” en noviembre. Los fuertes descuentos contribuyeron a un alza en las ventas durante ese fin de semana, especialmente en la categoría de electrodomésticos, pero dejó a los consumidores con un menor poder adquisitivo en diciembre, mes que generalmente es el más fuerte del año.

2011 no fue diferente a años anteriores, ya que continuamos implementando nuestra estrategia de adquisiciones, comprando Alert, Widroot y Nórdiko de Colgate-Palmolive, marcas con un alto grado de recordación. Con esta adquisición fortalecimos nuestro portafolio de productos de cuidado personal y Colgate-Palmolive pasó a formar parte de nuestra red de proveedores. Seguimos abiertos a atractivas adquisiciones que se le puedan presentar a la Compañía.

<sup>4</sup> El EBITDA se calcula agregando la Depreciación y Amortización a la Utilidad Operativa.

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

<sup>6</sup> Como se define más adelante.



Para 2012, esperamos seguir teniendo un sólido crecimiento; nuestra guía de resultados estimada para el año completo es un crecimiento de entre 23% y 26% en Ventas Netas y un margen de EBITDA de por lo menos 26%, impulsado principalmente por nuestras operaciones internacionales y apoyado por nuestra fuerte presencia en el mercado mexicano. “

### Resultados Consolidados del Cuarto Trimestre y Año Completo 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 y año terminado el 31 de diciembre de 2011, en comparación con el mismo periodo de 2010:

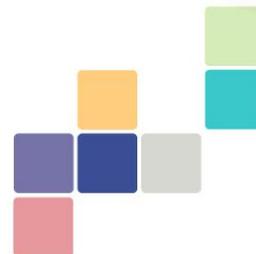
Para el trimestre y año terminados al 31 de diciembre 2011 y 2010  
(En millones de pesos nominales)

	4to Trimestre			Enero a Diciembre		
	2011	2010	%Var	2011	2010	%Var
Ventas Netas	2,744.3	2,143.3	28.0	8,074.8	6,263.6	28.9
Utilidad Bruta	1,907.8	1,504.6	26.8	5,612.4	4,449.1	26.1
Margen Bruto	69.5%	70.2%	(0.7)	69.5%	71.0%	(1.5)
EBITDA <sup>1</sup>	932.7	755.5	23.4	2,139.2	1,693.5	26.3
Margen de EBITDA	34.0%	35.3%	(1.3)	26.5%	27.0%	(0.5)
Utilidad de Operación	913.4	729.9	25.1	2,057.2	1,614.8	27.4
Margen de Utilidad de Operación	33.3%	34.1%	(0.8)	25.5%	25.8%	(0.3)
Utilidad Neta Mayoritaria	601.5	461.7	30.3	1,396.8	1,072.6	30.2
Margen de Utilidad Neta Mayoritaria	21.9%	21.5%	0.4	17.3%	17.1%	0.2
Promedio ponderado de acciones en circulación	1,052,254,426	1,052,608,556	(0.0)	1,052,529,900	1,052,666,686	(0.0)
UPA (12 meses) <sup>2</sup>	1.33	1.02	30.3	1.33	1.02	30.2

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

<sup>2</sup> La Utilidad Por Acción se calculó dividiendo la Utilidad Neta Consolidada de los últimos 12 meses entre el promedio ponderado del número de acciones que había en la sociedad durante el periodo. El número total de acciones en circulación al 31 de diciembre de 2011 era de 1,052,749,426.

**Las Ventas Netas** aumentaron 28.0%, alcanzando Ps. 2,744.3 millones en el cuarto trimestre del 2011, en comparación con Ps. 2,143.3 millones en el mismo trimestre del 2010. Este incremento es el resultado de: i) un incremento de 8.3% (Ps. 129.5 millones) de la **Línea Base** en México, incluyendo las extensiones de línea de estas marcas, alcanzando Ps. 1,682.8 millones; ii) un incremento de 10.2% (Ps. 19.7 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. 213.2 millones; iii) Ps. 249.8 millones durante el cuarto trimestre de 2011 de **Marcas Nuevas** en México, debido principalmente al lanzamiento de 34 nuevos productos bajo 8 Marcas Nuevas durante el periodo; y v) un incremento de 50.9% (Ps. 202.0 millones) de las operaciones **Internacionales** para alcanzar Ps. 598.6 millones.



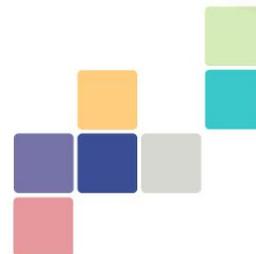
Las Ventas Netas para el año completo aumentaron 28.9%, alcanzando Ps. 8,074.8 millones, comparado con Ps. 6,263.6 millones en el mismo periodo de 2010. Este incremento es el resultado de: i) un incremento de 13.4% (Ps. 601.3 millones) de la **Línea Base** en México, incluyendo las extensiones de línea de estas marcas, alcanzando Ps. 5,086.3 millones; ii) un incremento de 67.6% (Ps. 221.1 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. 548.1 millones; iii) Ps. 561.4 millones durante el cuarto trimestre de 2011 de **Marcas Nuevas** en México, debido al lanzamiento de 51 nuevos productos bajo 14 Marcas Nuevas durante el año; y iv) un incremento de 29.4% (Ps. 427.4 millones) de las operaciones **Internacionales** para alcanzar Ps. 1,879.0 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**<sup>7</sup> 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.

---

<sup>7</sup> 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.



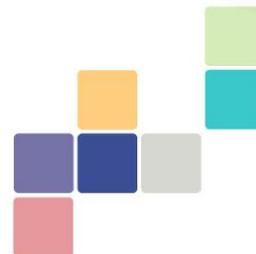
La siguiente tabla muestra el desglose de las Ventas Netas a diciembre de 2011 y 2010 por marca:

(En millones de pesos nominales)

MARCA	VENTAS NETAS	% DE VENTAS	VENTAS NETAS	VAR %
	2011	TOTALES	2010	
ASEPXIA	484.2	6.0%	443.6	9.1%
PRIMER NIVEL	344.7	4.3%	330.0	4.5%
GOICOECHEA	305.6	3.8%	206.2	48.2%
TIO NACHO	295.1	3.7%	191.3	54.3%
MA EVANS	291.9	3.6%	97.4	199.8%
VANART	290.3	3.6%	0.0	NA
CICATRICURE	280.1	3.5%	156.9	78.5%
NEXT	274.7	3.4%	327.0	-16.0%
LINEA M	251.3	3.1%	210.7	19.3%
X RAY	215.0	2.7%	155.2	38.5%
NIKZON	206.9	2.6%	248.9	-16.9%
SHOT B	195.5	2.4%	189.1	3.4%
UNESIA	190.5	2.4%	261.9	-27.3%
GENOPRAZOL	176.5	2.2%	152.2	16.0%
MEDICASP	164.2	2.0%	104.9	56.4%
<b>SUBTOTAL</b>	<b>3,966.7</b>	<b>49.1%</b>	<b>3,075.2</b>	<b>29.0%</b>
<b>OTRAS MARCAS (&lt;2%)</b>	<b>2,229.1</b>	<b>27.6%</b>	<b>1,736.7</b>	<b>28.4%</b>
<b>TOTAL MÉXICO</b>	<b>6,195.8</b>	<b>76.7%</b>	<b>4,812.0</b>	<b>28.8%</b>
<b>INTERNACIONAL</b>	<b>1,879.0</b>	<b>23.3%</b>	<b>1,451.6</b>	<b>29.4%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8,074.8</b>	<b>100.0%</b>	<b>6,263.6</b>	<b>28.9%</b>

*Utilidad Bruta* aumentó 26.8% para llegar a Ps. 1,907.8 millones en el cuarto trimestre de 2011, en comparación con Ps. 1,504.6 millones en el cuarto trimestre de 2010. El margen bruto disminuyó 0.7 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, al alcanzar 69.5% en el cuarto trimestre de 2011, comparado con 70.2% durante el mismo periodo de 2010. Esta disminución de margen se debe principalmente al incremento de las ventas de nuestros productos de cuidado personal, como porcentaje de Ventas Netas, derivado principalmente de nuestras adquisiciones más recientes. Estos productos tienen un mayor costo de ventas como porcentaje de Ventas Netas.

La Utilidad Bruta para el año completo 2011 aumentó 26.1% para llegar a Ps. 5,612.4, en comparación con Ps. 4,449.1 millones en 2010. El margen bruto disminuyó 1.5 puntos



porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, al alcanzar 69.5% en 2011, comparado con 71.0% durante 2010.

*Los Gastos Generales, de Venta y Administración*, como porcentaje de Ventas Netas, aumentaron 0.1 puntos porcentuales para alcanzar 36.2% en el cuarto trimestre de 2011, comparado con 36.1% en el cuarto trimestre de 2010. Los gastos generales, de venta y administración durante este trimestre estuvieron en línea con el mismo periodo del año anterior.

Los Gastos Generales, de Venta y Administración para el año completo 2011, como porcentaje de Ventas Netas, disminuyeron 1.3 puntos porcentuales para alcanzar 44.0%, comparado con 45.3% en 2010.

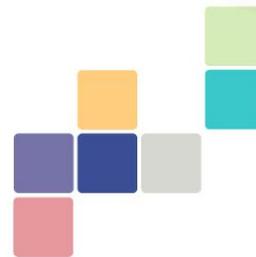
*EBITDA* aumentó 23.4%, alcanzando Ps. 932.7 millones durante el cuarto trimestre de 2011, comparado con Ps. 755.5 millones en el mismo periodo de 2010. El margen de EBITDA disminuyó 1.3 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, para alcanzar 34.0% en el cuarto trimestre de 2011, comparado con 35.3% en el cuarto trimestre de 2010. La disminución en el margen de EBITDA se debió principalmente a un aumento de 0.6 puntos porcentuales en Gastos Generales, de Venta y Administración (excluyendo depreciación y amortización), como porcentaje de Ventas Netas y a un aumento de 0.7 puntos porcentuales en el costo de ventas, como porcentaje de Ventas Netas.

EBITDA para el año completo 2011 aumentó 26.3%, alcanzando Ps. 2,139.2 millones, comparado con Ps. 1,693.5 millones en 2010. El margen de EBITDA disminuyó 0.5 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, para alcanzar 26.5% en 2011, comparado con 27.0% en 2010.

### *Conciliación del EBITDA*

Para el cuarto trimestre y año completo terminados el 31 de diciembre de 2011 y 2010  
(En millones de pesos nominales)

	<u>Cuarto Trimestre</u>		<u>De enero a diciembre</u>	
	<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>
<b>Utilidad neta consolidada</b>	607.7	471.1	1,416.0	1,093.0
Impuesto sobre la renta	261.9	217.0	616.8	482.4
Resultado de subsidiarias no consolidadas	0.2	4.9	(0.3)	19.1
Resultado integral de financiamiento	5.4	31.8	(17.0)	27.3
Otros gastos, neto	38.2	5.1	41.7	(6.9)
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>913.4</b>	<b>729.9</b>	<b>2,057.2</b>	<b>1,614.8</b>
Depreciación y amortización	19.3	25.6	81.9	78.7
<b>EBITDA</b>	<b>932.7</b>	<b>755.5</b>	<b>2,139.2</b>	<b>1,693.5</b>
Margen de EBITDA	34.0%	35.3%	26.5%	27.0%



La *Utilidad Operativa* aumentó 25.1%, alcanzando Ps. 913.4 millones en el cuarto trimestre de 2011, comparado con Ps. 729.9 millones en el cuarto trimestre de 2010. El margen operativo disminuyó 0.8 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, alcanzando 33.3% durante el cuarto trimestre de 2011, comparado con 34.1% durante el mismo periodo de 2010. Este incremento es el resultado de las razones previamente mencionadas.

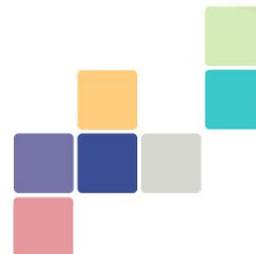
La Utilidad Operativa para el año completo 2011 aumentó 27.4%, alcanzando Ps. 2,057.2 millones, comparado con Ps. 1,614.8 millones en 2010. El margen operativo disminuyó 0.3 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, alcanzando 25.5% durante 2011, comparado con 25.8% durante 2010.

El *Resultado Integral de Financiamiento* resultó en una pérdida de Ps. 5.43 millones en el cuarto trimestre de 2011, lo cual representa una disminución en la pérdida de Ps. 26.3 millones comparado con una pérdida de Ps. 31.8 millones en el cuarto trimestre de 2010. Esta disminución en la pérdida se atribuye principalmente a: i) una ganancia cambiaria de Ps. 28.2 millones en el cuarto trimestre de 2011, comparado con una pérdida de Ps. 4.2 millones para el mismo periodo de 2010, lo que se debe a una apreciación importante del dólar contra las monedas con las que opera la Compañía; ii) una disminución en los gastos financieros de Ps. 0.9 millones a Ps. 29.7 millones durante el cuarto trimestre de 2011, comparado con Ps. 30.6 millones durante el mismo periodo de 2010; iii) un mayor ingreso financiero de Ps. 12.0 millones durante el cuarto trimestre de 2011, comparado con Ps. 4.5 millones durante el mismo periodo de 2010; iv) no hubo pérdida por posición monetaria en el cuarto trimestre de 2011, comparado con una pérdida de Ps. 2.5 millones en el mismo periodo del 2010; y, v) una disminución de Ps. 17.0 millones en el efecto del tipo de cambio en operaciones internacionales, resultando en una pérdida de Ps. 15.9 millones en el cuarto trimestre de 2011, comparado con una ganancia de Ps. 1.1 millones en el cuarto trimestre de 2010.

El Resultado Integral de Financiamiento para el año completo resultó en una ganancia de Ps. 17.0 millones, lo cual representa un incremento de Ps. 44.3 millones comparado con una pérdida de Ps. 27.3 millones en 2010.

La *Utilidad Neta Consolidada* aumentó 29.0%, alcanzando Ps. 607.7 millones durante el cuarto trimestre de 2011, representando un margen de 22.1% sobre Ventas Netas, comparado con Ps. 471.1 millones durante el cuarto trimestre de 2010, lo que representó un margen de 22.0%.

La Utilidad Neta Consolidada para el año completo aumentó 29.6% a 1,416.0 millones, representando un margen de 17.5% sobre Ventas Netas, comparado con 1,093.0 en 2010, lo que representó un margen de 17.5%



### Balance General

Al 31 de diciembre de 2011, 31 de diciembre de 2010 y 30 de septiembre de 2011  
(En millones de pesos corrientes para las cantidades a diciembre 2011, diciembre 2010 y septiembre 2011)

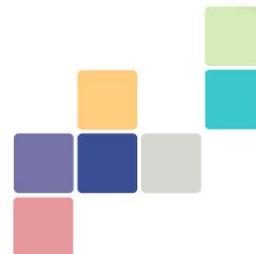
	Al 31 de diciembre de 2011	Al 31 de diciembre de 2010	Var Dec '11 vs Dec '10	% Var Dec '11 vs Dec '10	Al 30 de septiembre de 2011	Var Dec '11 vs Sep '11	% Var Dec '11 vs Sep '11
<b>Información del Balance General:</b>							
Efectivo y equivalentes	1,538.5	1,454.2	84.4	5.8%	1,775.8	(237.3)	-13.4%
Clientes	3,482.6	1,937.4	1,545.2	79.8%	2,474.3	1,008.3	40.8%
Inventarios	1,101.0	946.7	154.3	16.3%	1,153.3	(52.4)	-4.5%
Otras cuentas por cobrar circulantes	506.4	345.8	160.6	46.4%	254.5	251.9	99.0%
Total Activos	9,194.0	5,830.9	3,363.1	57.7%	8,123.0	1,071.0	13.2%
Proveedores	1,262.3	969.1	293.2	30.3%	833.3	429.0	51.5%
Otras cuentas por pagar circulantes	923.2	578.6	344.5	59.5%	2,084.5	(1,161.3)	-55.7%
Prestamos de instituciones financieras a largo plazo	970.0	-	970.0	100.0%	970.0	-	0.0%
Total Pasivos	3,621.1	1,719.3	1,901.8	110.6%	3,177.8	443.3	13.9%
Capital Contable	5,572.9	4,111.6	1,461.3	35.5%	4,945.2	627.7	12.7%
Capital de Trabajo <sup>(1)</sup>	4,443.0	3,136.3	1,306.7	41.7%	2,740.2	1,702.8	62.1%
Capital de Trabajo menos efectivo y equivalentes	2,904.5	1,682.1	1,222.3	72.7%	964.3	1,940.2	201.2%
Días de Clientes	155	111	44	39.4%	119	36	30.5%
Días de Inventarios	161	188	(27)	-14.3%	183	(22)	-12.0%
Días de Proveedores	185	192	(7)	-4.0%	132	53	39.8%
Ciclo de Conversión de Efectivo	132	107	25	23.2%	170	(38)	-22.5%

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

**Efectivo y Equivalentes** incrementó 5.8% (Ps. 84.4 millones), alcanzando Ps. 1,538.5 al 31 de diciembre de 2011, comparado con Ps. 1,454.2 millones al 31 de diciembre de 2010. Este incremento se debió principalmente a la generación de efectivo relacionado con nuestras operaciones durante los últimos doce meses, lo cual fue parcialmente compensado por varios pagos por adquisiciones de marcas realizados durante los últimos doce meses por un total de Ps. 902.4 millones.

**La Cartera de Clientes** fue de Ps. 3,482.6 millones al 31 de diciembre de 2011, comparado con Ps. 1,937.4 millones al 31 de diciembre de 2010. Los Días de Clientes aumentaron 44 días, al pasar de 111 días al 31 de diciembre de 2010 a 155 días al 31 de diciembre de 2011. Este incremento se atribuye a un mayor número de lanzamientos durante la segunda mitad del año tanto en nuestro mercado mexicano como en los internacionales.

**Inventarios** alcanzaron Ps. 1,101.0 millones al 31 de diciembre de 2011, comparado con Ps. 946.7 millones al 31 de diciembre de 2010. Los Días de Inventarios disminuyeron 27 días, al pasar de 188 días al 31 de diciembre de 2010 a 161 días al 31 de diciembre de 2011. Esta disminución se debe principalmente a un fuerte incremento en nuestras ventas internacionales, derivado principalmente de los lanzamientos realizados durante el cuarto trimestre, además de una fuerte base comparativa en el mismo periodo de 2010, cuando los altos inventarios apoyaban el fuerte crecimiento de nuestras operaciones internacionales, especialmente Brasil y Estados Unidos.



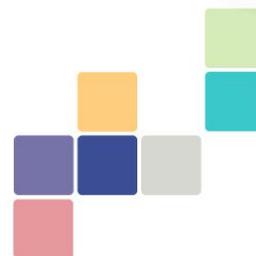
*Proveedores* alcanzaron Ps. 1,262.3 millones al 31 de diciembre de 2011, comparado con Ps. 969.1 millones al 31 de diciembre de 2010. Los Días de Proveedores disminuyeron en 7 días, al pasar de 192 días al 31 de diciembre de 2010 a 185 días al 31 de diciembre de 2011. Esta ligera disminución se debió principalmente al efecto restante de nuestra previa estrategia defensiva de acumular inventarios durante el primer semestre de 2011 para prevenir incrementos de precios por parte de nuestros proveedores. La fuerte acumulación de inventarios en los trimestres pasados permitió a la Compañía reducir la adquisición de productos durante este cuarto trimestre.

*Otros Activos Circulantes* alcanzaron Ps. 506.4 millones al 31 de diciembre de 2011, comparado con Ps. 345.8 millones al 31 de diciembre de 2010. Este aumento se debió principalmente a los pagos hechos por anticipado, así como para soportar el fuerte crecimiento de la Compañía.

*Otros Pasivos Circulantes* alcanzaron Ps. 923.2 millones al 31 de diciembre de 2011, comparado con Ps. 578.6 millones al 31 de diciembre de 2010. Este incremento se atribuye principalmente a la porción de la deuda a corto plazo derivada de las adquisiciones, así como a la publicidad pagada por anticipado y a un incremento en los gastos financieros derivados de la deuda bancaria.

*Préstamos de Instituciones Financieras a Largo Plazo* alcanzaron Ps. 970.0 millones al 31 de diciembre de 2011, lo que no representa un cambio con respecto al trimestre anterior, alcanzando una razón de Deuda a EBITDA (últimos doce meses) de 0.45.

*Ciclo de Conversión de Efectivo* alcanzó 132 días al final de cuarto trimestre del 2011, comparado con 107 días al final del mismo periodo del 2010. Esto representa una mejora de 38 días respecto al tercer trimestre de 2011. Este resultado está en línea con el objetivo de la Compañía de alcanzar 130 días al final de 2011.



### Resumen Operativo

#### Segmentación de Ventas del Cuarto Trimestre

Durante el cuarto trimestre de 2011 los medicamentos de libre venta (“OTC”) representaron el 43.2%<sup>8</sup> de las ventas en México, los productos de cuidado personal representaron el 53.1%<sup>9</sup> y los medicamentos genéricos representaron el 3.7%<sup>10</sup>.

En el cuarto trimestre del 2011 las Ventas Netas de los productos OTC en México disminuyeron 9.3%<sup>8</sup>, comparadas con el mismo periodo de 2010. Durante el cuarto trimestre de 2011 la Compañía lanzó 9 nuevos productos OTC.

Las Ventas Netas de productos de cuidado personal en México incrementaron 62.1%<sup>9</sup> durante el cuarto trimestre de 2011, comparado con el mismo trimestre de 2010. Durante el cuarto trimestre de 2011 la Compañía lanzó 57 nuevos productos de cuidado personal.

Las Ventas Netas de medicamentos genéricos en México fueron de Ps. 80.0<sup>10</sup> millones en el cuarto trimestre del 2011, lo cual representa un aumento de 265.4%, comparado con el mismo periodo del 2010.

(En millones de pesos nominales)

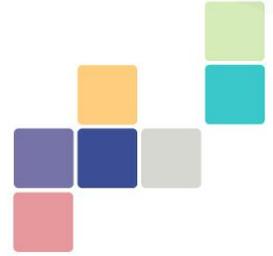
	4to Trimestre					
	OTC	PC	GI*	Total 4T11	Total 4T10	%Var
México	927.0	1,138.7	80.0	2,145.7	1,746.7	22.8
Internacional	55.8	542.8	-	598.6	396.6	50.9
<b>TOTAL</b>	<b>982.8</b>	<b>1,681.5</b>	<b>80.0</b>	<b>2,744.3</b>	<b>2,143.3</b>	<b>28.0</b>

\*GI: Genéricos Intercambiables

<sup>8</sup> Incluye solamente medicamentos de libre venta (OTC) en México.

<sup>9</sup> Incluye solamente productos de cuidado personal en México.

<sup>10</sup> Esta iniciativa es únicamente para México.



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

Durante el 2011 Genomma Lab lanzó 88 productos como extensiones de la **Línea Base** y **Lanzamientos del año anterior**; y 51 nuevos productos bajo 14 **Nuevas Marcas**, entre los que destacan:

*English Lady*, una nueva marca de anti-transpirantes en dos presentaciones, roll-on y body spray. Está formulada para el ritmo actual de la mujer, brindándole una máxima protección contra el mal olor y la transpiración con tres veces más perfume. Contiene feromonas y exclusivas microcápsulas de liberación de fragancia prolongada que ofrecen una sensación de frescura por 48 horas, manteniendo la piel seca y libre de humedad

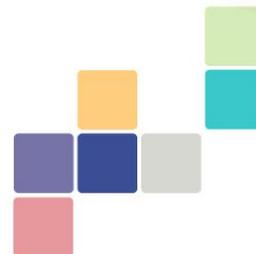
*Pomada de la Campana Tepezcohuitle* es una extensión de línea de nuestra marca *Pomada de la Campana*, la cual fue adquirida en 2011. *Pomada de la Campana Tepezcohuitle* contiene una fragancia innovadora y está adicionada con vitaminas A y E. Protege la piel irritada o con quemaduras leves mientras acelera el proceso de regeneración.

*Zaat Tabletas de Cafeína*, es un producto desarrollado por la Compañía de nuestra nueva marca *Zaat*. Es el primer medicamento a base de cafeína que ayuda a mejorar el estado de alerta mental y a permanecer despierto cuando se experimenta cansancio o fatiga estimulando la resistencia al cansancio y quitando la somnolencia.

### **Otros Eventos Corporativos**

---

- El 21 de diciembre de 2011, la Compañía cerró la adquisición de las marcas Alert<sup>MR</sup> y Nordiko<sup>MR</sup> con Colgate- Palmolive. Las marcas adquiridas tienen un fuerte reconocimiento en la mente del consumidor mexicano. 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.
- Durante el cuarto trimestre, se cambió la estructura organizacional con el fin de optimizar las operaciones de la Compañía:
  - Patricia Faci Villalobos fue nombrada Vicepresidenta Ejecutiva.
  - Renata Herrera Aspra fue nombrada Vicepresidenta de Operaciones.
  - Jose Mariano de la Peña Tschudi fue nombrado Vicepresidente de Operaciones Internacionales, una nueva posición en la Compañía que reforzará nuestras operaciones internacionales y soportará el fuerte crecimiento esperado en los próximos años.



- Genomma Lab fue nombrado “Proveedor del año 2011” de Wal-Mart en el área de farmacias. Este reconocimiento es resultado de las sinergias y el trabajo conjunto entre ambas empresas.

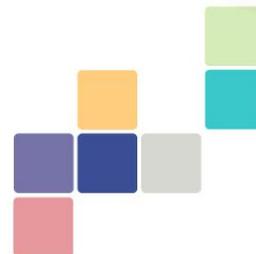
### Descripción de la Compañía

*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.

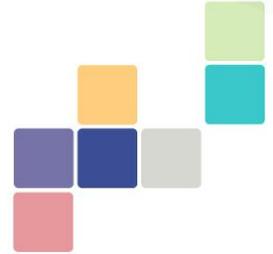


## Estado de Resultados

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

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

	CUARTO TRIMESTRE			DE ENERO A DICIEMBRE		
	2011	2010	VARIACIÓN %	2011	2010	VARIACIÓN %
Ventas Netas	2,744,279	2,143,337	28.0%	8,074,788	6,263,621	28.9%
Costos y gastos:						
Costo de ventas	836,464	638,771	30.9%	2,462,392	1,814,478	35.7%
Gastos de venta, generales y de administración	994,425	774,642	28.4%	3,555,181	2,834,352	25.4%
Total de costos y gastos	1,830,889	1,413,413	29.5%	6,017,573	4,648,830	29.4%
<b>(Pérdida) Utilidad de la operación</b>	<b>913,390</b>	<b>729,924</b>	<b>25.1%</b>	<b>2,057,215</b>	<b>1,614,791</b>	<b>27.4%</b>
Otros (gastos) ingresos - Neto	(38,178)	(5,089)	650.2%	(41,745)	6,932	-702.2%
Resultado integral de financiamiento						
(Gasto) por intereses	(29,688)	(30,619)	-3.0%	(73,706)	(41,692)	76.8%
Ingreso por intereses	11,973	4,485	167.0%	31,280	26,787	16.8%
Ganancia (pérdida) cambiaria	13,608	(4,215)	-422.8%	59,386	(14,244)	-516.9%
Ganancia por posición monetaria	-	(2,527)	-100.0%	-	(10,653)	-100.0%
Efectos de conversión de entidades extranjeras	(1,323)	1,111	-219.1%	-	12,514	-100.0%
	(5,430)	(31,765)	-82.9%	16,960	(27,288)	-162.2%
Resultado de subsidiarias no consolidadas	(214)	(4,891)	-95.6%	342	(19,112)	-101.8%
<b>(Pérdida) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>869,568</b>	<b>688,179</b>	<b>26.4%</b>	<b>2,032,772</b>	<b>1,575,323</b>	<b>29.0%</b>
Impuesto a la utilidad	261,892	217,045	20.7%	616,818	482,365	27.9%
<b>(Pérdida) Utilidad antes de operaciones discontinuadas</b>	<b>607,676</b>	<b>471,134</b>	<b>29.0%</b>	<b>1,415,954</b>	<b>1,092,958</b>	<b>29.6%</b>
Operaciones discontinuadas (pérdidas)	-	-		-	-	
<b>(Pérdida) Utilidad neta consolidada</b>	<b>607,676</b>	<b>471,134</b>	<b>29.0%</b>	<b>1,415,954</b>	<b>1,092,958</b>	<b>29.6%</b>
Pérdida (utilidad) minoritaria	6,179	9,404	-34.3%	19,188	20,393	-5.9%
<b>(Pérdida) Utilidad neta mayoritaria</b>	<b>601,497</b>	<b>461,730</b>	<b>30.3%</b>	<b>1,396,766</b>	<b>1,072,565</b>	<b>30.2%</b>



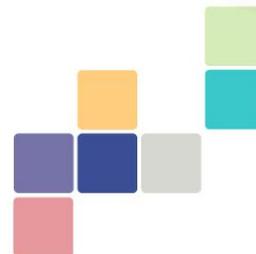
## Balance General

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

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

ACTIVO	2011	2010	VARIACIÓN		SEPTIEMBRE	VARIACIÓN	
	DICIEMBRE	DICIEMBRE	DIC-2010	%	%	SEP-2011	%
<b>Activo Circulante</b>							
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,538,520	1,454,168	84,352	6%	1,775,555	(237,035)	-13%
Fondo de recompra de acciones	-	268	(268)	-100%	13,322	(13,037)	-100%
Cuentas por cobrar - Neto	3,602,915	2,164,884	1,438,031	66%	2,509,219	1,093,696	44%
Inventarios - Neto	1,100,954	903,679	197,275	22%	1,153,336	(52,382)	-5%
Pagos anticipados	333,885	113,268	220,617	195%	157,359	176,526	112%
Cuentas por cobrar - Partes relacionadas	52,245	47,775	4,470	9%	45,794	6,451	14%
Operación discontinuada	-	-	-		3,372	(3,372)	-100%
<b>Total de activo circulante</b>	<b>6,628,519</b>	<b>4,684,042</b>	<b>1,944,477</b>	<b>42%</b>	<b>5,657,957</b>	<b>970,562</b>	<b>17%</b>
<b>Inmuebles, propiedades y equipo - Neto</b>	<b>427,763</b>	<b>424,996</b>	<b>2,767</b>	<b>1%</b>	<b>436,958</b>	<b>(9,195)</b>	<b>-2%</b>
Marcas, patentes y estudios clínicos	1,980,498	563,979	1,416,519	251%	1,755,141	225,357	13%
Inversión en asociada	6,207	5,189	1,018	20%	6,246	(39)	-1%
Impuestos a la utilidad diferidos	7,103	7,024	79	1%	133,872	(126,769)	-95%
Otros activos - Neto	143,882	145,679	(1,797)	-1%	132,840	11,042	8%
	<b>2,137,690</b>	<b>721,871</b>	<b>1,415,819</b>	<b>196%</b>	<b>2,028,099</b>	<b>109,591</b>	<b>5%</b>
<b>Total</b>	<b>9,193,972</b>	<b>5,830,909</b>	<b>3,363,063</b>	<b>58%</b>	<b>8,123,014</b>	<b>1,070,958</b>	<b>13%</b>

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	2011	2010	VARIACIÓN		SEPTIEMBRE	VARIACIÓN	
	Diciembre	Diciembre	Dic-2010	%	%	SEP-2011	%
<b>Pasivo Circulante</b>							
Cuentas por pagar a proveedores	1,262,328	969,099	293,229	30%	833,303	429,025	51%
Otros pasivos circulantes	845,032	433,162	411,870	95%	864,249	(19,217)	-2%
Porción circulante del pasivo a largo plazo	-	-	-		-	-	
Impuesto sobre la renta	57,575	133,745	(76,170)	-57%	223,382	(165,807)	-74%
Participación de los trabajadores en las utilidades	20,585	11,738	8,847	75%	10,120	10,465	103%
Operación discontinuada	-	-	-		4,557	(4,557)	-100%
<b>Total de pasivo circulante</b>	<b>2,185,520</b>	<b>1,547,744</b>	<b>637,776</b>	<b>41%</b>	<b>1,947,808</b>	<b>237,712</b>	<b>12%</b>
<b>Pasivo a Largo Plazo</b>							
Impuestos a la utilidad diferidos	179,934	67,226	112,708	168%	-	179,934	100%
Beneficios a los empleados	17,269	10,003	7,266	73%	13,810	3,459	25%
Acreedores diversos	268,346	94,295	174,051	185%	246,183	22,163	9%
Prestamos de instituciones financieras	970,000	970,000	970,000	100%	970,000	-	
<b>Total del pasivo</b>	<b>3,621,069</b>	<b>1,719,268</b>	<b>1,901,801</b>	<b>111%</b>	<b>3,177,801</b>	<b>443,268</b>	<b>14%</b>
Capital Social	1,931,222	1,931,222	-	-	1,931,222	-	
Utilidades retenidas	2,214,250	2,214,250	-	-	2,214,255	(5)	-0%
Utilidad del ejercicio	1,396,766	-	1,396,766	100%	33,882	1,362,884	94%
Efectos de conversión de entidades extranjeras	65,635	(6,635)	72,270	-1089%	795,269	(729,634)	76%
Fondo de recompra de acciones	(96,476)	(73,898)	(22,578)	31%	33,918	(130,394)	24%
Prima neta en colocación de acciones recompradas	19,612	19,612	-		(82,945)	102,557	-7%
Participación no controladora	41,894	27,090	14,804	55%	-	41,894	
<b>Total del capital contable</b>	<b>5,572,903</b>	<b>4,111,641</b>	<b>1,461,262</b>	<b>36%</b>	<b>4,945,213</b>	<b>647,302</b>	<b>13%</b>
<b>Total</b>	<b>9,193,972</b>	<b>5,830,909</b>	<b>3,363,063</b>	<b>58%</b>	<b>8,123,014</b>	<b>1,070,958</b>	<b>13%</b>



## Flujo de Efectivo

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

Por el año que terminó el 31 de diciembre de 2011  
(En miles de pesos)

	Q4   2011	
	ACUMULADO	TRIMESTRE
<b>Efectivo al inicio del período</b>	<b>1,454,436</b>	<b>1,788,877</b>
<b>Utilidad por operaciones continuas</b>	<b>1,415,954</b>	<b>607,676</b>
Depreciación y amortización	81,944	19,289
Fluctuaciones cambiarias no realizadas	(1,805)	(1,098)
Impuestos a la utilidad	616,818	261,892
Participación en la pérdida de compañía asociada	(342)	214
Utilidad /Pérdida en venta de activo fijo	7,662	2,586
Deterioro de activos de larga duración	3,210	3,210
Intereses a cargo	45,971	17,461
	<b>2,169,412</b>	<b>911,230</b>
<b>Partidas relacionadas con actividades de operación:</b>		
Cuentas por cobrar	(1,759,267)	(1,235,644)
Inventarios	(197,275)	9,398
Otros activos	(134,754)	(50,006)
Cuentas por pagar a proveedores	293,702	429,770
Adquisición de otros pasivos	(282,605)	(166,381)
	<b>(2,080,199)</b>	<b>(1,012,863)</b>
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de operación</b>	<b>89,213</b>	<b>(101,633)</b>
<b>Actividades de inversión:</b>		
Adquisición de inmuebles, propiedades y equipo	(66,199)	(13,812)
Ventas de equipo	-	-
Adquisiciones de marcas	(902,430)	(154,641)
Adquisiciones de Otros activos	(6,084)	11,095
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión</b>	<b>(974,713)</b>	<b>(157,358)</b>
<b>Actividades de financiamiento:</b>		
Préstamos obtenidos de instituciones financieras	970,000	-
Intereses pagados	(28,761)	(11,827)
Recompra de acciones	(41,579)	(15,124)
Venta de acciones	-	-
Interés minoritario	(4,384)	1,795
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento</b>	<b>895,276</b>	<b>(25,156)</b>
<b>Aumento (disminución) neta de efectivo y equivalentes de</b>	<b>9,776</b>	<b>(284,147)</b>
Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio	74,308	33,790
<b>Efectivo acumulado al 31 de diciembre de 2011</b>	<b>1,538,520</b>	<b>1,538,520</b>
Menos fondo de recompra de acciones	-	-
Menos fideicomiso de acciones para empleados	-	-
	<b>1,538,520</b>	<b>1,538,520</b>