



**GENOMMA LAB INTERNACIONAL, S.A.B. DE C.V.**  
**Edificio Samara, Antonio Dovalí Jaime no. 70 Piso 2**  
**Colonia Santa Fe,**  
**Delegación Álvaro Obregón**  
**México D.F. C.P. 01210**  
**México**  
**Tel. +52 (55) 5081 0000**  
**Fax. +52 (55) 5081 0000**  
[www.genommalab.com](http://www.genommalab.com)

Las acciones en circulación de la Compañía son acciones ordinarias, nominativas, Serie "B", sin expresión de valor nominal, con derecho de voto, de libre suscripción, representativas de la parte variable del capital social de Genomma Lab.

**Clave de cotización:**



Dichas acciones se encuentran inscritas en la sección de valores del Registro Nacional de Valores, y son objeto de cotización en la Bolsa Mexicana de Valores.

La inscripción en el Registro Nacional de Valores no implica certificación sobre la bondad de los valores, solvencia de la Emisora o sobre la exactitud o veracidad de la información contenida en este reporte anual, ni convalida los actos que, en su caso, hubieren sido realizados en contravención de las leyes.

**REPORTE ANUAL QUE SE PRESENTA DE ACUERDO CON LAS DISPOSICIONES DE  
CARÁCTER GENERAL APLICABLES A LAS EMISORAS DE VALORES Y A OTROS  
PARTICIPANTES DEL MERCADO POR EL AÑO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE  
2012**

<b>Índice</b>	<b>Página</b>
<b>1) Información General</b>	<b>3</b>
a) Glosario de términos y definiciones	3
b) Resumen ejecutivo	7
c) Factores de riesgo	10
d) Otros Valores	22
e) Cambios significativos a los derechos de valores inscritos en el Registro	22
f) Destino de los fondos	22
g) Documentos de Carácter Público	22
<b>2) La Emisora</b>	<b>23</b>
a) Historia y desarrollo de la Emisora	23
b) Descripción del negocio	26
<i>i. Actividad principal</i>	26
<i>ii. Canales de distribución</i>	39
<i>iii. Patentes, licencias, marcas y contratos</i>	42
<i>iv. Principales clientes</i>	42
<i>v. Legislación aplicable y situación tributaria</i>	43
<i>vi. Recursos humanos</i>	47
<i>vii. Desempeño ambiental</i>	47
<i>viii. Información de mercado</i>	48
<i>ix. Estructura corporativa</i>	50
<i>x. Descripción de sus principales activos</i>	51
<i>xi. Procesos judiciales, administrativos o arbitrales</i>	52
<i>xii. Acciones representativas del capital social</i>	52
<i>xiii. Dividendos</i>	54
c) Eventos subsecuentes	54
<b>3) Información Financiera</b>	<b>55</b>
a) Información financiera seleccionada	55
b) Información financiera por línea de negocio, zona geográfica y ventas de exportación	57
c) Informe de créditos relevantes	58
d) Comentarios y análisis de la administración sobre los resultados de la operación y situación financiera de la emisora	58
<i>i. Resultados de la operación</i>	59
<i>ii. Situación financiera, liquidez y recursos del capital</i>	62
<i>iii. Control interno</i>	65
e) Estimaciones, provisiones o reservas contables críticas	65
<b>4) Administración</b>	<b>66</b>
a) Auditores externos	66
b) Operaciones con personas relacionadas y conflictos de interés	66
c) Administradores y accionistas	66
d) Estatutos sociales y otros convenios	75
<b>5) Mercado Accionario</b>	<b>81</b>
a) Estructura accionaria	81
b) Comportamiento de la acción en el mercado de valores	81
c) Formador de mercado	82
<b>6) Personas Responsables</b>	<b>84</b>
<b>7) Anexos</b>	<b>86</b>

## 1) Información General

### a) Glosario de términos y definiciones

Cuando se utilicen en el presente reporte con la primera letra mayúscula, salvo que el contexto requiera otra cosa, los siguientes términos tendrán los significados respectivos que a continuación se indican, mismos que serán igualmente aplicables al singular o plural de dichos términos:

“Acciones”	Todas y cada una de las acciones representativas del capital social de la Compañía.
“Almacén de Drogas”	Almacén de Drogas, S.A. de C.V.
“Banamex”	Banco Nacional de México S.A. Integrante del Grupo Financiero Banamex
“Bancomer”	Grupo Financiero BBVA Bancomer
“Banco Santander”	Banco Santander México, S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Santander.
“Banco Patagonia”	Banco Patagonia S.A.
“Benavides”	Farmacias Benavides, S.A.B. de C.V.
“Bolsa” o “BMV”	Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V.
“Casa Saba”	Grupo Casa Saba, S.A.B. de C.V.
“Chedraui”	Tiendas Chedraui, S.A. de C.V.
“Circular Única”	Disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 19 de marzo de 2003, conforme las mismas han sido modificadas según Resoluciones publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 7 de octubre de 2003, el 6 de septiembre de 2004, el 22 de septiembre de 2006, el 19 de septiembre de 2008, el 27 de enero de 2009, el 22 de julio de 2009, el 29 de diciembre de 2009, el 10 de diciembre de 2010, el 20 de diciembre de 2010, el 16 de marzo de 2011, el 27 de julio de 2011, el 31 de agosto de 2011, el 28 de diciembre de 2011, el 16 de febrero de 2012 y 12 de octubre de 2012.
“CNBV”	Comisión Nacional Bancaria y de Valores.
“COFECO”	Comisión Federal de Competencia.
“COFEPRIS”	Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios.

“Comercial Mexicana”	Controladora Comercial Mexicana, S.A.B. de C.V.
“dólares”	Moneda de curso legal de los E.U.A.
“EBITDA”	Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización.
“EBITDA Ajustado”	Para las cifras de enero a diciembre de 2012, el EBITDA fue ajustado agregando Ps. 49.1 millones de gastos no recurrentes relacionados con el proceso de Prestige Brands.
“Emisora”, “Genomma Lab” o “Compañía”	Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. cuando el contexto así lo requiera, dichos términos incluirán a las Subsidiarias.
“E.U.A.”	Estados Unidos de América.
“Farmacias del Ahorro”	Comercializadora Farmacéutica de Chiapas, S.A. de C.V.
“Fármacos Nacionales”	Fármacos Nacionales, S.A. de C.V.
“Fragua”, “Farmacias Guadalajara”	Corporativo Fragua, S.A.B. de C.V.
“FDM”	Fundación Para la Dignificación de la Mujer I.A.P
“Genéricos”	Productos farmacéuticos de patente vencida.
“GMPs”	Por sus siglas en inglés, sanas prácticas de manufactura de productos farmacéuticos y para el cuidado personal ( <i>Good Manufacturing Practices</i> ).
“HSBC”	HSBC México S.A. Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero HSBC.
“IFRS”, “NIIFS”	Por sus siglas en inglés, son las Normas Internacionales de Información Financiera. ( <i>International Financial Reporting Standards</i> )
“IMS Health”	IMS Health Incorporated, uno de los proveedores más importantes de información de mercado de las industrias farmacéutica y del cuidado de la salud.
“Indeval”	S.D. Indeval Institución para el Depósito de Valores, S.A. de C.V.
"Internacional"	Referente a las operaciones internacionales de la Compañía durante 2012.
“Lanzamientos del Año Anterior”	Marcas lanzadas durante el año 2011.
“LGSM”	Ley General de Sociedades Mercantiles en vigor.
“LMV”	Ley del Mercado de Valores.

“Línea Base” o “Marca Base”	Marcas lanzadas al menos dos años antes al año 2012.
"Marcas Nuevas"	Marcas lanzadas durante el año 2012.
“Marzam”	Casa Marzam, S.A. de C.V.
“México”	Estados Unidos Mexicanos.
“MMN”	Medicinas y Medicamentos Nacionales, S.A. de C.V.
“NA”	No aplicable.
“Nadro”	Nadro, S.A. de C.V.
“Nexus Capital”	Nexus Capital, S.A. de C.V.
“NIF”	Normas de Información Financiera publicadas por el Centro de Investigación y Desarrollo del Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera, A.C.
“OTC”	Respecto de productos farmacéuticos, por sus siglas en inglés, productos de libre venta, es decir, que pueden adquirirse sin necesidad de receta médica ( <i>over-the-counter</i> ).
“PC”	Productos de cuidado personal.
“Pesos” “pesos” “Ps”	Moneda del curso legal en México
“PIB”	Producto Interno Bruto.
“Prestige Brands”, “Prestige”, “PBH”	Prestige Brands Holding Inc. (NYSE: PBH)
“PROFECO”	Procuraduría Federal del Consumidor.
“Promesa”	Proveedora de Medicamentos, S.A. de C.V.
“Pronamed”	Proveedora Nacional de Medicinas, S.A. de C.V.
“Reporte”	Significa el reporte anual correspondiente al ejercicio social concluido el 31 de diciembre de 2012, que la Emisora puso a disposición de la CNBV, BMV y el público en general el [●] de [●] de 2013 y que puede ser consultado públicamente en la sección “Empresas Emisoras – LAB – Reportes Anuales” en la página <a href="http://www.bmv.com.mx">http://www.bmv.com.mx</a>
“RNV”	Registro Nacional de Valores.
“Sanborns”	Sanborn’s Hermanos, S.A.

“SEDI”	Sistema Electrónico de Envío y Difusión de Información de la Bolsa para la transmisión de información que debe presentarse a la Bolsa.
“SIFIC”	Sistema de Información Financiera y Contable de las Emisoras de la Bolsa.
“SKU”	Productos (Stock Keeping Units).
“Soriana”	Organización Soriana, S.A.B. de C.V.
“Subsidiarias”	Cualquier sociedad respecto de la cual la Emisora sea propietaria de la mayoría de las acciones representativas de su capital social o respecto de la cual la Emisora tenga el derecho de designar a la mayoría de los miembros del Consejo de Administración o a su administrador único.
“TIIE”	Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio que publica el Banco de México en el Diario Oficial de la Federación.
“UBS”	UBS Casa de Bolsa, S.A. de C.V., UBS Grupo Financiero.
“Wal-Mart”	Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V.

## b) Resumen ejecutivo

Genomma Lab es una de las empresas de mayor crecimiento en la industria de productos farmacéuticos OTC, medicamentos genéricos y productos para el cuidado personal en México, y cuenta con una presencia en más de 15 países a nivel internacional. Conforme a la información proporcionada por IMS Health, Genomma Lab es la compañía que registra mayores ventas en la industria de productos farmacéuticos OTC en México. La Compañía 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, conforme a lo señalado en la tabla siguiente. Genomma Lab ha incrementado significativamente sus Ventas Netas y rentabilidad a través de la combinación de un efectivo proceso de desarrollo de nuevos productos, mercadotecnia dirigida al cliente, una amplia red de distribución de productos y un modelo de operación altamente flexible y de bajo costo. Durante 2012, Genomma Lab registró Ventas Netas y EBITDA Ajustado de \$9,799.7 millones de pesos y \$2,607.6 millones de pesos, respectivamente. De 2006 a 2011, las Ventas Netas de Genomma Lab se incrementaron a una tasa anual compuesta de 39%.

Genomma Lab ofrece más de 700 productos en diferentes categorías con altos índices de crecimiento, incluyendo productos anti-acné, crema para mejorar la textura de piel con cicatrices, shampoos, jabones, desodorantes, productos para evitar la caída del cabello, ungüento para dolores musculares, tratamientos anti-micóticos, para el alivio de la colitis, para contrarrestar el nivel de estrés, anti-arrugas, antiácidos, anti-úlceras, antigripales, para la protección y mejora sexual, la remoción de verrugas, tratamientos contra las hemorroides, contra várices, de osteoartritis, medicamentos oftálmicos, lociones, productos para el colesterol, medicamentos genéricos entre otros. De acuerdo con IMS Health, el mercado de OTC en México creció a una tasa compuesta de 2007 a 2012 de 5.4%, mientras nuestras ventas en dicho sector aumentaron a una tasa compuesta de 25.0% en el mismo periodo. Así mismo, el mercado de cuidado personal creció a una tasa compuesta de 2007 a 2012 de 6.7% y las ventas de nuestros productos PC crecieron a una tasa compuesta de 37.3%.

Los productos de Genomma Lab se comercializan tanto en México como internacionalmente a través de 91 marcas activas diferentes, las cuales se encuentran disponibles al público en todo el territorio nacional y son adquiridos por consumidores de todos los niveles socioeconómicos. Algunas de las marcas más vendidas de Genomma Lab se encuentran posicionadas en los primeros lugares, en términos de participación de mercado, dentro de la categoría de producto o segmento de industria en la que compiten, como se señala en la siguiente tabla. Un total de 165 productos son comercializados bajo estas marcas.

Marca	Categoría de Producto	% de Participación en la Categoría <sup>(1)</sup>	Posición en la Categoría <sup>(2)</sup>	Ventas (millones de pesos) <sup>(3)</sup>	% de Ventas Totales en 2012 <sup>(4)</sup>
Asepxia	Anti-acné <sup>(5)</sup>	65%	1	1,192.7	12.2%
Cicatricure	Desvanecimiento de Cicatrices	75%	1	975.2	10.0%
Goicochea	Tratamiento para Várices	49%	1	421.6	4.6%
Tio Nacho	Cuidado del Cabello	NA	NA	339.8	3.5%
Vanart	Cuidado del Cabello	NA	NA	331.4B	3.4%

\* NA en esta tabla, significa que información respecto al mercado no está disponible en IMS Health.

(1) Porcentaje de participación en la categoría en México, en términos de ventas en 2012. Fuente: IMS Health.

(2) Posición de la marca dentro de la categoría de producto a la que pertenece en México al 31 de diciembre de 2012. Fuente: IMS Health.

(3) Ventas por marca, las cuales representaron el 33.3% de las ventas totales de Genomma Lab en 2012.

(4) Porcentaje que resulta de dividir las ventas por marca dividido por las ventas totales en 2012.

(5) La categoría anti-acné conforme a la cual se calculó la participación de mercado de Asepxia, corresponde a la suma de todos los mercados correspondientes a todos los tratamientos orales y tópicos, según reportado por IMS Health. La determinación de la participación en el mercado de Asepxia resulta de la suma de las ventas en cada categoría, según reportado por IMS Health.

Bajo la marca Primer Nivel Por Tu Salud se comercializaron 120 productos durante 2012, mismos que representaron ventas por \$204.5 millones de pesos, es decir, el 5.1% del mercado. Algunas de las categorías terapéuticas que se comercializan por medio de esta marca son: antirreumáticos no

esteroides, analgésicos no narcóticos-antipiréticos, anti ulcerosos, cefalosporinas, inhibidores ECA, flouquinolonas, penicilinas de amplio y mediano espectro, macrólidos, expectorantes, antimicóticos y antihistamínicos.

Genomma Lab cuenta con los recursos internos necesarios para el desarrollo de sus productos y marcas, mismos que le brindan fuertes perspectivas de crecimiento, sin que requiera necesariamente llevar a cabo adquisiciones para lograr dicho crecimiento. Los tres principales productos de la Compañía a diciembre de 2012 fueron desarrollos internos. Genomma Lab se ha concentrado en incrementar el valor de las marcas de sus productos a través de campañas publicitarias dirigidas e innovadoras desarrolladas internamente, en sus propias instalaciones de producción de anuncios comerciales, que le permiten alcanzar una base de clientes diversa y con altos niveles de lealtad. Una de las principales estrategias de mercadotecnia de Genomma Lab consiste en informar a los consumidores respecto de las condiciones médicas que son tratadas con sus productos y resaltar las características distintivas y eficacia de los mismos.

Genomma Lab tiene presencia en todo el territorio nacional y distribuye sus productos a través de una plataforma diversificada, con diferentes canales de distribución que incluyen distribuidores de productos farmacéuticos, cadenas de farmacias nacionales, tiendas de autoservicio, tiendas de conveniencia, clubes de precios y tiendas departamentales. En México, esta diversificación de sus canales de distribución le ha permitido contar con alrededor de 43,000 puntos de venta en México y con más de 104,000 en sus operaciones internacionales. Genomma Lab busca continuamente nuevas oportunidades para incrementar su red de distribución, creciendo conjuntamente con sus clientes y distribuidores actuales, y participando en nuevos canales, los cuales espera le brinden oportunidades adicionales para incrementar sus ventas en el futuro.

#### Resumen de información financiera

La siguiente información financiera presenta un resumen de los estados financieros consolidados de Genomma Lab, preparados conforme a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF o IFRS por sus siglas en inglés) para el periodo que se indica más adelante. Dicha información fue seleccionada y obtenida de los estados financieros consolidados auditados de Genomma Lab, incluyendo los estados de resultados y los balances generales de Genomma Lab para cada uno de los ejercicios concluidos el 31 de diciembre de 2012, 2011 y 2010, y las notas a los mismos, que forman parte de este Reporte. La información que se señala a continuación debe leerse conjuntamente con la sección "*Información Financiera - Comentarios y análisis de la administración sobre los resultados de la operación y situación financiera de la emisora*" y con los estados financieros consolidados de la Compañía que forman parte integrante de este Reporte. Para cumplir con las disposiciones establecidas por la CNBV, la Compañía adoptó a partir del 1 de enero de 2012, de forma retrospectiva, el marco contable establecido en las IFRS para la preparación de sus estados financieros. Asimismo, debido a la adopción de las IFRS, se ajustaron cifras del 2011 con el fin de tener una base comparable, por lo que hay variaciones respecto a las cifras reportadas originalmente.



Años concluidos el 31 de diciembre de

	2012	2011	2010
(en miles de pesos, excepto acciones e información por acción)			
<b>Estado de Resultados:</b>			
Ventas Netas	9,799,690	8,056,318	6,254,380
Costo de ventas	3,062,130	2,466,135	1,812,388
Gastos de venta, generales y de administración	4,245,037	3,569,821	2,846,330
Otros ingresos (gastos), neto	-402	-19,742	21,747
Utilidad de operación	2,492,121	2,000,620	1,617,409
Resultado integral de financiamiento	-168,120	18,215	-834
Participación en las utilidades de compañía asociada	-1,310	342	-19,112
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	2,322,691	2,019,177	1,597,463
Impuestos a la utilidad	716,723	612,740	489,006
Utilidad neta consolidada	1,605,968	1,406,437	1,108,457
Participación controladora	1,564,936	1,387,249	1,088,064
Participación no controladora	41,032	19,188	20,393
Promedio ponderado de acciones en circulación	1,048,415,780	1,052,529,900	1,052,666,686
Utilidad por acción controladora	1.49	1.32	1.01

Años concluidos el 31 de diciembre de

	2012	2011	2010
(en miles de pesos)			
<b>Balance General:</b>			
Efectivo y equivalentes de efectivo	917,166	1,538,520	1,454,437
Capital de trabajo <sup>(1)</sup>	5,585,764	4,442,998	3,160,206
Activos totales	12,992,590	9,132,239	6,963,304
Préstamos con instituciones financieras	3,458,896	970,000	0
Capital contable	7,018,824	5,544,335	4,092,641

Años concluidos el 31 de diciembre de

	2012	2011	2010
(en miles de pesos)			
<b>Otra información financiera:</b>			
EBITDA <sup>(2)</sup>			
Utilidad neta consolidada	1,605,968	1,406,437	1,108,457
Impuestos a la utilidad	716,723	612,740	489,006
Resultado integral de financiamiento	-168,120	18,215	-834
Participación en las utilidades (pérdidas) de compañía asociada	-1,310	342	-19,112
Depreciación y amortización	66,346	81,944	78,493
<b>EBITDA</b>	<b>2,558,467</b>	<b>2,082,564</b>	<b>1,695,902</b>
Gastos no-recurrentes	49,138	0	0

(1) El capital de trabajo se calcula restando los pasivos de corto plazo de los activos de corto plazo.  
 (2) EBITDA ajustado, por sus siglas en inglés, representa utilidad (pérdidas), participación de compañía asociada y depreciación y amortización. El EBITDA no deberá considerarse como una alternativa de los ingresos netos, como indicador del desempeño operativo de la Compañía, ni como un indicador de liquidez derivado de los flujos de capital provenientes de las actividades operativas de la Compañía. El equipo administrativo de la Compañía considera que EBITDA representa un indicador útil respecto del desempeño de la Compañía, que a su vez es comúnmente utilizado por inversionistas y analistas para evaluar a la Compañía y compararla con otras empresas. Sin embargo, respecto de dichas comparaciones, los inversionistas deberán considerar que EBITDA no está definida ni reconocida como un indicador financiero conforme a las IFRS y podrá ser calculado con fórmulas diferentes por otras compañías.

(3) Para las cifras de enero a diciembre de 2012, el EBITDA fue ajustado agregando Ps. 49.1 millones de gastos no recurrentes relacionados con el proceso de Prestige Brands.

### Resumen del comportamiento de la Acción en el mercado de valores

Las Acciones de Genomma Lab cotizan en la BMV bajo el símbolo de cotización LAB.B. Durante 2012, Genomma Lab continuó siendo parte del Índice de Precios y Cotizaciones (IPC) y es una de las compañías más bursátiles en México.

#### **c) Factores de riesgo**

Una inversión en las Acciones involucra riesgos. Los inversionistas deben analizar y considerar los siguientes factores de riesgo, así como la demás información incluida en este Reporte, antes de tomar la decisión de invertir en Acciones de la Compañía. Cualquiera de los factores de riesgo que se mencionan a continuación podría afectar de forma significativa los negocios, situación financiera o los resultados operativos de la Compañía. En tal supuesto, los inversionistas podrían perder la totalidad o parte de su inversión. Los factores de riesgo que se mencionan a continuación son los que actualmente podrían afectar a la Compañía. La Compañía podría enfrentar factores de riesgo desconocidos o que actualmente no se consideran importantes, mismos que podrían afectar de forma negativa y significativa las operaciones de la Compañía.

Para efectos de esta sección del Reporte, cuando se señale que un riesgo tendrá o podría llegar a causar un efecto adverso en la Compañía, significa que el riesgo podría ocasionar un efecto desfavorable en los negocios, situación financiera, liquidez, resultado de operaciones de la Compañía o en el valor de las Acciones.

### Factores de riesgo relacionados con los negocios de la Compañía

***La Compañía enfrenta competencia significativa en los mercados de productos farmacéuticos OTC, medicamentos genéricos y productos para el cuidado personal.***

Los mercados de productos farmacéuticos OTC, medicamentos genéricos y productos para el cuidado personal son altamente competitivos y se caracterizan por el constante lanzamiento de nuevos productos. Asimismo, el universo de productos que integra el mercado de productos farmacéuticos OTC se incrementa día con día como resultado de la reclasificación de medicamentos cuya venta sólo puede realizarse con receta médica, a productos farmacéuticos OTC. La mayoría de los lanzamientos de nuevos productos farmacéuticos y la puesta en venta como productos OTC de productos que anteriormente requerían de receta médica para su venta, está acompañada por material publicitario y promocional. De igual manera, el constante vencimiento de patentes permite que el mercado de medicamentos genéricos mantenga un crecimiento año con año, por ejemplo, para el año 2012 el crecimiento del mercado de genéricos fue de 31.6%. En general, los lanzamientos pueden afectar de forma adversa el negocio de la Compañía, especialmente porque ésta compite en categorías en las que la venta de los productos de que se trate se ve altamente influida por la publicidad y las promociones.

Los competidores de la Compañía incluyen a grandes empresas de productos farmacéuticos OTC tales como Bayer AG, Sanofi-Aventis, S.A., Boehringer Ingelheim, SP Chc, Procter & Gamble, Bms Sm, Pfizer Novartis AG, Nestlé, Pisa, Wyeth Consumo y sus respectivas subsidiarias y afiliadas, así como compañías de productos de consumo como Colgate-Palmolive de México, S.A. de C.V., Procter & Gamble de México, S.A. de C.V., Jafra Cosmetics International, S.A. de C.V., Pond's de México, S.A. de C.V., Avon Cosmetics, S.A. de C.V., Cosbel, S.A. de C.V., House of Fuller, S.A. de C.V. y sus respectivas subsidiarias y afiliadas, entre otras, muchas de las cuales tienen mayores recursos económicos que la Compañía. En el mercado de genéricos intercambiables los competidores incluyen a Kener, Maver, Medley, Laboratorios Pisa, Protein- apotex, Psicofarma, Química y Farmacia, Serral Ultra, entre otros, sin considerar que existen compañías con puntos de venta específicos. En general, todos los competidores podrían encontrarse en mejor situación para invertir mayores recursos en investigación, desarrollo y publicidad, implementación de políticas de precios; utilizar su mayor poder de compra, establecer relaciones más fuertes con sus distribuidores y desarrollar canales de distribución más amplios como puntos de venta. De igual forma, los competidores de Genomma Lab suelen ser agresivos y destinar grandes cantidades de recursos a promoción y publicidad como estrategia para incrementar su participación en el mercado, a expensa de sus competidores, incluyendo la Compañía. Las categorías de marca propia y de genéricos han incrementado la competencia en diversos mercados donde están posicionados los productos de la Compañía. Si la Compañía llegara a encontrarse imposibilitada para lanzar productos nuevos e innovadores que sean atractivos para los consumidores, o para destinar recursos suficientes para promover sus productos y lograr aceptación en el mercado, la Compañía no estaría en posibilidad de competir eficazmente, y sus resultados operativos y financieros se verían afectados.

Así mismo, la lealtad del consumidor es relativamente alta en relación con los productos farmacéuticos OTC y para el cuidado personal y, consecuentemente, los nuevos productos de la Compañía podrían no tener una respuesta positiva si los mismos carecen de diferenciación en sus funciones terapéuticas respecto de los de sus competidores. Si bien la Compañía lleva a cabo inversiones significativas en estrategias para diferenciar sus productos de los de la competencia (como en el empaque y publicidad), existe la posibilidad de que los consumidores continúen usando los productos de la competencia en lugar de los de la Compañía, aun cuando ésta considere que los suyos son superiores.

***Todos los productos de la Compañía son fabricados por proveedores externos, lo cual limita el control de Genomma Lab en el proceso de fabricación y, consecuentemente, podría originar variaciones en la calidad del producto o retrasos para cumplir con los pedidos de sus clientes, y esto podría resultar en responsabilidad a cargo de Genomma Lab o en la interposición de acciones legales en contra de la Compañía o sus fabricantes, o el retiro de sus productos del mercado.***

La Compañía depende de diversos fabricantes para entregar productos de alta calidad, para que éstos cumplan con todas las especificaciones de Genomma Lab y los requisitos regulatorios aplicables, para cumplir con los tiempos de entrega de los productos y para que sean competitivos en términos de precio. Si los fabricantes de la Compañía entregan productos defectuosos o que de cualquier forma no cumplan

con las especificaciones de control de calidad de Genomma Lab o con los requisitos regulatorios aplicables, podrían incrementarse los índices de defectos y de devoluciones de la Compañía, y ésta y sus fabricantes podrían incurrir en responsabilidad frente a sus clientes o los consumidores finales, y quedar sujetos a acciones legales, además de que la credibilidad y reputación de los productos de la Compañía se verían afectadas.

Adicionalmente, la Compañía importa diversos productos e insumos de un número limitado de fabricantes o proveedores ubicados en Hong Kong, Estados Unidos, Colombia, Israel, Honduras, Malasia, Corea del Sur, Alemania, China, Italia y Francia. Los productos importados han dado lugar a preocupaciones por lo que se refiere a su cumplimiento con requisitos regulatorios. Si los productos importados no cumplen o pareciera que no cumplen con los requisitos establecidos en la regulación mexicana, podría prohibirse su entrada al país y, en caso de que ya estuvieran en territorio mexicano, podrían ser retirados del mercado y esto podría dar lugar al inicio de acciones legales en contra de los fabricantes y distribuidores de los mismos.

Por otro lado, si los fabricantes o proveedores contratados por la Compañía no cumplen con los requisitos de entrega o dejaren de hacer negocios con la Compañía por cualquier causa (incluyendo, por ejemplo, la insolvencia o quiebra de cualquier proveedor), la Compañía podría incumplir con los tiempos de entrega a sus distribuidores y clientes, lo que a su vez causaría que dichos clientes cancelen pedidos, se nieguen a aceptar entregas de productos, exijan un menor precio o reduzcan el volumen de los pedidos siguientes. En caso de que Genomma Lab registre inventarios insuficientes para suministrar productos a sus clientes, las ventas podrían disminuir significativamente y el negocio de la Compañía se vería afectado. Asimismo, si los fabricantes o proveedores de la Compañía no pudieren entregar a tiempo los productos o no pudieren continuar fabricando los mismos, ésta tendría que buscar otros proveedores de sus productos, lo que implicaría identificar y certificar nuevos fabricantes. La Compañía podría no identificar o certificar en corto tiempo a los fabricantes de productos existentes o nuevos, y dichos fabricantes podrían no cumplir con los requisitos de la Compañía. Adicionalmente, identificar fabricantes y proveedores alternativos con tiempos de entrega insuficientes podría comprometer los objetivos de producción requeridos, lo cual podría resultar en gastos de producción adicionales, retraso en la producción, la producción de productos de baja calidad o la pérdida de ventaja competitiva o posicionamiento en el mercado. Las consecuencias de no asegurar, a tiempo y de forma adecuada, la fabricación y suministro de mercancía, causarían un impacto negativo en los inventarios, en las ventas y en los márgenes brutos, y finalmente en los resultados operativos de la Compañía. Ver el siguiente factor de riesgo *“-El negocio de la Compañía está regulado por numerosas leyes mexicanas, tanto federales como locales y por autoridades gubernamentales extranjeras, por lo que la Compañía incurre permanentemente en elevados costos relacionados con el cumplimiento de dicha legislación, y está sujeta al riesgo de incumplimiento a la misma.”*

Adicionalmente, los actuales fabricantes y proveedores de la Compañía podrían incrementar los costos de los productos que la Compañía les compra. Si los fabricantes y proveedores incrementaran sus precios, los costos de venta de Genomma Lab se incrementarían y los márgenes se verían afectados si no se trasladan estos incrementos en costos a sus clientes o consumidores.

***El negocio de la Compañía está regulado por numerosas leyes mexicanas, tanto federales como locales y por autoridades gubernamentales extranjeras, por lo que la Compañía incurre permanentemente en elevados costos relacionados con el cumplimiento de dichas legislaciones, y está sujeta al riesgo de incumplimiento a la misma.***

La producción, distribución, procesamiento, formulación, empaque y publicidad de los productos de la Compañía están sujetos a diversas y complejas leyes mexicanas, tanto federales como locales, y leyes extranjeras. El cumplimiento con dichas regulaciones resulta oneroso e implica altos costos para la Compañía. Las autoridades competentes tienen facultades para modificar las regulaciones y otros requisitos que afectan o limitan el negocio de la Compañía. Las leyes y reglamentos que afectan el negocio de la Compañía continuamente son objeto de revisión y cambios, y cualquiera de dichos cambios podría tener en el futuro un impacto en la rentabilidad de Genomma Lab. El cumplimiento de las regulaciones antes señaladas podría ser aún más oneroso y representar un costo más alto y, en consecuencia, afectar negativamente el negocio y la situación financiera de la Compañía.

La COFEPRIS es la autoridad encargada de regular la seguridad, producción, etiquetado y distribución de los productos farmacéuticos OTC, medicamentos genéricos y productos para el cuidado personal, y tiene facultades para regular la publicidad de dichos productos, incluyendo materiales impresos, televisados, espectaculares, etcétera. Específicamente, la COFEPRIS verifica que toda la información divulgada al consumidor sea adecuada, no engañosa y de fácil comprensión para el público y, en el caso de productos farmacéuticos OTC, consistente con la información aprobada por la Secretaría de Salud respecto de alguna medicina en particular. Todas las campañas publicitarias de la Compañía relacionadas con productos farmacéuticos OTC requieren de la autorización de la COFEPRIS; los productos para el cuidado personal requieren de dar un aviso a COFEPRIS antes de lanzar la campaña publicitaria. Adicionalmente, los productos farmacéuticos y para el cuidado personal deben cumplir con ciertos requisitos de etiquetamiento emitidos por la COFEPRIS, así como con otros requisitos establecidos en normas oficiales mexicanas.

Por otro lado, la Compañía está sujeta al cumplimiento de las normas expedidas por la PROFECO, que en muchos casos son distintas de las normas expedidas por la COFEPRIS, lo cual resta certeza a la Compañía en relación con el cumplimiento de dichas normas.

De conformidad con las normas expedidas por la COFEPRIS, los procesos de fabricación de los productos de la Compañía deben cumplir también con las GMPs. La COFEPRIS realiza inspecciones periódicas en las instalaciones de la Compañía así como en las de sus fabricantes y proveedores para verificar el cumplimiento de las GMPs.

Si la Compañía no cumple con las leyes mexicanas, federales o locales, o con las leyes extranjeras, la Compañía podría ser obligada a:

- Suspender producción.
- Modificar las fórmulas de sus productos.
- Suspender la venta de los productos que no cumplan con las especificaciones aplicables.
- Preparar y presentar una nueva solicitud de registro, licencia o aviso sanitario, según corresponda.
- Cambiar la etiqueta, empaque o publicidad del producto en cuestión.
- Empezar cualquier otra acción para subsanar el incumplimiento de que se trate.

En ciertos casos, el incumplimiento de las regulaciones aplicables podría resultar en la imposición de sanciones pecuniarias en contra de la Compañía, o en la pérdida de sus licencias sanitarias, lo que dificultaría la fabricación de los productos registrados de la Compañía en tanto dichas licencias no se obtengan de nueva cuenta. Cualquiera de las consecuencias anteriormente señaladas podría afectar adversa y sustancialmente los resultados financieros de la Compañía.

En virtud de que la COFEPRIS debe autorizar previamente las campañas publicitarias de los productos de la Compañía en medios de comunicación, cualquier retraso en la obtención de dicha autorización podría resultar en la inadecuada promoción de los productos de la Compañía y podría resultar en una disminución de las ventas proyectadas debido a que la capacidad de la Compañía de reaccionar a la tendencia de los consumidores se vería afectada.

***Cambios en la legislación y regulación podrían tener un efecto adverso en la venta de los productos clave de la Compañía y en el mercado.***

De conformidad con las reformas al Reglamento de Insumos para la Salud, mismas que entraron en vigor en febrero de 2005, el registro en México de los medicamentos de venta controlada, los productos farmacéuticos OTC y medicamentos genéricos se renovó ante la COFEPRIS antes de febrero de 2010 y, subsecuentemente, deberá ser renovado cada cinco años. Si el registro de cualquiera de los productos

clave de la Compañía no se renovara, las ventas y rentabilidad se verían afectadas. A la fecha estos registros han sido renovados de acuerdo a sus vencimientos en tiempo y forma.

***La Compañía no puede estimar con precisión el tiempo que tardaría en obtener las autorizaciones correspondientes de parte de cualquier entidad gubernamental.***

La Compañía no puede estimar con precisión el tiempo que tardaría en obtener la aprobación o autorización de cualquier entidad gubernamental respecto de los cambios en los registros de sus productos. Cualquier retraso en la obtención de la aprobación o autorización de nuevos o actuales productos podría tener un impacto adverso en la mercadotecnia de la Compañía, en la reputación de sus marcas y en su participación de mercado, al mismo tiempo que permitiría a los competidores de la Compañía atender la demanda no satisfecha de los consumidores.

***La Compañía está sujeta a los riesgos inherentes de tener operaciones en el extranjero.***

Actualmente la Compañía opera, y se espera que en el futuro opere, en regiones y países en donde cuenta con poca o ninguna experiencia, por lo que podría no tener éxito en la comercialización de sus productos en dichos mercados o en el desarrollo de nuevos productos para su venta en los mismos. Asimismo, la Compañía podría enfrentarse a otros riesgos inherentes a hacer negocios en el extranjero, incluyendo:

- Cambios inesperados en los requisitos establecidos en las leyes y reglamentos aplicables.
- Requisitos legales o regulatorios onerosos.
- Fluctuaciones del tipo de cambio, lo que podría causar fluctuaciones en los precios de los productos de la Compañía en mercados extranjeros o en los costos de las materias primas adquiridas.
- Retrasos derivados de la dificultad de obtener licencias de exportación u otras restricciones para hacer negocios internacionalmente.
- Aranceles, ciclos de pago más largos, mayor dificultad en la cobranza de cuentas por cobrar y la posibilidad de enfrentar un tratamiento impositivo desfavorable.
- Potenciales restricciones en materia de comercio exterior.
- Dificultades en relación con la protección de los derechos de propiedad intelectual e industrial de la Compañía.
- Cambios en el tipo de cambio de las monedas con las que opera la Compañía.

Adicionalmente, la Compañía está sujeta a riesgos geopolíticos generales en los países extranjeros en donde opera, como inestabilidad política y económica, y cambios en las relaciones diplomáticas y comerciales, lo que podría afectar los niveles de inventario de los clientes de la Compañía y el poder adquisitivo de los consumidores en dichos países, lo que a su vez originaría variaciones en los resultados de la Compañía y una disminución en el valor de las Acciones.

Debido al alcance limitado de las operaciones internacionales de la Compañía, ésta no ha celebrado hasta ahora ninguna operación de cobertura cambiaria para protegerse del riesgo de fluctuaciones en el tipo de cambio, y la Compañía no considera que celebrará dichas operaciones de cobertura en el futuro cercano.

***Los productos de la Compañía podrían no cumplir con las regulaciones aplicables de los países a los que actualmente se exportan dichos productos.***

La Compañía actualmente tiene operaciones y exporta sus productos a 15 países, los cuales tienen regulaciones diferentes en relación con dichos productos. Cualquier cambio en las leyes, reglamentos e interpretaciones de dichas leyes o reglamentos podría alterar el entorno en el que la Compañía maneja sus negocios en cada país. Esto incluye cambios a, entre otros, leyes y reglamentos en materia de cuidado de la salud, farmacéutica y de protección al consumidor, así como cambios en los estándares de contabilidad y políticas impositivas. Si la Compañía incumpliere con las leyes o reglamentos aplicables, ésta podría enfrentar acciones legales, incluyendo multas o sanciones que afectarían negativamente los resultados en sus operaciones internacionales. La eventual imposibilidad de la Compañía para manejar los asuntos legales, regulatorios y fiscales (incluyendo responsabilidad derivada de la venta de los productos, y asuntos relacionados con derechos de propiedad intelectual e industrial) y para resolver asuntos pendientes, primordialmente relacionados con el registro gubernamental de los productos que, para su venta, así lo requieran conforme a la regulación actual, podría afectar significativamente los negocios internacionales de la Compañía.

***Las ventas de la Compañía dependen en gran medida de ciertos clientes significativos y no existen compromisos de compra a largo plazo con dichos clientes.***

Para reducir el riesgo del crédito con sus clientes, la Compañía periódicamente analiza la situación financiera de los mismos, aunque no se les requiere que otorguen garantías específicas de cumplimiento. Como es usual en la industria, Genomma Lab no opera a través de contratos de suministro a largo plazo con sus clientes, sino mediante órdenes de compra. El negocio de la Compañía se vería afectado de forma significativa si ésta perdiera a cualquiera de sus clientes significativos o si el negocio con cualquiera de dichos clientes disminuyera, y si la Compañía no fuere capaz de encontrar otros clientes comparables que los sustituyan.

***Los gastos en publicidad de la Compañía podrían no tener como resultado el incremento de las Ventas Netas o no generar los niveles deseados de recordación de marca y producto, y la Compañía podría no ser capaz de incrementar las Ventas Netas al mismo ritmo del incremento en los gastos de publicidad.***

El crecimiento futuro y la rentabilidad de Genomma Lab dependerán en parte de la efectividad y eficacia en los gastos de publicidad, incluyendo la capacidad de la Compañía para:

- crear mayor recordación de sus productos y marcas;
- determinar los mensajes apropiados y la mezcla idónea de medios de comunicación a los que se destinarán las inversiones futuras en materia de publicidad; y
- manejar efectivamente los costos de publicidad, incluyendo costos de creatividad y medios de comunicación, para mantener costos aceptables en relación con las ventas y márgenes operativos.

El crecimiento de las ventas de la Compañía depende de las estrategias de medios, y si ésta no logra lanzar campañas para incentivar a sus consumidores, las ventas de la Compañía podrían caer significativamente y los márgenes se verían afectados.

***La imposibilidad de renegociar exitosamente los principales acuerdos de publicidad puede afectar negativamente los resultados operativos y la situación financiera de la Compañía.***

La estrategia de medios de la Compañía es altamente dependiente de la transmisión de publicidad por televisión en México. Actualmente, la televisión abierta en México es dominada por dos teledifusoras: Televisa y TV Azteca. Generalmente, los acuerdos de publicidad con dichas difusoras se renegocian cada año. En caso de que la Compañía no sea capaz de comprar tiempo aire para publicidad en televisión con las empresas que conforman dichas teledifusoras en los términos y a precios, cuando menos, igual de favorables que los actuales, la capacidad de la Compañía para comercializar sus productos se vería afectada, lo cual causaría un impacto en los resultados operativos y la situación financiera de la misma.

***Si la reputación de las principales marcas de la Compañía se viera afectada, Genomma Lab sufriría un impacto significativo en sus resultados financieros.***

El éxito financiero de la Compañía depende directamente de sus marcas. El éxito de dichas marcas podría verse afectado si los planes de mercadotecnia o las iniciativas de producto no tienen el impacto deseado en la imagen de las marcas o en su capacidad de atraer y retener clientes. Adicionalmente, los resultados de la Compañía podrían verse afectados si cualquiera de las marcas principales sufriera un daño importante en su reputación como resultado de problemas de calidad reales o aparentes.

Así mismo, los productos farmacéuticos OTC y medicamentos genéricos podrían dar origen a incertidumbre inesperada en materia de seguridad o eficacia, sea científicamente justificada o no, lo que podría resultar en el incremento de regulaciones, retiro de productos del mercado, disminución en ventas, así como acciones de responsabilidad, y cualquiera de las cuestiones anteriores podría tener un efecto material adverso en el negocio de la Compañía o en los resultados de sus operaciones. En caso de que se determine que cualquiera de los productos de la Compañía es defectuoso o incumple con las especificaciones correspondientes, la Compañía y sus distribuidores podrían exponerse a acciones legales. Ver el factor de riesgo “- *El negocio de la Compañía está regulado por numerosas leyes mexicanas, tanto federales como locales y por autoridades gubernamentales extranjeras, por lo que la Compañía incurre permanentemente en elevados costos relacionados con el cumplimiento de dicha legislación, y está sujeta al riesgo de incumplimiento a la misma*”.

Cualquier daño prolongado o significativo en la confianza de los clientes o consumidores de la Compañía respecto de la reputación, seguridad o efectividad de sus marcas o productos podría tener un efecto sustancial adverso en los resultados operativos y financieros de la Compañía.

***Las reclamaciones en contra de la Compañía, incluyendo las efectuadas por los consumidores ante PROFECO, podrían afectar el negocio de Genomma Lab.***

Las prácticas de mercadeo, promoción y fijación de precios relacionadas con la venta de los productos de Genomma Lab están sujetas a una regulación extensa. Las reclamaciones presentadas en contra de la Compañía conforme a la regulación anterior podrían tener como resultado gastos excesivos a cargo de ésta. Adicionalmente, podría exigírsele el pago por daños y perjuicios causados por alguno de sus productos. La Compañía ha estado y en el futuro podría estar sujeta a reclamaciones relativas a sus productos. Las reclamaciones en contra de Genomma Lab podrían estar basadas en que, entre otros, los productos de la Compañía contienen contaminantes, la publicidad y el etiquetado de los productos inducen al error o son falsos, que los productos incluyen instrucciones inadecuadas o que los productos no establecen adecuadamente las advertencias de los efectos secundarios o de su interacción con otras sustancias. Adicionalmente, las reclamaciones en contra de la Compañía relativas a sus productos podrían tener como resultado publicidad negativa que podría afectar sustancialmente las ventas de Genomma Lab. Además, si alguno de los productos resultara ser defectuoso, la Compañía podría verse obligada a retirarlo del mercado, lo que resultaría en gastos sustanciales, publicidad adversa y una afectación negativa de las ventas y rentabilidad. Las potenciales reclamaciones podrían exceder el monto de cobertura de los seguros de la Compañía o podrían quedar excluidas de dicha cobertura en términos de las pólizas correspondientes, lo que podría afectar su situación financiera.

Por otro lado, Genomma Lab ha estado y en el futuro podría estar sujeta a demandas en relación con los productos de la Compañía presentadas por consumidores ante la PROFECO, argumentando, entre otros, que sus productos no producen los efectos deseados. Si bien la Compañía trata de resolver amigablemente las demandas que se presentan ante PROFECO, no es posible asegurar que PROFECO no incrementará sus actividades de supervisión respecto de los productos de la Compañía o que cualquier demanda futura en relación con dichos productos no resultará en publicidad negativa y menores ventas.

Por último, como resultado del riesgo de las demandas antes mencionadas, Genomma Lab podría verse obligada a pagar mayores primas de seguro y a aceptar mayores deducibles a efecto de mantener un adecuado nivel de cobertura en el futuro con el fin de reducir los impactos en los resultados de la misma.



***El éxito de la Compañía depende de su capacidad de anticipar y responder a tiempo a las expectativas cambiantes de los consumidores.***

El éxito de la Compañía depende en gran medida del atractivo de sus productos para un amplio espectro de clientes cuyas preferencias no pueden ser anticipadas con certeza y que están sujetas a cambios. En caso de que los productos actuales de la Compañía no cumplan con las expectativas de los clientes, las ventas podrían disminuir. Adicionalmente, el crecimiento de Genomma Lab depende de su capacidad de desarrollar nuevos productos mediante la ampliación de sus líneas actuales y a través de modificaciones a los productos existentes, lo cual implica diversos riesgos. La Compañía podría no tener la capacidad de identificar con precisión las preferencias de sus clientes y traducir sus conocimientos en productos con aceptación entre los consumidores o integrar satisfactoriamente estos nuevos productos a su actual plataforma de productos u operaciones. La Compañía podría sufrir las consecuencias de un aumento en los gastos de desarrollo de productos, mercadotecnia y publicidad, y que dichos costos adicionales no sean posteriormente cubiertos por un nivel de ventas suficiente, lo cual podría afectar negativamente los márgenes de la Compañía. Además, el desarrollo de productos podría llegar a desviar la atención de los principales funcionarios de la Compañía de otros asuntos del negocio, y esto podría repercutir adversamente en las ventas de sus productos existentes. Adicionalmente, aun cuando los productos nuevos sean desarrollados dentro de los tiempos previstos, dichos productos nuevos podrían no contribuir favorablemente a los resultados de las operaciones de la Compañía.

***Si la Compañía no es capaz de retener a sus ejecutivos clave y demás personal, así como llevar a cabo la contratación adicional de ejecutivos y personal, podría no estar en posibilidad de ejecutar sus estrategias de negocio y su crecimiento podría verse afectado.***

El éxito de la Compañía depende en gran medida del desempeño de los funcionarios de la empresa y de otros empleados clave, así como de su capacidad de contratar ejecutivos de alto nivel altamente calificados y demás personal clave. Las operaciones futuras de la Compañía podrían verse afectadas si alguno de sus altos ejecutivos o personal clave dejara de prestar sus servicios. La competencia en el mercado para reclutar ejecutivos de alto nivel es intensa y la Compañía no puede asegurar que será capaz de retener al personal actual o de atraer a personal calificado adicional. La pérdida de un alto ejecutivo de la Compañía se traduciría en que los demás ejecutivos de la misma desviarían su atención de forma inmediata para llevar a cabo las funciones de ese ejecutivo y para buscar un reemplazo. La incapacidad de Genomma Lab para cubrir a tiempo las vacantes de los cargos de alto nivel podría afectar su capacidad para implementar estrategias de negocios, lo que causaría daños en el negocio y en el resultado de las operaciones de la Compañía.

***Debido al sistema centralizado de distribución de la Compañía, cualquier interrupción en el mismo podría impedir que la Compañía cumpla con la demanda de sus clientes, lo cual podría afectar las ventas y rentabilidad de Genomma Lab.***

La Compañía administra la distribución de sus productos en México a través de un centro de distribución ubicado en el Estado de México. Un desastre natural o cualquier otra catástrofe, tal como incendio, inundación, tormenta, robo, ataque terrorista u otro evento similar podría causar retrasos o interrupciones en la distribución de productos, así como pérdidas de inventarios, lo que podría causar que la Compañía se vea imposibilitada para cumplir puntualmente, o en su totalidad, los pedidos de sus clientes. En caso de que un sismo, incendio, desastre natural u otro evento catastrófico causen la destrucción de una parte significativa de cualquier centro de distribución o interrumpa las operaciones de la Compañía por un amplio periodo, las Ventas Netas y los resultados operativos de la Compañía se verían afectados.

***Parte de los negocios de Genomma Lab se llevan a cabo en inmuebles arrendados, y la Compañía no puede asegurar que los mismos seguirán a su disposición en los términos actuales.***

La Compañía lleva a cabo parte de sus negocios en propiedades arrendadas, incluyendo su centro de distribución y foros de grabación. Sin embargo, adquirió sus propias oficinas corporativas en la zona de Santa Fe en el poniente del Distrito Federal, con la finalidad de cumplir con las necesidades de sus empleados en virtud del crecimiento que se ha tenido en los últimos años. Las instalaciones incluyen 6,000 m<sup>2</sup> y tuvieron un costo de \$ 11.25 millones de dólares.

La Compañía no puede asegurar que los contratos de arrendamiento vigentes no serán terminados de forma anticipada, ya sea por casos fortuitos o causas de fuerza mayor, una controversia entre cualquier tercero y el correspondiente arrendador relacionada con la propiedad del inmueble respectivo, el incumplimiento por parte de la Compañía o del arrendador a los términos y condiciones del respectivo contrato de arrendamiento o cualquier otra circunstancia que estorbe o impida el uso y ocupación del inmueble. En caso de que uno o más de los contratos de arrendamiento celebrados por Genomma Lab fueren terminados anticipadamente de forma imprevista, las operaciones de la Compañía se verían afectadas, lo que le impediría entregar sus productos a sus clientes y/o producir las campañas publicitarias en sus instalaciones, y/o causaría un efecto material adverso en los resultados operativos de la Compañía. Asimismo, Genomma Lab no puede asegurar que, en caso de terminación de uno o más contratos de arrendamiento, la Compañía podrá encontrar un inmueble disponible equivalente para ser ocupado de forma inmediata, a un precio y términos similares a aquéllos del contrato terminado.

***La estrategia de la Compañía de acelerar su crecimiento por la vía de adquisiciones está sujeta a riesgos y podría no ser exitosa.***

Parte de la estrategia de crecimiento de la Compañía es su capacidad para llevar a cabo adquisiciones exitosamente, lo cual conlleva numerosos riesgos, incluyendo, sin limitar:

- La imposibilidad de identificar con precisión a compañías, productos y marcas susceptibles de ser adquiridos.
- Encontrar dificultades en la integración de la administración, operaciones, tecnologías y procesos de producción de las empresas o productos adquiridos.
- La desviación de la atención de la administración de los demás asuntos del negocio.
- Incurrir en altos niveles de deuda adicional.

Cualesquiera adquisiciones futuras o potenciales podrían tener como consecuencia el incremento sustancial de los costos de la Compañía, la afectación de sus operaciones, o un efecto sustancial adverso en sus resultados operativos.

***Si la Compañía no es capaz de proteger sus derechos de propiedad intelectual e industrial, su capacidad de competir eficazmente en el mercado podría sufrir un impacto negativo.***

La imposibilidad de la Compañía de obtener o mantener la protección adecuada de sus derechos de propiedad intelectual e industrial, cualquiera que fuere la causa, podría tener un efecto negativo en el negocio, los resultados operativos y la situación financiera de la Compañía. Adicionalmente, Genomma Lab no puede asegurar que sus derechos de propiedad intelectual e industrial tendrán el mismo grado de protección en México que en otros países.

La existencia de un mercado para los productos de la Compañía depende en gran medida de la imagen y reputación asociadas a sus marcas y nombres comerciales. Las marcas y nombres comerciales de los productos de la Compañía son el vehículo a través del cual la Compañía comunica que dichos productos son “*productos de marca*”, y por lo mismo la Compañía considera que sus clientes atribuyen cierto valor a dichas marcas. Genomma Lab es titular de las principales marcas y nombres comerciales que son usados para el empaque y etiquetado, mercadotecnia y venta de los productos más importantes de la Compañía. La titularidad de sus marcas evita que puedan ser utilizadas por los competidores de la Compañía y nuevos participantes del mercado. Por lo anterior, la protección de las marcas y nombres comerciales es primordial en el negocio de la Compañía. Si bien la mayoría de las marcas se encuentran registradas en México y en los países en los que tiene operaciones actualmente, la Compañía podría no tener éxito en mantener la protección de sus marcas y nombres comerciales. Cualquier tercero podría violar los derechos de propiedad intelectual e industrial de la Compañía, lo que podría causar una disminución en el valor de las marcas. En caso de que Genomma Lab perdiera los derechos exclusivos sobre sus marcas y nombres comerciales, o el valor de los mismos disminuyere, o si sus competidores

llegaren a introducir al mercado marcas que pudieren causar confusión con las marcas de la Compañía, el valor que los clientes atribuyen a las marcas de la Compañía podría verse afectado, lo cual podría, a su vez, tener un efecto sustancial adverso en sus ventas y resultados operativos. Cualquier violación a los derechos de propiedad intelectual o industrial de la Compañía podría tener como resultado que ésta destine tiempo y recursos sustanciales a la defensa y protección de tales derechos mediante litigio o de cualquier otra forma, lo cual podría causar un efecto sustancial adverso en los negocios, resultados operativos o en la situación financiera de la Compañía. Genomma Lab no puede asegurar que tendrá los recursos para hacer valer sus derechos de propiedad intelectual o que será exitosa en la defensa de los mismos.

La Compañía enfrenta el riesgo de que se presenten demandas de terceros en su contra por violación de derechos de propiedad intelectual o industrial. La defensa de la Compañía de cualquier demanda por violación a derechos de propiedad intelectual o industrial, incluyendo aquéllas infundadas, podría ser costosa y durar demasiado tiempo, lo que podría causar que la Compañía (i) deje de fabricar, licenciar, o usar productos que incorporen los derechos de propiedad intelectual o industrial en disputa; (ii) rediseñe, lleve a cabo la reingeniería y asigne nuevas marcas a los productos o empaques, de ser esto posible; (iii) desvíe la atención y recursos de los principales ejecutivos de la Compañía; o (iv) tuviera que celebrar, de ser posible, contratos de licencia para obtener el derecho a usar la propiedad intelectual o industrial de los terceros de que se trate. La incapacidad de la Compañía de explotar las marcas sujetas a reclamaciones podría causar un impacto sustancial adverso en las ventas y en los resultados operativos de la Compañía.

***Si la Compañía no es capaz de administrar de forma eficaz el crecimiento de la misma, la liquidez y rentabilidad se verían afectadas.***

La Compañía ha crecido rápidamente, y las Ventas Netas se han incrementado de \$8,056.3 millones de pesos durante el año terminado el 31 de diciembre de 2011, a \$9,799.7 millones de pesos durante el año terminado el 31 de diciembre de 2012, lo cual representa un crecimiento del 21.6%. El crecimiento de la Compañía ha presionado, y se espera que continúe haciendo presión sobre el equipo de administración, los sistemas de información y otros recursos de la Compañía. Para administrar eficazmente su crecimiento, la Compañía deberá:

- Continuar con su política de mejorar sus sistemas operativos, financieros y de administración, incluyendo la administración de su centro de distribución y los sistemas de control de inventarios.
- Mantener y mejorar sus controles internos, y sus controles y procedimientos de divulgación.
- Aumentar, capacitar y llevar un mejor control de sus recursos humanos.

Genomma Lab podría no ser capaz de administrar eficazmente su expansión en una o más de estas áreas, y dicha incapacidad podría afectar de forma significativa el negocio, los prospectos de negocios, la situación financiera o los resultados operativos. El rápido crecimiento de la Compañía implica que ésta no pueda predecir adecuadamente los gastos que serán necesarios en el futuro. Si la Compañía no efectúa las inversiones necesarias para su crecimiento futuro, no podrá implementar su estrategia de crecimiento, y sus prospectos de negocio y resultados operativos se verían afectados adversamente.

Los sistemas de información de la Compañía podrían ser insuficientes debido al crecimiento de la misma y por lo tanto volverse ineficientes para dar soporte a una organización de mayor tamaño con operaciones de mayor escala. Lo anterior afectaría las evaluaciones e indicadores clave de las operaciones de la Compañía y, por lo tanto, las decisiones estratégicas de la administración.

***El crecimiento en ventas de la Compañía podría generar reducciones en los niveles de liquidez.***

El crecimiento en ventas y el consecuente incremento en inventarios para satisfacer la demanda de los clientes generan requerimientos de capital de trabajo que disminuyen la liquidez de la Compañía. No existe la certeza de que la Compañía contará en el mediano y largo plazo con el financiamiento adecuado para cubrir las necesidades incrementales de capital de trabajo que se deriven de sus operaciones.

***La incapacidad de Genomma Lab en sostener su crecimiento o rentabilidad podría impedir el éxito futuro de la Compañía y su capacidad de llevar a cabo inversiones.***

La capacidad de la Compañía de operar exitosamente depende en gran medida de la capacidad de lograr el crecimiento de sus negocios sin afectar la rentabilidad de la misma. La Compañía podría no ser capaz de sostener su crecimiento o rentabilidad trimestral o anualmente en el futuro. El crecimiento y la rentabilidad futura de la Genomma Lab dependerán de diversos factores, incluyendo:

- El nivel de competencia en la industria de los productos farmacéuticos OTC y para el cuidado personal.
- La capacidad de llevar a cabo exitosamente sus iniciativas estratégicas y su estrategia de crecimiento.
- La capacidad de vender sus productos eficazmente a través de diversos canales de distribución en volúmenes crecientes sin afectar su estructura de costos y sus gastos en medios de comunicación.
- La capacidad de mejorar continuamente sus productos a efecto de ofrecer nuevos y mejores beneficios a sus clientes, así como productos de mejor calidad y más efectivos.
- La capacidad de mantener la producción y entrega eficiente, en tiempo y a bajo costo de sus productos.
- La eficiencia y efectividad de su fuerza de ventas y actividades publicitarias para reforzar la recordación de marca de sus productos, a efecto de incrementar el tráfico en los diversos canales de distribución e incrementar las ventas.
- Su capacidad de identificar y responder eficazmente a las nuevas tendencias y requerimientos de los clientes en los mercados en los que la Compañía participa.
- Su capacidad de mantener e intensificar la conexión emocional de los consumidores con la marca general "Genomma Lab" y con sus demás marcas.
- El nivel y severidad de las leyes y reglamentos aplicables, y los costos de cumplimiento a las mismas.
- El nivel de aceptación de los productos por parte de los consumidores.
- Las condiciones económicas generales y la confianza del consumidor.

La Compañía podría no tener éxito en la implementación de su estrategia de crecimiento y, aún en caso de lograrlo, podría no ser capaz de mantener su rentabilidad. La incapacidad de ejecutar cualquier parte sustantiva del plan estratégico de crecimiento de la Compañía podría afectar significativamente sus resultados operativos y su capacidad de realizar inversiones en sus negocios.

***La Compañía tiene planeado expandir su catálogo de productos a través del desarrollo interno de nuevos productos o por la vía de adquisición de otras marcas. La Compañía no puede asegurar que tendrá éxito respecto a las ventas y mercadotecnia de cualesquiera productos que desarrolle internamente o que estén vinculados a las marcas que adquiera.***

La estrategia de negocio de la Compañía contempla la expansión continua de su catálogo de marcas mediante el desarrollo interno de nuevos productos o la adquisición de otras marcas. Sin embargo, Genomma Lab podría no tener éxito en desarrollar nuevos productos internamente o encontrar marcas adecuadas susceptibles de ser adquiridas. Aun cuando ésta sea capaz de desarrollar nuevos productos o identifique marcas susceptibles de ser adquiridas, podría no tener éxito en la mercadotecnia y venta de dichos productos.

#### Factores de riesgo relacionados con México

#### ***Condiciones económicas adversas en México que pueden afectar negativamente la situación financiera y los resultados operativos de la Compañía.***

Genomma Lab es una empresa mexicana y gran parte de sus operaciones son llevadas a cabo en México y dependen del desempeño de la economía mexicana. Como resultado de lo anterior, el negocio, situación financiera, y los resultados operativos de la Compañía podrían verse afectados por las condiciones generales de la economía de México, la devaluación del peso respecto del dólar, inestabilidad de precios, inflación, tasas de interés, variaciones en los precios del petróleo, regulaciones, impuestos, inestabilidad social y otros acontecimientos políticos, sociales y económicos en/o relacionados con México, sobre los cuales la Compañía no tiene control alguno. En el pasado, México ha experimentado periodos de condiciones económicas adversas así como periodos en los que se han deteriorado las condiciones económicas, y dichas circunstancias han tenido un impacto negativo en la Compañía. No es posible predecir que las condiciones anteriormente señaladas no se repetirán o que dichas condiciones, de repetirse, no tendrán un efecto sustancial adverso sobre el negocio, la situación financiera o los resultados de las operaciones de la Compañía.

Cualquier disminución en la tasa de crecimiento de la economía mexicana, la disminución del producto interno bruto y/o incrementos en la inflación o en las tasas de interés podrían tener como resultado una menor demanda de los productos de Genomma Lab, una disminución en los precios reales de sus productos o un cambio de estrategia hacia productos de menores márgenes. Debido a que un alto porcentaje de los costos y gastos de la Compañía son fijos, puede darse el caso de que ésta no pueda reducir sus costos y gastos en el supuesto de que ocurriera cualquiera de los eventos antes mencionados, lo que podría afectar negativamente los márgenes de utilidad de la Compañía.

#### ***Una severa devaluación o depreciación del peso podría afectar adversamente la situación financiera y los resultados operativos de la Compañía.***

El Banco de México interviene en el mercado cambiario, de tiempo en tiempo, para minimizar la volatilidad y fomentar la operación ordenada de los mercados. El Banco de México y el gobierno mexicano también han promovido mecanismos de mercado para estabilizar el tipo de cambio y para proveer liquidez al mercado de divisas, tales como el uso de contratos de derivados extra-bursátiles y contratos de futuros listados en el Chicago Mercantile Exchange. No obstante lo anterior, en el pasado el peso mexicano ha estado sujeto a fluctuaciones significativas respecto del dólar, y en el futuro podría seguir sujeto a dichas fluctuaciones.

Una severa devaluación o depreciación del peso podría resultar en una desestabilización de los mercados cambiarios internacionales, lo que podría limitar la capacidad de la Compañía y de sus subsidiarias para convertir pesos a dólares u otras divisas y tener un efecto adverso en la situación financiera, resultados operativos y flujos de efectivo en periodos futuros.

Asimismo, una severa devaluación o depreciación del peso podría tener como resultado la intervención del gobierno, tal y como ha ocurrido en México y en otros países en el pasado. Si bien el gobierno mexicano actualmente no está restringiendo el derecho o capacidad de personas físicas o morales, ya sea de nacionalidad mexicana o extranjera, para convertir pesos a dólares o para transferir otras divisas al extranjero, el gobierno mexicano podría establecer políticas restrictivas de controles de cambios en el futuro. En consecuencia, las fluctuaciones en el valor del peso respecto al dólar podrían tener un efecto adverso en la situación financiera de la Compañía.

***Los acontecimientos políticos en México podrían afectar sustancial y adversamente la política económica y, consecuentemente, las operaciones de la Compañía.***

El gobierno mexicano ejerce una influencia significativa sobre varios aspectos de la economía mexicana. Las acciones que ejerce el gobierno mexicano en torno a la economía y a la regulación de ciertas industrias podrían tener un impacto significativo en el sector privado mexicano en general, así como en las condiciones de mercado y precios de valores emitidos por emisoras mexicanas.

Las elecciones presidenciales y legislativas federales se llevaron a cabo el pasado 1 de julio de 2012. Como consecuencia del cambio de gobierno derivado de los resultados electorales correspondientes existe la posibilidad de que se presenten reformas legales significativas que sean necesarias y/o indispensables para el mayor crecimiento y desarrollo del país. La Compañía no puede asegurar que los acontecimientos políticos en México, sobre los que no tiene control, no tengan un efecto adverso en la situación financiera, en los resultados operativos de la Compañía, o bien en el precio de mercado de las Acciones.

***Los acontecimientos en otros países podrían afectar de forma adversa la economía mexicana y los resultados operativos de la Compañía.***

La economía mexicana puede, en diferentes grados, verse afectada por las condiciones económicas y de mercado de otros países. Aunque las condiciones económicas en otros países pueden diferir significativamente de las condiciones económicas en México, las reacciones de los inversionistas a acontecimientos negativos en otros países pueden tener un efecto adverso en el valor de mercado de los valores emitidos por empresas mexicanas. Algunos de los problemas que han presentado algunos de los países que forman la zona Euro pueden tener un efecto negativo en el valor de mercado de los valores emitidos por empresas mexicanas. La Compañía no puede asegurar que acontecimientos en otros países no tendrían un efecto adverso en sus negocios, situación financiera y resultados operativo.

**d) Otros Valores**

A la fecha del presente Reporte las acciones representativas del capital social de la Emisora que se encuentran inscritas en el RNV son el único valor emitido por la Emisora e inscrito en el RNV o listado en otros mercados.

**e) Cambios significativos a los derechos de valores inscritos en el Registro.**

Desde la fecha de inscripción de las Acciones en el RNV a la fecha del presente Reporte, la Compañía no ha aprobado modificación significativa alguna a los derechos de las Acciones.

**f) Destino de los fondos.**

Al 31 de diciembre de 2012 los fondos fueron utilizados para ser aplicados a capital de trabajo de la empresa, a inversiones de capital y a mejoras en equipo e instalaciones. A la fecha de este Reporte parte de los recursos también han sido aplicados a la adquisición de marcas, como se detalla más adelante en este Reporte.

**g) Documentos de Carácter Público.**

Este Reporte fue entregado a la BMV y a la CNBV, conforme a lo establecido en la LMV y la Circular Única.

Este Reporte, así como los estados financieros consolidados y auditados de la Emisora al cierre de cada ejercicio, están a disposición del gran público inversionista a través de la página de Internet de la BMV, <http://www.bmv.com.mx>, o en sus oficinas ubicadas en Paseo de la Reforma No. 255, Colonia Cuauhtémoc, C.P. 06500, México, Distrito Federal, así como en la página de Internet de Genomma Lab, <http://www.genommalab.com/inversionistas>.

A solicitud de cualquier accionista, se proporcionará copia de los documentos antes mencionados mediante escrito dirigido al área de relación inversionistas de la Emisora, en las oficinas corporativas ubicadas en el Corporativo Samara, Antonio Dovalí Jaime No. 70 Piso 2, Colonia Santa Fe, Delegación Álvaro Obregón, C.P. 01210, México, Distrito Federal, al teléfono + (52) 55 5081-0000, o a la dirección de correo electrónico [inversion@genommalab.com](mailto:inversion@genommalab.com).

## **2) La Emisora**

### **a) Historia y desarrollo de la Emisora**

Genomma Lab se constituyó bajo la denominación social Producciones Infovisión, S.A. de C.V., mediante escritura pública número 28,206 de fecha 30 de octubre de 1996, otorgada ante el Lic. Roberto Antonio Rafael Ordóñez Chávez, titular de la Notaría número 80 del Distrito Federal, cuyo primer testimonio de la escritura pública anterior quedó inscrito en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio del Distrito Federal el 18 de diciembre de 1996, bajo el folio mercantil número 216,606.

Por resolución de la asamblea general extraordinaria de accionistas celebrada el día 31 de marzo de 2008, la Compañía modificó su denominación social a Genomma Lab Internacional, S.A. de C.V. Dicha asamblea quedó protocolizada mediante escritura pública número 30,822 de fecha 04 de abril de 2008, otorgada ante el Lic. Héctor Manuel Cárdenas Villarreal, titular de la Notaría número 201 del Distrito Federal, cuyo primer testimonio quedó inscrito en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio del Distrito Federal, el día 12 de junio de 2008 bajo el folio mercantil número 216606.

Por resolución de la asamblea general ordinaria y extraordinaria de accionistas celebrada el día 21 de mayo de 2008, la Compañía adoptó el régimen de sociedad anónima bursátil, por lo que la denominación social de la Compañía es, actualmente, Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. Como resultado de la reforma de estatutos sociales de la Compañía aprobada en la asamblea general ordinaria y extraordinaria de accionistas mencionada, la duración de la Compañía es indefinida. La Asamblea antes mencionada quedó protocolizada mediante escritura pública número 31,371 de fecha 11 de junio de 2008, otorgada ante el Lic. Héctor Manuel Cárdenas Villarreal, titular de la Notaría 201 del Distrito Federal, cuyo primer testimonio quedó inscrito en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio del Distrito Federal, el día 16 de junio de 2008 bajo el folio mercantil número 216606.

El día 22 de abril de 2010, se aprobó mediante la asamblea general ordinaria de accionistas de la Emisora la cancelación de 2,866,000 Acciones ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, Serie "B", representativas del capital variable de la Emisora que se encontraban en el fondo de recompra de Acciones propias de la Emisora y que de acuerdo a su valor teórico equivalen a \$10.4 millones de pesos, representando apenas el 0.54% de su capital social. Asimismo, se aprobó la división (*split*) de las Acciones representativas del capital social de la Emisora, mediante la emisión, canje y entrega a los accionistas de 2 Acciones ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, Serie "B", representativas del capital social de la Emisora, por cada acción de que sean titulares. Como resultado de lo anterior, la Compañía llevó a cabo todos los trámites necesarios conforme a la Ley del Mercado de Valores, la Circular Única y el Reglamento Interior de la BMV. para obtener de la CNBV la actualización de la inscripción de las Acciones representativas del capital social de la Emisora en el RNV como resultado de la cancelación de las Acciones propias recompradas y la división (*split*) de las Acciones representativas del capital social.

Por resolución de la asamblea general anual ordinaria de accionistas celebrada el día 24 de marzo de 2011, la Compañía realizó una compulsión a sus estatutos sociales. Dicha asamblea quedó protocolizada mediante escritura pública número 38,654 de fecha 14 de abril de 2011, otorgada ante el Lic. Héctor Manuel Cárdenas Villarreal, titular de la Notaría 201 del Distrito Federal, cuyo primer testimonio quedó inscrito en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio del Distrito Federal, el día 12 de mayo de 2011 bajo el folio mercantil número 216606.

Las oficinas principales de la Compañía están en el Corporativo Samara, ubicado en Antonio Dovalí Jaime No. 70, Piso 2, Colonia Santa Fe, Delegación Álvaro Obregón, C.P. 01210, en México, Distrito Federal. El teléfono de las oficinas principales de la Compañía es + (52) 55 5081 0000.

La Emisora utiliza el nombre comercial de "Genomma Lab" para identificarse en el mercado.

A partir de su constitución en 1996, Genomma Lab fue una empresa de publicidad directa al consumidor con capacidad de producción interna de infomerciales por televisión.

En 1997 Genomma Lab reestructuró sus operaciones a efecto de concentrar sus actividades publicitarias y de mercadotecnia en productos de belleza y comenzó a desarrollar sus propios productos.

En 1999 Genomma Lab inició un proceso para dejar atrás la producción de infomerciales y comenzar a desarrollar una plataforma vertical para el desarrollo de productos y publicidad de los mismos, y establecer una red de distribuidores y mayoristas con la finalidad de colocar sus productos en puntos de venta estratégicos. Asimismo, Genomma Lab extendió las categorías de sus productos para incluir productos farmacéuticos OTC. Como parte de la estrategia para expandir su red de distribución, en 2003, Genomma Lab comenzó a vender sus productos a mayoristas farmacéuticos. En 2004 ZN Mexico II, L.P., un fondo de inversión operado por Nexxus Capital, un administrador de fondos de inversión de capital privado mexicano, adquirió el 30% del capital social de Genomma Lab. Como resultado de la relación estratégica con Nexxus Capital, Genomma Lab modificó su estructura organizacional en 2006 y complementó su equipo administrativo con la contratación de funcionarios con amplia experiencia en empresas farmacéuticas y de productos para el cuidado personal. Cabe señalar que a la fecha Nexxus Capital no cuenta con participación en el capital social de Genomma Lab.

Para fortalecer las operaciones de la Compañía, en 2006, Distribuidora Ybarra, S.A. de C.V., una sociedad dedicada a la distribución de productos alimenticios, se fusionó con Genomma Lab, subsistiendo Genomma Lab como sociedad fusionante.

En el 2007, Genomma Lab expandió su portafolio de productos a través del desarrollo de nuevas marcas y extensiones de línea, así como la adquisición de seis marcas nuevas (Bengué, Dermoprada, Herprada, Jabón del Tío Nacho, Ma Evans y Skin Spa), lo cual representó la expansión de su portafolio a nuevas áreas consideradas como oportunidades estratégicas.

Durante 2008, la Compañía adquirió la marca Unigastrozol, alcanzando durante el año 50 lanzamientos adicionales a su portafolio de productos.

El 18 de junio de 2008 Genomma Lab llevó a cabo una Oferta Pública Inicial mixta de acciones en la Bolsa y una oferta privada en el extranjero con el objeto de obtener recursos para seguir adelante con su estrategia de expansión. La clave de pizarra es "LAB", Serie "B".

Durante 2009, la Compañía adquirió las acciones de Medicinas y Medicamentos Nacionales, S.A. de C.V. (anteriormente denominada Medicinas y Medicamentos Nacionales, S.A.P.I. de C.V.) e Iniciativas de Éxito, S.A. de C. V. (anteriormente denominada TNSP O, S.A. de C.V.), y constituyó la sociedad mexicana Aero Lab, S.A. de C.V. Asimismo, constituyó las siguientes sociedades en el extranjero: Genomma Laboratories Do Brasil, LTDA, Genomma Lab USA, Inc., y Lab Brands Internacional, LLC. Durante 2009, la Compañía aportó 49% del capital social de Televisa Consumer Products USA, LLC, sociedad constituida en los Estados Unidos de América.



En el año de 2009 la Compañía adquirió las marcas Jockey Club, Flor de Naranja, Henna Egipcia, Teatrical y, a través de la compra de MMN, la marca Por tu Salud; adicionalmente, adquirió los derechos licenciatarios de QG5 y Sanborns para productos de uso cosmético. También se incorporaron en el año 25 productos como extensiones de la Línea Base y Lanzamientos del Año Anterior y 14 productos bajo 12 Marcas Nuevas incrementando su participación en las categorías y mercados en los que participa e iniciando su participación en los mercados y categorías en las que no participaba, como el mercado de medicamentos genéricos.

En el año 2010 la Compañía adquirió las marcas Micotex, Ossart (cremas y talcos antimicóticos), Nasalub (lubricantes nasales), English Leather (productos de cuidado personal masculino) y Santé (shampoo). Además, se obtuvo la licencia de uso de marca para Devlyn (medicamentos oftálmicos). Durante 2010 se lanzaron 107 productos bajo 21 marcas existentes como parte de la estrategia para fortalecer las marcas a través de extensiones de línea, asimismo se lanzaron 16 productos bajo nueve marcas nuevas. Con estos lanzamientos la Compañía ingresa y fortalece su presencia principalmente en los mercados de medicamentos oftálmicos, anestésicos, anti-inflamatorios, productos para diabéticos y lubricantes nasales. Por otro lado, durante este mismo año se hicieron los relanzamientos de las marcas adquiridas durante 2009. Después del mejoramiento de su fórmula e imagen, y de la creación de una nueva campaña publicitaria, se lanzaron 52 productos de cuidado personal bajo las marcas Flor de Naranja, Teatrical, Henna Egipcia y Jockey Club.

También en 2010, se inician operaciones en Brasil y Estados Unidos, lo que permitió a Genomma Lab tener presencia en 14 países fuera de México.

Durante 2011, Genomma Lab adquirió Vanart (shampoo), Pomada de la Campana (pomada medicinal), Affair (tinte para el cabello), Galaflex (shampoo profesional) y tres marcas de Colgate Palmolive<sup>MR</sup>: Nórdiko (jabón de tocador), Alert (shampoo) y Wildroot (gel para el cabello), con lo cual dicha compañía se sumó a la red de proveedores de la Compañía. También, durante 2011 se lanzaron 88 productos como extensiones de línea de marcas existentes y 51 productos bajo 14 marcas nuevas.

El 29 de marzo de 2012, la Compañía aprobó la adquisición, directa o indirectamente, de hasta la totalidad de las acciones en circulación representativas del capital social de Prestige Brands Holding, Inc., a un precio en efectivo de \$16.60 dólares por acción. Dada la solidez financiera de la Sociedad, se logró la obtención del compromiso de financiamiento de aproximadamente \$2,200 millones de dólares, sujeto a las condiciones habituales para financiar la operación.

Sin embargo, los asesores de Prestige notificaron a los asesores de la Compañía que Prestige iniciaría conversaciones solamente si ésta hiciera un aumento significativo en el precio de compra, pero sin permitir a la Sociedad realizar el más elemental “due diligence” y, adicionalmente, Prestige anunció el pago de nuevos y adicionales bonos discrecionales a ciertos ejecutivos de Prestige.

Debido a lo anterior y al continuo rechazo de Prestige a la propuesta de la Compañía y a la falta de interés para iniciar discusiones con la Sociedad para ofrecer a los accionistas de Prestige un precio justo y apropiado por sus acciones, el 3 de mayo de 2012 la Sociedad resolvió retirar su propuesta para adquirir las acciones representativas del capital social de Prestige.

Durante 2012, en México, se adquirió un paquete de marcas de productos de cuidado personal, que incluye las marcas “Fermodyl”, “Altiva”, “Zan Zusi”, “Amara”, “Larisá” y “Bioskin”, la marca de medicamentos de libre venta “XL-3”. Así mismo en 2012 se lanzaron 68 productos como extensiones de línea de marcas existentes y 15 productos bajo 15 Marcas Nuevas.

Así mismo, por primera vez, la Compañía adquirió marcas fuera de México. A través de su subsidiaria “Genomma Lab Argentina” se adquirieron las marcas Piecidex y Babysan y se firmó un contrato para adquirir la marca de medicamentos Tafirol. A través de su subsidiaria “Genomma Lab do Brasil”, la Compañía firmó un contrato de licencia por ocho años con Laboratorios Andrómaco para el uso de la marca Dermaglós en Brasil, con una opción para la adquisición de la marca al tercer año a un precio predeterminado.

También en 2012, se inician operaciones en República Dominicana, lo que permitió a Genomma Lab tener presencia en 15 países fuera de México.

## **b) Descripción del negocio**

### ***i. Actividad principal***

Genomma Lab es una de las empresas de mayor crecimiento en la industria de productos farmacéuticos OTC, medicamentos genéricos y productos para el cuidado personal en México, y cuenta con una presencia en 15 países a nivel internacional. Conforme a la información proporcionada por IMS Health, al 31 de diciembre de 2012 Genomma Lab era la compañía en México que registraba mayores ventas en la industria de productos farmacéuticos OTC y la sexta en la industria de medicamentos genéricos, representando el 13.0% y 5.1% de las ventas en dichos mercados, respectivamente.

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, conforme a lo señalado en la tabla descrita más adelante. Genomma Lab ha incrementado significativamente sus Ventas Netas y rentabilidad a través de la combinación de un efectivo proceso de desarrollo de nuevos productos, mercadotecnia dirigida al cliente, una amplia red de distribución de productos y un modelo de operación altamente flexible y de bajo costo. Durante 2012, Genomma Lab registró Ventas Netas y EBITDA Ajustado de \$9,799.7 millones de pesos y \$2,607.6 millones de pesos, respectivamente. De 2006 a 2012, las Ventas Netas de Genomma Lab se incrementaron a una tasa anual compuesta de 39%.

### Productos

Genomma Lab ofrece más de 700 productos en diferentes categorías con altos índices de crecimiento, incluyendo productos anti-acné, crema para mejorar la textura de piel con cicatrices, shampoos, jabones, desodorantes, productos para evitar la caída del cabello, ungüento para dolores musculares, tratamientos anti-micóticos, para el alivio de la colitis, para contrarrestar el nivel de estrés, anti-arrugas, antiácidos, anti-úlceras, antigripales, para la protección y mejora sexual, la remoción de verrugas, tratamientos contra las hemorroides, contra várices, de osteoartritis, , medicamentos oftálmicos, lociones, productos para el colesterol, medicamentos genéricos entre otros. De acuerdo con IMS Health, el mercado de productos farmacéuticos OTC en México tuvo una tasa de crecimiento anual compuesto de 2007 a 2012 de 5.4%, y Genomma, en dicho sector, registró un crecimiento anual compuesto de 25.0% en el mismo periodo. Asimismo, en el periodo de 2007 a 2012, el mercado de cuidado personal tuvo una tasa de crecimiento anual compuesto de 6.7% y Genomma, en dicho sector, registró un crecimiento anual compuesto de 37.3% en el mismo periodo. Los productos de Genomma Lab se comercializan tanto en México como en los países en los que tiene operaciones en extranjero a través de 91 marcas activas diferentes, las cuales se encuentran disponibles al público en todo el territorio nacional y son adquiridos por consumidores de todos los niveles socio-económicos.

### ***Marcas de Mayor Venta***

Algunas de las marcas más vendidas de Genomma Lab se encuentran posicionadas en los primeros lugares, en términos de participación de mercado, dentro de la categoría de producto o segmento de industria en la que compiten. En la siguiente tabla se muestran las 5 marcas de mayor venta de la Compañía, las cuales en conjunto constituyen el 33.3% del total de las Ventas Netas de la Compañía.

Marca	Categoría de Producto	% de Participación en la Categoría <sup>(1)</sup>	Posición en la Categoría <sup>(2)</sup>	Ventas (millones de pesos) <sup>(3)</sup>	% de Ventas Totales en 2012 <sup>(4)</sup>
Asepxia	Anti-acné <sup>(5)</sup>	65%	1	1,192.7	12.2%
Cicatricure	Desvanecimiento de Cicatrices	75%	1	975.2	10.0%
Goicoechea	Tratamiento para Várices	49%	1	421.6	4.6%
Tio Nacho	Cuidado del Cabello	NA	NA	339.8	3.5%
Vanart	Cuidado del Cabello	NA	NA	331.4	3.4%

\* NA en esta tabla, significa que información respecto al mercado no está disponible en IMS Health.

(1) Porcentaje de participación en la categoría en México, en términos de ventas en 2012. Fuente: IMS Health.

(2) Posición de la marca dentro de la categoría de producto a la que pertenece en México al 31 de diciembre de 2012. Fuente: IMS Health.

(3) Ventas por marca, las cuales representaron el 33.3% de las ventas totales de Genomma Lab en 2012.

(4) Porcentaje que resulta de dividir las ventas por marca dividido por las ventas totales en 2012.

(5) La categoría anti-acné conforme a la cual se calculó la participación de mercado de Asepxia, corresponde a la suma de todos los mercados correspondientes a todos los tratamientos orales y tópicos, según reportado por IMS Health. La determinación de la participación en el mercado de Asepxia resulta de la suma de las ventas en cada categoría, según reportado por IMS Health.

### *Asepxia*

Esta marca consiste en 55 productos distintos para el tratamiento del acné, en diferentes presentaciones, que incluyen cápsulas, jabones, geles de baño, toallas medicadas, pomadas tópicas y cosméticos. Estos productos están dirigidos principalmente a consumidores jóvenes, y se encuentran posicionadas dentro del segmento de precio premium de su categoría.

A partir de la introducción del producto para el tratamiento del acné Asepxia Caps en 2002, Asepxia se ha convertido en un producto líder dentro de la industria de los tratamientos contra el acné al proporcionar diversos tratamientos altamente eficientes. Durante los últimos 5 años, la Compañía ha ampliado su línea de productos para incluir nuevos productos de aplicación tópica para el cuidado personal. La marca Asepxia tiene como principal objetivo el proveer a los consumidores productos farmacéuticos OTC y de cuidado personal que combinen beneficios terapéuticos y de belleza. Al final de 2012 Asepxia era la marca líder en México en la categoría de productos para el tratamiento del acné en términos de participación de mercado con base en sus ventas y la más importante para la Compañía en términos de Ventas Netas.

### *Cicatricure*

Esta marca consiste en 29 productos distintos para reducir las cicatrices y arrugas, en distintas presentaciones, mismas que incluyen cremas y geles. Los productos citados están dirigidos a una amplia y variada población, y se encuentran posicionados dentro del segmento de precios premium de su categoría.

La Compañía lanzó Cicatricure en noviembre del 2003 como un tratamiento para la reducción de cicatrices producidas por accidentes o cirugías. Unos meses después del lanzamiento de la marca, la Compañía descubrió que los consumidores comenzaron a utilizar dicho producto para la disminución de arrugas con resultados positivos, e inmediatamente después comenzó con una serie de estudios y pruebas clínicas para confirmar dicha funcionalidad adicional. A partir del éxito inicial de esta marca, la Compañía ha lanzado una serie de extensiones a su línea de productos para satisfacer las necesidades de los consumidores, relacionados con el tratamiento de cicatrices y arrugas. Al 31 de diciembre del 2007, Cicatricure se había convertido en la marca líder en México en la categoría de productos para la eliminación de cicatrices en términos de participación de mercado basado en ventas. Al 31 de diciembre de 2012, Cicatricure era una de las principales marcas de la Compañía, con respecto a ventas.

### *Goicoechea*

Esta marca consiste en 19 productos para la prevención de las várices, en distintas presentaciones a base de cremas. Estos productos están dirigidos a la población femenina madura, y se encuentran posicionados dentro del segmento de precios premium de su categoría.

La Compañía lanzó Goicoechea en 1999 como un producto para la prevención de várices, así como para la relajación de las piernas de las mujeres. La Compañía desarrolló esta línea de productos como respuesta a la necesidad del mercado mexicano de contar con productos especialmente formulados para las piernas de las mujeres. A partir de 2003 la Compañía comenzó a desarrollar extensiones de su línea de productos comercializados bajo la marca Goicoechea con el objeto de satisfacer la demanda del consumidor de ciertos productos como anti-celulíticos y tratamientos para la comezón. Asimismo, la Compañía expandió esta línea de productos mediante la introducción del primer tratamiento oral para la prevención de las várices, Goicotabs I, en febrero de 2004. Al 31 de diciembre de 2012, Goicoechea era la marca número 1 en México en la categoría de tratamientos para várices en términos de participación de mercado con base en ventas.

### *Tío Nacho*

Esta marca consiste de 16 productos que incluyen jabones y shampoos para el cuidado de la piel y el cabello. Los productos bajo esta marca están dirigidos a una amplia y variada población y se encuentran posicionados dentro del segmento de precios premium de su categoría.

Tío Nacho es una línea completa de productos a base de jalea real, un ingrediente natural con diversos beneficios para el cuidado de la piel y del cabello. La fórmula original del Shampoo del Tío Nacho, aplicada también a los nuevos acondicionadores, evita la caída del cabello, mientras las cremas y los jabones, complementan todo un tratamiento para el cuidado de la piel. La Compañía adquirió Tío Nacho en 2007 y tras renovar su fórmula e imagen fue relanzada al mercado en 2009. A diciembre de 2012, Tío Nacho era una de las principales marcas de la Compañía, con respecto a ventas.

### *Vanart*

Esta marca consiste de 46 productos que incluyen shampoos y acondicionadores para el cuidado del cabello. Los productos bajo esta marca están dirigidos a una amplia y variada población y se encuentran posicionados dentro del segmento de precios premium de su categoría.

Esta marca fue adquirida por la Compañía a principios de 2011. Vanart consiste en shampoo y acondicionador ideales para el cuidado del cabello de toda la familia. Se encuentra en el mercado desde 1952, es una marca dedicada al cuidado del cabello. Está conformada por una línea de shampoos y acondicionadores con ingredientes y fórmulas únicas que hacen de Vanart un producto inigualable, con gran tradición y calidad. A diciembre de 2012, esta marca ya era una de las cinco más importantes para la Compañía, con respecto a ventas.

### ***Catálogo de Productos y Marcas***

Las marcas de mayor venta de Genomma Lab se apoyan en un amplio portafolio de productos, muchos de los cuales están enfocados a grandes mercados de productos OTC, de patente vencida y de cuidado personal de alto crecimiento, tales como shampoos medicinales, cremas para el alivio del dolor muscular y cosméticas, entre otros. Genomma Lab considera que muchos de sus productos cuentan con el potencial para convertirse en líderes de mercado.

La siguiente tabla muestra las 50 marcas con mayores ventas de Genomma Lab:

<b>Marca</b>	<b>Descripción</b>	<b>Categoría</b>
Affair	Shampoos y acondicionadores para revivir el color del cabello	Cuidado del cabello
Alert	Shampoo para la caspa	Cuidado del cabello
Allivix	Anti- inflamatorio no esteroideo Músculos, Cólicos, Garganta	Anti-inflamatorios
Asepxia	Productos OTC y de cuidado personal para el tratamiento del acné	Tratamiento anti-acné
Bengué	Gel medicado OTC y producto higiénico OTC para el alivio del dolor muscular	Tratamiento para el dolor muscular y de articulaciones
Bio Electro	Medicamento oral OTC para dolores de cabeza y migrañas	Analgésico oral
Cicatricure	Gel, cremas y otros productos para el desvanecimiento de cicatrices, arrugas y manchas en la piel	Removedor de cicatrices
Coledia	Producto multi-vitamínico que ayuda a reducir los niveles de Colesterol	Control y reducción del colesterol
Dalay	Medicamento oral OTC para el alivio del insomnio y del stress	Ayuda en el sueño/Relajante
Dermoprada	Solución médica OTC para las verrugas	Tratamiento para remover verrugas
Devlyn	Medicamentos, material de curación, productos higiénicos y suplementos con uso oftálmico de fortalecimiento visual	Medicamentos oftálmicos
English Leather	Línea de desodorantes con feromonas	Desodorantes
Fat Away	Producto que absorbe y elimina la grasa	Auxiliar para bajar de peso
Galaflex	Línea de shampoos con diferentes beneficios para el cabello	Cuidado del cabello
Genoprazol	Inhibidor de la bomba de protones OTC (gastritis)	Medicamento oral para la gastritis y las agruras
Goicotabs	Medicamento oral OTC para el tratamiento de várices	Tratamiento oral para las várices
Goicoechea	Cremas cosméticas para las várices	Productos cutáneos para el tratamiento de várices
Goicotines	Previene la formación de várices y mejora la circulación	Tratamiento para las várices
Henna Egipcia	Línea de tintes para el cabello hechos a base de extractos naturales	Tintes para el cabello
Jockey Club	Varios productos de cuidado personal para caballeros	Productos de cuidado personal para caballeros
Línea M	Medicamento oral OTC, lubricantes, bebidas energizantes y preservativos para mejorar el rendimiento sexual en hombres y mujeres	Protección y rendimiento sexual
Lomecan	Medicamento OTC para el tratamiento de infecciones cervicales y vaginales	Tratamiento de infecciones cervicales y vaginales
Ma Evans	Productos para la caída del cabello y tintes	Cuidado del cabello
Medicasp	Shampoo para la caspa	Shampoo para la caspa
Metabol Tonics	Línea de productos para ayudar a controlar el peso	Control de peso
Nasalub	Soluciones humectantes para la resequedad de la nariz	Lubricantes Nasales
Next	Medicamento oral OTC para el alivio de los síntomas de la gripe	Tratamiento para la gripe
Nikzon	Medicamento oral OTC para el tratamiento de hemorroides	Anti-hemorroides
Ossart	Línea de shampoos y acondicionadores formulados con ceramidas naturales.	Cuidado del cabello
Pomada de la Camapana	Productos medicinales para limpiar y proteger la piel	Cuidado de la piel
Pointts	Instrumento médico para eliminar las verrugas a través de nitrógeno líquido	Tratamiento para remover verrugas
Por amor a México	Productos para el cuidado personal de origen natural	Productos de cuidado personal
Primer Nivel Por Tu Salud	Línea de medicamentos de patente vencida.	Genéricos intercambiables
QG5	Medicamento OTC para el tratamiento de la colitis	Medicamento para la colitis
Sanborns	Fragancias	Fragancias
Sante	Shampoos naturales para restaurar el cabello maltratado	Cuidado del cabello
Shot B	Producto multivitamínico OTC	Suplementos vitamínicos
Silka	Crema exfoliante	Cremas corporales
Silka Medic	Productos médicos OTC para el tratamiento del pie de atleta	Antimicótico de aplicación tópica
Siluet 40	Línea de productos para control de peso corporal	Control de peso
Sistema GB	Tratamiento para la caída del cabello	Cuidado del cabello

Marca	Descripción	Categoría
Suerox	Bebida de electrolitos	Bebidas
Teatrical	Línea de cremas corporales	Cremas corporales
Tío Nacho	Shampoos y cuidado de la piel	Jabones y Shampoos
Tukol D	Medicamento expectorante y antitusivo	Jarabe para el alivio de tos
Unesia	Medicamento OTC de uso tópico para combatir hongos en las uñas	Tratamientos anti-micóticos
Unigastrozol	Medicamento para reducir y controlar malestares gastrointestinales	Medicamento oral para la gastritis y las agruras
Vanart	Shampoo y Acondicionador para el cuidado del cabello	Cuidado del cabello
White Secret	Cremas para blanquear la piel	Cremas corporales
X-Ray	Medicamento oral y crema OTC para el tratamiento del dolor de articulaciones causado por la osteoartritis	Tratamiento de la osteoartritis

### Desarrollo de nuevos productos

Genomma Lab cuenta con los recursos internos necesarios para el desarrollo de sus productos, mismos que le brindan fuertes perspectivas de crecimiento sin que requiera necesariamente llevar a cabo adquisiciones para lograr dicho crecimiento.

El desarrollo de nuevos productos es un elemento clave en el modelo de negocios de Genomma Lab, ya que representa una de las principales ventajas competitivas de la Compañía y una base consolidada para el crecimiento de la misma. La Compañía ha registrado un crecimiento importante en Ventas Netas como consecuencia de exitosos lanzamientos de nuevas marcas, extensiones de línea, nuevas presentaciones de sus productos y de constante publicidad y mercadotecnia de los mismos. La Compañía trabaja con sus fabricantes para asegurar que los estándares de producción de sus productos se cumplan en todo momento. La Compañía constantemente busca introducir productos innovadores en categorías con potencial de crecimiento, así como desarrollar fórmulas para sus productos y presentaciones de empaques distintas a las que actualmente existen en el mercado. El proceso de desarrollo de productos de la Compañía se divide en tres etapas:

- **Investigación del producto, del consumidor y del mercado:** La Compañía introduce productos nuevos al mercado a partir de un extenso proceso de investigación y evaluación, mismo que incluye grupos de enfoque, encuestas a los consumidores en torno al mercado y a los competidores de la Compañía, e innovación de productos. Asimismo, la Compañía se mantiene a la vanguardia de nuevas tendencias en las industrias en las que participa, para lo cual se hace presente en exposiciones internacionales y envía equipos de investigación a las principales ciudades de Europa, Estados Unidos y Asia con el propósito de identificar nuevas oportunidades de productos, últimas tendencias del mercado, así como los ingredientes activos más novedosos utilizados en la producción de productos farmacéuticos OTC. La Compañía combina su experiencia respecto del comportamiento de sus consumidores con su conocimiento de las tendencias de mercado y el análisis de las estrategias de sus competidores. Constantemente, la Compañía monitorea el desempeño de sus competidores y de los productos con los que participa dentro del sector de productos farmacéuticos OTC y de la industria de productos para el cuidado personal, con el propósito de identificar categorías con tamaño significativo y alto potencial de crecimiento.
- **Desarrollo de la fórmula y diseño del empaque:** El equipo de investigación de la Compañía analiza los productos farmacéuticos OTC y de cuidado personal existentes en el mercado con el objeto de identificar oportunidades para el desarrollo de nuevas fórmulas.

Asimismo, el diseño del empaque y la presentación visual de los productos de la Genomma Lab conforman una parte integral de la estrategia de negocios de la Compañía, así como una característica distintiva que ayuda a diferenciar sus productos del resto de productos ofrecidos por la competencia. Los departamentos de diseño y mercadotecnia de la Compañía identifican alternativas para el diseño del empaque de sus productos en base a las necesidades y deseos de los consumidores, las últimas tendencias en tecnología y diseño de empaques, así como del estudio de los empaques utilizados por la

competencia. A partir del análisis de los efectos visuales de los productos de la Compañía en los consumidores, Genomma Lab ha sido capaz de desarrollar empaques atractivos que mejoran la apariencia de sus productos ante el público y los distinguen de los productos de la competencia.

- **Normatividad y lanzamiento de nuevos productos:** La innovación es un elemento fundamental de la cultura corporativa y de la estrategia del negocio de la Compañía. Genomma Lab busca introducir nuevos productos en categorías con crecimiento potencial, así como desarrollar presentaciones de productos con valor agregado para diferenciar sus productos de los de la competencia.

El consumidor es el elemento principal de los procesos de mercadotecnia y desarrollo de la Compañía. La estrategia de Genomma Lab es involucrar a sus consumidores en la creación de nuevos productos y conceptos, explorando sus necesidades y preferencias mediante amplias investigaciones de mercado. Las actividades de investigación de mercado de Genomma Lab incluyen el uso de encuestas calificativas y cuantitativas de investigación como grupos de discusión, talleres y laboratorios de ideas. Para llevar a cabo dichos procesos y asegurar la obtención de resultados ciertos, la Compañía utiliza a las agencias de investigación Ipsos Bimsa S.A. de C.V. y Research International, S.A. de C.V.

El proceso de planeación para el lanzamiento de algún producto es precedido por una extensa investigación de mercado, de posibles consumidores y de las ventajas esperadas de los productos. Después de la etapa de investigación, la Compañía crea un plan de comunicación que involucra el análisis de los productos competitivos, medios publicitarios competitivos y el establecimiento del objetivo de participación en el mercado y Ventas Netas.

La Compañía trabaja conjuntamente con sus fabricantes y maquiladores, los cuales son previamente autorizados por el departamento de control de calidad, a efecto de finalizar los productos y su empaque. La mayoría de los productos nuevos de la Compañía son introducidos, en primer lugar, en México y, con base en las Ventas Netas que generen, la Compañía evalúa la decisión de vender el producto a nivel Internacional.

El área legal y de normatividad de la Compañía verifica que los productos nuevos cumplan con todas las leyes y reglamentos aplicables al producto (incluyendo reglas emitidas por la COFEPRIS y la COFECO), incluyendo aquellas relacionadas con su registro, producción, empaque, publicidad y exportación. El departamento de control de calidad verifica que todos los productos de Genomma Lab cumplan con los requisitos de salubridad aplicables y, asimismo, verifica que los fabricantes y maquiladores de la Compañía cumplan con las regulaciones legales aplicables. El producto nuevo es lanzado una vez que los requisitos legales y de control de calidad han sido debidamente cumplidos.

Posteriormente al lanzamiento de un producto, la Compañía analiza las ventas del mismo, en la misma forma en que lo hace con otros productos, a efecto de ajustar el plan de comunicaciones y maximizar la efectividad de la campaña publicitaria en la etapa inicial del lanzamiento del producto. En caso de que cualquier producto nuevo no cumpla con las expectativas de la Compañía en términos de participación de mercado y Ventas Netas dentro de un periodo determinado, éste se remueve del mercado.

### Mercadotecnia

Genomma Lab se ha concentrado en incrementar el valor de las marcas de sus productos a través de campañas publicitarias dirigidas, innovadoras y desarrolladas internamente, en sus propias instalaciones de producción de anuncios comerciales, que le permiten alcanzar una base de clientes diversa y con altos niveles de lealtad.

### **Planeación y estrategias**

La estrategia de mercadotecnia de la Compañía consiste en enviar mensajes directamente al consumidor a través de medios de comunicación y mercadotecnia visual. Las campañas de publicidad de la Compañía son desarrolladas internamente por los equipos de mercadotecnia, comercialización y producción de la Compañía. La estrategia de Genomma Lab se basa principalmente en la investigación de la conducta del consumidor, publicidad intensa a través de la televisión y planeación sofisticada de medios de comunicación.

La Compañía atiende las necesidades de sus consumidores por medio del análisis y monitoreo de las reacciones de sus consumidores respecto de sus productos, lo cual le permite identificar las tendencias y actitudes de los consumidores y evaluar la posibilidad de éxito de cierto producto, con anterioridad a su lanzamiento al mercado. Genomma Lab considera que su estrategia de mercadotecnia, basada en fuertes campañas publicitarias a través de la televisión, conjuntamente con el trabajo de investigación, otorga a sus marcas y productos una constante y efectiva presencia en el mercado. Adicionalmente, la Compañía modifica constantemente sus comerciales televisivos ajustándolos a cada temporada, a las características del producto o a las cambiantes preferencias de los consumidores.

La Compañía considera que uno de los aspectos primordiales de su estrategia de mercadotecnia es su sistema de planeación de publicidad semanal, ya que el mismo le permite medir la efectividad de sus campañas publicitarias basándose en diferentes parámetros que son monitoreados diariamente. Como resultado de lo anterior, la Compañía puede evaluar la respuesta de los consumidores a sus mensajes publicitarios y, consecuentemente, realizar ajustes a dicha publicidad diariamente. La experiencia de Genomma Lab ha demostrado que cambios en mensajes publicitarios, cuando son utilizados correctamente, pueden causar un gran impacto en las ventas de cierto producto en el corto plazo. Estas estrategias incluyen, entre otras, el uso de ilustraciones dramáticas de las enfermedades tratadas por productos de la Compañía, así como mensajes publicitarios respaldados por celebridades.

La estrategia de publicidad así como la capacidad de producción de publicidad interna de la Compañía, distinguen a la misma de sus competidores y otorgan mayor flexibilidad a la Compañía para responder de forma rápida y eficaz a los cambios en el mercado, a las estrategias de sus competidores y a la conducta del consumidor.

### ***Estrategias de comunicación***

Un elemento esencial de la estrategia de comunicación de Genomma Lab es dar a conocer a los consumidores y hacerlos conscientes de las enfermedades y síntomas que los productos de la Compañía tratan y alivian. Dentro de los mensajes publicitarios que la Compañía utiliza como parte de su estrategia de comunicación y mercadotecnia, encontramos formatos de testimoniales, realidad, respaldo de celebridades, respaldo médico, realidad extrema, alta tecnología y belleza aspiracional. Históricamente, estas técnicas han incrementado la demanda en los mercados en los cuales participa la Compañía, lo cual ha facilitado la entrada de la Compañía a dichos mercados y el crecimiento de sus productos.

### **Producción de publicidad**

Genomma Lab cuenta con uno de los más grandes departamentos de producción de anuncios televisivos de América, responsable de grabar, editar y post-producir todos sus comerciales televisivos, mismos que son creados en los estudios de grabación de la Compañía y diversas locaciones, produciendo alrededor de 1200 comerciales al año, cada comercial cuenta con los más altos estándares de calidad y es el resultado de participación conjunta de los departamentos de mercadotecnia, creativo y producción de publicidad.

La Compañía estableció sus departamentos de producción y post-producción en el año 1996 con el objetivo de llevar a cabo la producción, edición, audio y efectos visuales de sus anuncios publicitarios. Desde entonces, dichos departamentos han incrementado sus equipos de edición y grabación, y han introducido nuevas tecnologías. Las instalaciones incluyen una sala de audio para locuciones, cuatro equipos de animación 3D, dos estudios de cine y televisión, dos DaVinci (Corrección de color), tres Flames para efectos especiales, cinco Smokes para efectos, composición y animación, diez equipos de edición offline y cuatro para motion graphics.



Los comerciales de televisión incluyen una variedad de formatos que tienen como objetivo enfatizar los aspectos científicos o de belleza de los productos de la Compañía. Los comerciales de televisión tienden a resaltar los beneficios específicos que cada producto otorga, informando a los consumidores acerca de los síntomas y efectos relacionados a cierto aspecto de la salud de forma clara y concisa. La meta del departamento de producción de la Compañía es desarrollar comerciales de televisión con formatos creativos que engrandezcan los productos y aumenten el reconocimiento de las marcas.

El departamento de producción de la Compañía constantemente busca reducir costos y mejorar la calidad de sus comerciales de televisión a través del uso de nueva tecnología. Por ejemplo, en el año 2012, para poder abastecer la demanda de comerciales la Compañía duplicó la capacidad del área de postproducción y aumentó la capacidad de almacenamiento de 80 terabytes a 1.2 petabytes. Además, la Compañía considera que el uso de estas tecnologías ha reducido significativamente los costos de producción de sus comerciales de televisión.

### Tecnología de información

Continuando con el propósito de incrementar la eficiencia y rentabilidad de la empresa, en el transcurso del 2012 en Tecnologías de Información se dedicaron inicialmente a la estabilización de los sistemas implementados a principio de año (ERP y WMS) para posteriormente orientarse al incremento en eficiencias dentro de los procesos críticos de surtido de producto y mejoras adicionales a estos sistemas.

Asimismo el área de Tecnología de Información y Procesos de Negocio enfocó los esfuerzos en generar los cimientos para fortalecer la medición de indicadores de negocio que permitan tener una toma de decisiones más ágil y consistente con la información generada por los nuevos sistemas implementados. Las implementaciones mencionadas han redundado en una mejor capacidad del centro de distribución para soportar el suministro de los pedidos de venta.

En lo referente a la Infraestructura Tecnológica se renovaron los equipos de almacenamiento y producción de comerciales para dotar a Genomma Lab de una capacidad renovada y aumentada para la producción de los spots de comerciales mejorando la eficiencia y capacidad de los equipos de cómputo y otorgando mayor velocidad en el procesamiento y generación de los mismos.

En el ámbito internacional durante el 2012 nos dedicamos a fortalecer la infraestructura de comunicaciones para garantizar una comunicación confiable y eficiente del corporativo con las subsidiarias.

### Modelo de negocios

Genomma Lab opera un modelo de negocios diferenciado que se enfoca en categorías de productos que tienen crecimientos y tamaños atractivos para la Compañía, que van dirigidos a mercados masivos, y cuyo comportamiento de ventas responde rápidamente a esfuerzos publicitarios. Los aspectos más importantes del modelo de negocios de Genomma Lab son los siguientes:

- Capacidad para desarrollar internamente nuevos productos conjuntamente con la habilidad de crear marcas exitosas de alto impacto.
- Estrategias de publicidad y mercadotecnia dirigidas que la Compañía monitorea constantemente y que están basadas en análisis métricos de clientes y del mercado.
- Uso efectivo de la televisión y de otras campañas de publicidad y mercadotecnia que permiten la comunicación directa con los consumidores.
- Uso de instalaciones propias para desarrollar campañas publicitarias, lo cual otorga a Genomma Lab la flexibilidad necesaria para responder rápidamente a cambios en la demanda de los consumidores y a las estrategias de competidores y que, adicionalmente, brinda a la Compañía eficiencias en materia de costos y tiempo.

- Venta de sus productos en el mercado nacional e internacional a través de una red de distribución diversificada que incluye mayoristas farmacéuticos, cadenas nacionales de farmacias, tiendas de autoservicio, clubes de precios y tiendas departamentales.
- Contratación de terceros para la manufactura de todos los productos.

### Estacionalidad del negocio

Debido a las tendencias normales de consumo en México, las Ventas Netas de la Compañía son mayores en el segundo semestre del año. Para los años 2012, 2011 y 2010 el porcentaje de Ventas Netas registradas durante el segundo semestre de cada año fueron de 60.7%, 60.4% y 60.8%, respectivamente.

### Ventajas competitivas

Las principales ventajas competitivas de Genomma Lab son las siguientes:

#### ***Portafolio amplio y diversificado de marcas líderes.***

La Compañía cuenta con un portafolio integrado por más de 700 productos farmacéuticos OTC, productos para el cuidado personal y medicamentos genéricos, los cuales son comercializados a través de 91 marcas activas. Las marcas de Genomma Lab son altamente reconocidas en los mercados en los que tiene presencia y muchas de ellas están posicionadas dentro de los primeros lugares de la categoría correspondiente. Las marcas líderes de Genomma Lab proporcionan a la Compañía una ventaja competitiva para el crecimiento de su negocio y para la promoción de productos nuevos y existentes.

#### ***Habilidad comprobada para desarrollar productos, posicionar nuevas marcas, y adquirir marcas sub-desarrolladas y relanzarlas exitosamente.***

El desarrollo de nuevos productos representa una parte fundamental de la estrategia de crecimiento de la Compañía. Genomma Lab diseña y desarrolla nuevas marcas para lanzar sus productos. Genomma Lab ha registrado un crecimiento importante en sus Ventas Netas a través de lanzamientos exitosos de nuevas marcas, extensiones de línea, presentaciones innovadoras y a través de constante publicidad y promoción. Durante 2012, la Compañía lanzó 68 productos como extensiones de la Línea Base y Lanzamientos del Año Anterior; y 15 nuevos productos bajo 5 Marcas Nuevas, mismas que representaron \$337.5 millones de pesos, equivalentes al 3.4% de las Ventas Netas. Con excepción de 32 marcas y 2 licencia de uso de marca que la Compañía ha adquirido de terceros, Genomma Lab ha desarrollado todas las marcas de su portafolio, muchas de las cuales han alcanzado posiciones de liderazgo en el mercado mexicano.

La Compañía ha demostrado su capacidad de adquirir marcas y relanzarlas exitosamente. Por ejemplo, en 2007, Genomma Lab adquirió la marca MaEvans. Dos años después de su lanzamiento Ma Evans ya generaba 59 veces más ventas. A diciembre de 2012, Ma Evans estaba posicionada dentro de las marcas con mayor participación dentro de la Compañía.

Adicional a las capacidades de Genomma Lab para posicionar marcas adquiridas de una manera sólida, la Compañía tiene la capacidad de realizar desarrollos internos de productos que sean igualmente exitosos en el mercado. Un ejemplo es la marca X-Ray, que fue lanzada durante el año 2005. Dicha marca participa en el mercado de tratamientos para la osteoartritis. Actualmente X-Ray se encuentra posicionada como la marca líder en la categoría de productos muscoesqueléticos y se mantiene como una de las marcas más importantes de la Compañía.

#### ***Amplia capacidad de investigación de mercado y clientes.***

Genomma Lab analiza el comportamiento y tendencias de sus clientes para evaluar la probabilidad de éxito de cada producto con anterioridad a su lanzamiento al mercado. Una vez que el producto es introducido al mercado, se utiliza un sistema de planeación de medios desarrollado internamente, para correlacionar la información estadística obtenida por Genomma Lab en relación con un producto específico con la información de mercado, lo cual permite evaluar la eficacia de las campañas publicitarias semanalmente y, en algunos casos, diariamente. La revisión, mejora y ajuste de la estrategia de mercadotecnia de Genomma Lab, conjuntamente con su capacidad para responder rápida y oportunamente con publicidad adicional, ha creado una dinámica publicitaria efectiva que fortalece los esfuerzos realizados para incrementar el valor de las marcas de Genomma Lab, lanzar nuevos productos y competir exitosamente a nivel mundial.

***Plataforma de publicidad desarrollada internamente verticalmente.***

Genomma Lab cuenta con la capacidad de detectar rápidamente y responder de forma efectiva a los cambios en el mercado y al comportamiento de los consumidores, lo cual se refleja en el éxito de la estrategia integrada de posicionamiento de mercado de Genomma Lab. La estrategia de mercadotecnia de Genomma Lab se enfoca principalmente en campañas de mercadotecnia de alto impacto, principalmente a través de la televisión, así como publicidad en radio, espectaculares, materiales impresos y promociones. La capacidad de producción interna de material publicitario de los productos de Genomma Lab, la cual incluye el desarrollo, producción y post-producción de comerciales de televisión, otorga a la Compañía un alto nivel de flexibilidad, el cual, combinado con su sistema de planeación de medios, proporciona a la Compañía las herramientas necesarias para reaccionar rápidamente a los cambios de tendencias de sus clientes. Asimismo, este esquema permite a Genomma Lab diferenciar sus productos, aumentar el valor de sus marcas, incrementar la penetración de las marcas existentes en el mercado, y lanzar nuevas marcas, así como extensiones de línea.

***Importante presencia nacional y red de distribución.***

Genomma Lab cuenta con una red de distribución integrada por muchas de las principales distribuidoras de productos farmacéuticos, cadenas de farmacias nacionales y tiendas de autoservicio, lo cual permite que Genomma Lab tenga una importante presencia en el mercado mexicano. La red de distribución de Genomma Lab opera a través de entregas directas y centralizadas a grandes cadenas de tiendas de autoservicio, y aprovecha la posibilidad de distribuir sus productos a través de los grandes mayoristas de productos farmacéuticos, lo cual brinda a Genomma Lab presencia en más de 45,000 puntos de venta en México y con más de 104,000 puntos de venta en sus operaciones internacionales. La diversidad de clientes de Genomma Lab le brinda una red de distribución difícil de replicar por nuevos competidores que ingresen al mercado mexicano de productos farmacéuticos OTC y de cuidado personal, y representa una base sólida para el crecimiento de su negocio. Adicionalmente, los clientes de Genomma Lab también han crecido al extender sus propias redes de distribución y la Compañía espera seguir creciendo con ellos. Existen diversos canales de distribución en México en los cuales Genomma Lab no ha ingresado completamente a esta fecha, mismos que representan una oportunidad para expandir su red de distribución.

***Red de fabricantes altamente reconocidos que proporcionan a la Compañía flexibilidad con mínimos requerimientos de capital y recursos administrativos.***

Genomma Lab ha conformado una red de fabricantes altamente reconocidos y especializados que fabrican o maquilan todos los productos que ofrece Genomma Lab, a través de contratos de fabricación no exclusivos. La contratación de fabricación y maquila proporciona a Genomma Lab la flexibilidad necesaria para su operación y, a su vez, implica menores requerimientos de capital y recursos administrativos. Genomma Lab trabaja de la mano con sus fabricantes para asegurar que los mismos se adhieran a estándares internacionales de calidad, a las GMPs, a las disposiciones legales aplicables en México y a los requisitos de calidad implementados por Genomma Lab.

***Equipo de administración experimentado.***

El equipo de administración de Genomma Lab cuenta con experiencia significativa en la industria de productos farmacéuticos OTC y para el cuidado personal. El equipo de Genomma Lab ha participado en

la transformación de la Compañía a partir de un caso de éxito empresarial hasta una de las empresas líderes en la industria de productos farmacéuticos OTC y para el cuidado personal en México. Desde su creación, los funcionarios ejecutivos de Genomma Lab han demostrado su habilidad para encontrar y explotar oportunidades atractivas en el mercado y desarrollar marcas fuertes en forma innovadora y rentable.

### Estrategia de crecimiento

El objetivo de Genomma Lab es incrementar su posición de liderazgo en la industria de productos farmacéuticos OTC, medicamentos genéricos y productos para el cuidado personal en México, así como expandir sus operaciones internacionales, aumentando sus Ventas Netas a un ritmo por encima del promedio de la industria y manteniendo al mismo tiempo sus niveles de rentabilidad. Los elementos fundamentales de la estrategia de negocio de Genomma Lab consisten en:

#### ***Incrementar el valor de sus marcas a través de campañas de mercadotecnia.***

Genomma Lab se ha consolidado como una de las empresas con mayor éxito en el desarrollo y comercialización de productos farmacéuticos OTC, medicamentos genéricos y productos para el cuidado personal en México. Genomma Lab tiene la intención de continuar con su política de realizar importantes inversiones en promoción y publicidad con la finalidad de crear recordación de marca y mantener los resultados en ventas de las principales marcas de la Compañía, así como para mejorar el desempeño de aquellos productos que Genomma Lab considera que tienen el potencial de generar ventas importantes. Actualmente, Genomma Lab cuenta con 17 marcas posicionadas dentro de los 2 primeros lugares del mercado en México, en términos de ventas dentro de su categoría, así como diversas marcas que tienen el potencial para convertirse en marcas líderes. Mediante el aprovechamiento del sistema de publicidad y promoción desarrollado por Genomma Lab internamente, la Compañía podrá posicionar diversas marcas como líderes en el mediano plazo.

#### ***Incrementar el liderazgo de Genomma Lab en el mercado a través del lanzamiento de productos nuevos e innovadores.***

Una de las prioridades de Genomma Lab es asegurar el continuo desarrollo de su portafolio de productos, a través del lanzamiento de nuevos productos y el desarrollo de extensiones de línea. Para lograr este objetivo, Genomma Lab evalúa constantemente nuevos productos para adicionarlos a su portafolio en categorías nuevas o existentes. Al 31 de diciembre de 2012, Genomma Lab se encontraba desarrollando 239 productos nuevos: 64 productos farmacéuticos OTC y 175 productos de cuidado personal y otros productos en desarrollo.

#### ***Incrementar la distribución de productos a través de diversos canales de distribución.***

La extensa red de distribución de Genomma Lab en México permite que sus productos estén bien posicionados a través de múltiples canales de distribución. Las marcas líderes de la Compañía se distribuyen actualmente en todo el territorio nacional. En la medida en que los distribuidores de la Compañía incrementen sus puntos de venta o abran nuevas tiendas, las ventas de la Compañía podrían aumentar. Existen oportunidades importantes para incrementar el número de marcas y productos de Genomma Lab en los canales de distribución actuales, así como en nuevos canales de distribución como las tiendas de conveniencia Oxxo, con más de 10,600 puntos de venta en México. La red de distribución actual de Genomma Lab incluye cadenas de tiendas de autoservicio, cadenas de farmacias nacionales y mayoristas farmacéuticos en México, incluyendo Wal-Mart, Nadro, Casa Saba, Farmacias del Ahorro, Soriana y Comercial Mexicana, entre otras.

#### ***Incrementar la presencia internacional de Genomma Lab.***

Genomma Lab considera que existen oportunidades para crecer en países con dinámicas de mercado y características de consumidores similares a las de México. Varios de los países de América Latina constituyen mercados naturales de expansión para Genomma Lab debido a que ésta puede hacer uso de

sus fuertes habilidades de mercadotecnia para capitalizar las similitudes lingüísticas, culturales y socioeconómicas de sus respectivas poblaciones, así como las relaciones existentes de la Compañía con los medios de comunicación locales. Genomma Lab ha establecido una presencia que pretende hacer crecer a mediano plazo en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Perú y República Dominicana.

### ***Llevar a cabo adquisiciones estratégicas de marcas.***

Genomma Lab complementará su crecimiento evaluando constantemente posibles adquisiciones, incluyendo empresas y marcas. Genomma Lab principalmente se enfoca en la compra de marcas con bajos rendimientos y en las cuales haya identificado oportunidades para capitalizar el valor de la marca que no ha sido explotada en su totalidad. En estos casos, Genomma Lab transforma la fórmula del producto con la finalidad de mejorar su función, moderniza el empaque y presentación del mismo y lanza el nuevo producto con una fuerte campaña publicitaria. Por ejemplo, durante 2012, Genomma Lab adquirió la marca XL-3, marca líder en las categorías de anti-gripales y analgésicos por más de 45 años. Esta marca fue relanzada al mercado a finales de 2012 tras pasar por el proceso típico de renovación de la Compañía. Asimismo, Genomma Lab considerará la adquisición de productos, marcas o cualquier plataforma de negocio que se adecúen a su modelo de negocios, a efecto de entrar a nuevos mercados o consolidar su posición en los mercados en los que actualmente compete.

Durante 2012, Genomma Lab adquirió las marcas de Fermodyl, Zan Zusi, Altiva, Amara, Bioskin, Larizá y XL-3 en México. Asimismo, por primera vez adquirió marcas fuera de México, Piecidex y Babysan en Argentina y firmo una licencia de uso de marca por Dermaglós en Brasil.

### **Fabricación de productos**

Para maximizar la competitividad y utilizar eficientemente sus recursos económicos, Genomma Lab contrata con terceros la fabricación de casi todos sus productos. La Compañía considera que la contratación de terceros para la fabricación de sus productos maximiza su flexibilidad y capacidad de respuesta ante nuevas tendencias de la industria y de los consumidores, minimizando a su vez inversiones de capital.

La Compañía no compra directamente insumos ni materias primas para la fabricación y empaque de sus productos. El desarrollo y fabricación de los productos de Genomma Lab no depende de algún proveedor en particular y la Compañía no ha observado volatilidad significativa en los precios de los productos o insumos que utilizan sus fabricantes para la maquila de sus productos. Adicionalmente en 2012, la Compañía comenzó a tercerizar la fabricación de ciertos productos en el extranjero, específicamente en Colombia, Argentina y Estados Unidos.

Todos los contratos de fabricación o maquila que celebra la Compañía se sujetan a procesos rigurosos de selección, que incluyen inspección de calidad, análisis de la capacidad de producción del fabricante y análisis de las capacidades de cumplimiento con la legislación aplicable y con los estándares de mejores prácticas, cuando sea aplicable. Una vez que el contrato es aprobado, se determinan los precios y las condiciones de entrega. Durante el año 2012, la Compañía trabajó con alrededor de 180 fabricantes y proveedores diferentes, dentro de los cuales se encuentran AAA Cosmética S.A de C.V., Alcoholes y Fragancias S.A. de C.V., Albek de México, S.A. de C.V., Estilo y Vanidad S.A. de C.V., Forta Lab S.A. de C.V., Francobel Comercializadora, S.A. de C.V., Laboratorios Kener S.A. de C.V., Mission Hills, S.A. de C.V., Química y Farmacia S.A. de C.V. y Olnatura S.A. de C.V. La Compañía analiza constantemente la capacidad de producción y precios de sus fabricantes para asegurar que la Compañía cumpla con sus objetivos de venta así como con sus márgenes de ingreso. Como se mencionó con anterioridad la Compañía provee a sus fabricantes con materiales de empaque y etiquetado, lo que conlleva a mejores negociaciones en cuanto a precio y a un control de calidad respecto de dichos materiales. Considerando los volúmenes de venta de los productos de Genomma Lab y el interés de los proveedores en mantener una relación a largo plazo con la Compañía, muchos de los proveedores han creado o construido áreas exclusivas en sus instalaciones para satisfacer la capacidad de producción solicitada por la Compañía.

En 2006 Genomma Lab implementó un método para evaluar los estándares de calidad y capacidad de producción de sus fabricantes. La Compañía utiliza este método para hacer observaciones y solicitar correcciones o mejoras en las instalaciones de producción de sus fabricantes con el objetivo de asegurar el cumplimiento de las regulaciones nacionales e internacionales aplicables. Todos los fabricantes de la Compañía son aprobados por el departamento de control de calidad, el cual les ofrece apoyo técnico y servicios de asesoría.

Durante el año 2012, alrededor del 5% de las compras de insumos y producto terminado de la Compañía fueron producidos por fabricantes extranjeros en Hong Kong, Estados Unidos, Colombia, Israel, Honduras, Malasia, Corea del Sur, Alemania, China, Italia y Francia. Como parte de su estrategia, Genomma Lab busca constantemente nuevos productos farmacéuticos OTC y nuevas mezclas para formulas, así como laboratorios de clase mundial. Asimismo, La Compañía busca precios competitivos para productos terminados o para materiales relacionados con su actual portafolio de productos.

### Presencia Internacional

Las Ventas Netas de Genomma Lab por operaciones en el extranjero alcanzaron \$2,630.3 millones de pesos, es decir, el 27% de las Ventas Netas consolidadas de 2012. Genomma Lab tiene operaciones en el extranjero en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Perú y República Dominicana, en los que se alcanzaron más de 104,000 puntos de venta.

#### *América Latina*

La Compañía cuenta con una oficina regional en Lima, Perú, la cual da servicio a Bolivia y Perú. Esta oficina también da respaldo a una oficina local de la Compañía ubicada en San José, Costa Rica, desde donde se supervisan las operaciones de América Central, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá. Además, se tienen oficinas locales en Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, Chile y República Dominicana. La Compañía considera que cuenta con grandes oportunidades de crecimiento a través del incremento de sus canales de distribución y oferta de productos en dichos países.

#### *América del Norte*

En enero de 2010 La Compañía inició operaciones en Estados Unidos de América. Debido al potencial del mercado se creó un órgano administrativo y de operación de manera local independiente pero alineado con los objetivos de Genomma Lab.

La siguiente tabla muestra las marcas vendidas en los 15 países en los que la Compañía tiene operaciones.

Argentina	Asepxia, Babysan, Bengué, Bio Electro, Cicatricure, Dalay, Genoprazol, Goicoechea, Goico Tabs, Ma Evans, Medicasp, Next, Línea M, Piecidex, Pointts, Silka, Silka Medic, Tío Nacho y X Ray
Brasil	Asepxia, Cicatricure, Dermagóls, Línea M, Medicasp, Pointts y Silka
Estados Unidos	Asepxia, Agua de Colonia Sanborns, Bio Electro, Cicatricure, Dalay, Devlin, Goicoechea, Línea M, MaEvans, Medicasp, Ossart, Pomada de la Campana, Shot B, Teatrical, Tío Nacho, Tukol D, Vanart y X-Ray
Centro América y Región Andina <sup>(1)</sup>	Asepxia, Agua de Colonia Sanborns, Cicatricure, Coledia, Dalay, Goicoechea, Goico Tabs, Goicotines, Henna Egipcia, Línea M, Lomecan, MaEvans, Medicasp, Metabol, Nikzon, Pointts, Pomada de la Campana, QG5, Silka, Silka Medic, Siluet 40, Shot B, Suerox, Tío Nacho, Touch Me, Unesia, White Secret y XRay,
Chile	Asepxia, Cicatricure y Siluet 40.
Ecuador	Asepxia, Cicatricure, Dalay, Goicoechea, Goico Tabs, Henna Egipcia, Medicasp, Línea M, Nikzon, Pointts, QG5, Silka, Silka Medic, Siluet 40, Tío Nacho y Touch Me
Perú	Asepxia, Cicatricure, Dalay, Henna Egipcia, Medicasp, Nikzon, QG5, Silka, Silka Medic, Siluet

	40, Shot B, Tío Nacho, Touch Me y X-Ray
Colombia	Asepxia, Cicatricure, Dalay, Goicoechea, Henna Egipcia, Línea M, Lomecan, Pointts, Shot B, Silka, Siluet 40, Tío Nacho, Touch Me y White Secret

(1) Bolivia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana

### Riesgos o efectos del cambio climático

Dadas las características de nuestros productos los cuales suman más de 700, atendiendo a distintos necesidades y aunado a la gran diversidad de nuestros consumidores, no estimamos que exista un alto riesgo a corto y mediano plazo, relacionado al cambio climático el cual pueda afectar nuestro desempeño económico, social o ambiental.

En Genomma Lab tenemos una actitud proactiva a los riesgos, al identificarlos, analizarlos, gestionarlos y medirlos, con el fin de lograr nuestros objetivos empresariales y apuntalar nuestra sustentabilidad.

Ante el cambio climático reconocemos el reto y la oportunidad que tenemos para innovar y seguir siendo competitivos. Estamos esperando los resultados de un estudio huella ambiental que nos permita identificar nuestros principales impactos y reducirlos; lanzamos nuestra política ambiental estableciendo los principales compromisos para preservar y cuidar el ambiente; estamos trabajando en incorporar empaques ecoeficientes, certificar la disposición y tratamiento de residuos; diversos esfuerzos en capacitación ambiental y diseñando una estrategia de vinculación con nuestros fabricantes que producen cerca del 95% de lo que comercializamos, con el objetivo de conocer su impacto y establecer un plan de mitigación con metas establecidas.

### **ii. Canales de distribución**

#### Estrategia de ventas

La estrategia de ventas de la Compañía consiste en lo siguiente:

- Incrementar los volúmenes de ventas de sus productos actuales en los mercados en los que Genomma Lab tiene presencia.
- Lanzar nuevos productos en los mercados en los que Genomma Lab tiene presencia.
- Lanzar nuevos productos en nuevos mercados.
- Mejorar o rediseñar productos adquiridos de terceros para su relanzamiento en mercados en los que Genomma Lab tiene presencia.
- Incrementar el volumen de ventas de productos existentes en mercados internacionales en los que la Compañía ya tiene presencia, así como en nuevos mercados del exterior.

En adición a las campañas de mercadotecnia innovadoras con las que la Compañía promociona sus productos, el éxito de la estrategia de ventas de la Compañía depende en gran medida de la capacidad de distribución y de la presencia geográfica de nuestros clientes en México. A través de la plataforma de distribución multi-canal de Genomma Lab, los productos de la Compañía llegan rápida y eficientemente a los consumidores de los mismos. Genomma Lab mantiene relaciones cercanas con sus clientes, a efecto de explorar conjuntamente oportunidades de mercado nuevas y evaluar las existentes.

Un componente integral del incremento en las ventas de la Compañía es su estrategia de precios, conforme a la cual se establecen precios de venta públicos semejantes, a través de todos nuestros canales de distribución. Los objetivos principales de esta estrategia de “precios semejantes” son (i) evitar guerras de precios entre los clientes, ya que las mismas podrían erosionar las marcas y márgenes de la Compañía; (ii) incrementar el número de compradores potenciales en cada formato de tienda,

proporcionándoles la oportunidad de comprar los productos de Genomma Lab en diferentes ubicaciones; y (iii) mantener el atractivo para los mayoristas, tiendas de autoservicio, farmacias y otros clientes de comprar los productos de la Compañía a través de la disminución del riesgo de que se reduzcan sus márgenes de utilidad como resultado de descuentos o actividades promocionales. El departamento de mercadotecnia de la Compañía goza de libertad para enfocarse estrictamente en incrementar la visibilidad de sus productos y explotar sus beneficios terapéuticos o cosméticos. Genomma Lab considera que sus estrategias de precios y de mercadotecnia la han convertido en un proveedor atractivo y rentable para sus clientes.

Por otro lado, en virtud de que los esfuerzos de mercadotecnia de la Compañía se enfocan en el uso de anuncios de televisión para crear entre los consumidores una mayor conciencia y/o conocimiento de los padecimientos tratados por los productos de ésta, Genomma Lab no requiere tener una fuerza de ventas (agentes de venta o promotores en tiendas) de gran tamaño para informar a los consumidores acerca de sus productos. Como resultado de lo anterior, Genomma Lab ha logrado operar con una estructura de ventas plana. No obstante, considera que existe la oportunidad de incrementar sus volúmenes de ventas a través de actividades de mercadotecnia en el punto de venta que complementen sus campañas publicitarias.

#### Canales de distribución nacionales

Las Marcas de Genomma Lab están al alcance de un porcentaje sustancial de la población mexicana. Asimismo, la Compañía considera que la mayoría de sus marcas aún no han alcanzado su nivel máximo de madurez, por lo que todavía tienen un gran potencial de crecimiento. La estrategia de la Compañía para capitalizar el potencial de crecimiento de sus marcas se basa en lo siguiente:

- La expansión continúa de sus canales de distribución.
- Incrementar la participación de mercado de varias de sus marcas mediante el lanzamiento de nuevas campañas de mercadotecnia.
- Extender las líneas de productos de dichas marcas.
- Ubicarse en una posición que permita capitalizar el incremento del consumo por parte de los consumidores conforme se incremente el poder adquisitivo de estos últimos.

La siguiente tabla presenta los principales canales de distribución de la Compañía a la fecha, y el porcentaje de Ventas Netas que éstos representaron durante 2012:

<b>Canal</b>	<b>% de Ventas Netas en 2012</b>	<b>Distribución (a diciembre de 2012)</b>
Farmacias independientes y pequeñas cadenas farmacéuticas (a través de mayoristas)	36.5%	24,000 pequeñas farmacias y locales comerciales aproximadamente
Autoservicios	33.1%	2,891 tiendas
Cadenas de farmacias	11.5%	3,094 farmacias
Otros <sup>(1)</sup>	18.9%	13,021 puntos de venta
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>43,006 puntos de venta</b>

(1) Incluye tiendas de conveniencia y tiendas departamentales, entre otras.

La Compañía considera que cuenta con canales de distribución diversos y sumamente efectivos, debido a que más del 60.0% de las ventas de la Compañía se llevan a cabo mediante canales de distribución que llegan al consumidor de manera directa.

#### ***Farmacias independientes y pequeñas cadenas de farmacias***



Las farmacias independientes y las pequeñas cadenas de farmacias, a las que la Compañía accede a través de mayoristas nacionales, constituyen uno de los principales canales de distribución de la Compañía. Estas farmacias se encuentran ubicadas en todo el territorio nacional y generalmente son negocios familiares. Este canal de distribución se caracteriza por un bajo poder de compra, flujo de efectivo limitado, ausencia de sistemas de información, una mercadotecnia incipiente y un poder limitado para fijar precios en relación con los grandes distribuidores. Los consumidores que adquieren los productos de la Compañía mediante este canal de distribución generalmente tienen ingresos disponibles extremadamente limitados.

En años recientes, este canal de distribución ha sufrido una erosión en su participación de mercado debido a la expansión de las cadenas nacionales de farmacias y de grandes cadenas de autoservicio. Las dinámicas de mercado de este canal de distribución se han visto afectadas por las agresivas políticas de reducción de precios de las grandes cadenas comerciales y de las cadenas de farmacias de mayor tamaño. A pesar de que las farmacias independientes en México están experimentando dificultades, este canal de distribución continúa siendo un elemento importante de la red de distribución de la Compañía, y en 2012 representó el 36.5% de sus ventas nacionales netas, que equivalen a un incremento de 7.0% en ventas contra el 2011.

De acuerdo con información proporcionada por mayoristas de productos farmacéuticos, los productos de la Compañía llegan a alrededor de 24,000 pequeñas farmacias y minoristas mediante los siguientes mayoristas: Nadro, Casa Saba, Marzam, Almacén de Drogas, Fármacos Nacionales, Promesa, Pronamed y Súper Santander, S.A. de C.V., que en conjunto constituyen la mayoría de las ventas de la industria que se llevan a cabo mediante este canal de distribución.

### ***Autoservicios***

Las tiendas de autoservicio son el segundo canal de distribución más grande de la Compañía y constituyeron aproximadamente el 33.1% de sus Ventas Netas en 2012, lo que equivale a un incremento en ventas de 17.4%. Este canal de distribución llega a consumidores mexicanos de todos los niveles socioeconómicos a través de distintos formatos de tiendas, y ha experimentado una alta tasa de crecimiento en México como resultado de agresivos planes de expansión por parte de varias de estas cadenas de tiendas de autoservicio.

### ***Cadenas de farmacias***

Las cadenas de farmacias representaron aproximadamente el 11.5% de las ventas nacionales netas de la Compañía durante 2012. Asimismo, las Ventas Netas de la Compañía durante 2012 realizadas a través de este canal de distribución disminuyeron 24.5% en comparación con las Ventas Netas de la Compañía durante 2011. A pesar de la existencia de varias cadenas de farmacias en el país, las 3 cadenas de farmacias líderes con distribución nacional son Farmacias del Ahorro, Benavides y Fragua.

La estrategia de la Compañía en relación con los canales de distribución arriba descritos se basa en investigación sobre los consumidores, e incorpora el diseño de planes de negocio con cada cliente con el fin de sacar provecho de las iniciativas de productos y campañas de mercadotecnia que han posicionado a la Compañía como un proveedor con valor agregado.

### ***Otros canales de distribución***

Otros canales de distribución representaron aproximadamente el 18.9% de las ventas nacionales netas de la Compañía durante 2012 que representaron un incremento del 143.9%. Los otros canales de distribución incluyen tiendas departamentales, clubes de precios, tiendas de conveniencia y otros mayoristas.

La Compañía considera que estos canales de distribución le brindan una importante vía de desarrollo para su crecimiento orgánico. La Compañía espera incrementar su presencia en estos canales de distribución en el futuro adaptando algunos de sus productos y empaques a las preferencias de los consumidores de sus clientes, así como mediante el lanzamiento de productos a la medida apoyados por

campañas de mercadotecnia específicamente diseñadas para atender a las necesidades y al comportamiento de potenciales clientes nuevos.

#### Entregas y centro de distribución nacional

Al 31 de diciembre de 2012, la Compañía contaba con un centro de distribución (Doña Rosa) ubicado en el Estado de México, aproximadamente a 54 kilómetros de la Ciudad de México. La Compañía arrenda dicho centro de distribución, mismos que totalizaban una superficie aproximada de 76,000 metros cuadrados; 100,000 posiciones de rack; 80 andenes y 27 montacargas.

El proceso de logística de la Compañía responde de forma eficiente y flexible a los cambios en la demanda. La mayoría de los clientes planean las entregas mediante citas pre-establecidas; dichas entregas sólo pueden realizarse después de que la Compañía emita la factura correspondiente.

#### ***iii. Patentes, licencias, marcas y contratos***

La Compañía es titular o licenciataria de los derechos de propiedad industrial necesarios para la fabricación, mercadeo, distribución y venta de sus productos farmacéuticos OTC, cosméticos, productos para el cuidado de la piel y medicamentos genéricos. Los derechos de propiedad industrial mencionados incluyen patentes, marcas y avisos comerciales. En México, la Compañía es titular de 886 registros de marcas y de un total de 631 registros de marcas en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos de América, España, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Adicionalmente, se encuentran en trámite 104 solicitudes de registro de marca en México y 360 fuera de México. Por otra parte, la Compañía tiene el derecho de uso, mediante licencia de la marca “Sanborns” para productos de uso cosmético, de la marca “Devlyn” para productos de uso cosmético y medicamentos, y de la patente “Extracto mejorado de Psidium guajava, el método para su obtención y su uso para el tratamiento de padecimientos gastrointestinales” producto que comercializa con la marca “QG5”.

Así mismo, por primera vez, la Compañía adquirió marcas fuera de México. Por medio de su subsidiaria “Genomma Lab Argentina” se adquirieron las marcas Piecidex y Babysan. A través de su subsidiaria “Genomma Lab do Brasil”, la Compañía firmó un contrato de licencia por ocho años con Laboratorios Andrómaco para el uso de la marca Dermaglós en Brasil, con una opción para la adquisición de la marca al tercer año a un precio predeterminado. Dermaglós participa en la categoría de cuidado de la piel, incluyendo cremas con factor de protección solar, y tiene un alto grado de recordación en la mente del consumidor brasileño.

La renovación de la vigencia de los registros de marca inicia en el año de 2011 y siendo la utilización de las marcas requisito insoslayable para el mantenimiento de los registros, acorde al uso efectivo de éstas la Compañía lleva a cabo los actos necesarios ante el IMPI y autoridades nacionales correspondientes, en tiempo y forma, a efecto de obtener la renovación de los registros.

La Compañía reconoce el valor de las marcas adquiridas a costo de adquisición, posteriormente se sujeta a pruebas de deterioro. Es importante destacar que el valor de mercado de las marcas desarrolladas internamente que la Compañía actualmente comercializa no se encuentra reflejado en los activos de la Compañía, conforme a lo establecido en la NIIF.

La Compañía considera que la protección efectiva de sus derechos de propiedad industrial es de suma importancia para el negocio de la Compañía, por lo que ésta cuenta con un departamento legal interno dedicado a estos asuntos.

#### ***iv. Principales clientes***

Los clientes de la Compañía son, principalmente, mayoristas farmacéuticos, grandes cadenas de farmacias, tiendas de autoservicio y tiendas de conveniencia, e incluyen, entre otros, a Cadena Comercial Oxxo, Chedraui, Comercial Mexicana, Droguería del Sud, Farmacias Benavides, Farmacias Guadalajara, Farmacity, Midway, Monroe Americana, Nadro, Outlet de Belleza y Salud, Representaciones JMP, Sanborns, Servicios en Puertos y Terminales, Servimed, Soriana, Distribuidora de Alimentos Santa Cruz, Suizo Argentina, Walgreens y Wal-Mart.

Durante 2012, los principales 10 clientes de la Compañía fueron responsables del 52.5% de las Ventas Netas. La Compañía ha desarrollado estrategias de venta enfocadas y diseñadas especialmente para cada cliente, lo cual le permite fortalecer la relación de la Compañía con sus clientes. Genomma Lab estima que la amplia red de distribución e infraestructura comercial de sus clientes clave brindará presencia nacional a muchos de sus productos. Genomma Lab pretende seguir usando esta amplia red de distribución e infraestructura comercial en el futuro para vender sus líneas de productos actuales y para lanzar y vender nuevos productos.

Ni la Compañía ni los accionistas y vendedores mantienen relación corporativa alguna con ninguno de los clientes de Genomma Lab.

#### ***v. Legislación aplicable y situación tributaria***

La Emisora está sujeta al cumplimiento de las leyes, reglamentos y disposiciones aplicables a cualquier sociedad mercantil, tales como el Código de Comercio, la LGSM y las disposiciones en materia fiscal que le son aplicables. Asimismo, a raíz de la inscripción de las Acciones en el RNV y de la adopción de la Compañía del régimen de sociedad anónima bursátil, Genomma Lab está sujeta a la Ley del Mercado de Valores, a la Circular Única y a las demás disposiciones de carácter general aplicable que emita la CNBV.

Por otra parte, las operaciones de la Compañía están sujetas a diferentes leyes, regulaciones y normas, como la Ley General de Salud, el Reglamento de Insumos para la Salud, el Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios, el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, la Farmacopea de los Estados Unidos Mexicanos, la Farmacopea Herbolaria de los Estados Unidos Mexicanos, Ley Federal de Protección al Consumidor y diferentes normas oficiales mexicanas. Además de lo anterior, las instalaciones y operaciones de la Compañía están sujetas a diferentes disposiciones legales federales, locales y municipales, así como de materia ambiental.

La principal autoridad reguladora de las operaciones de la Compañía en México es la COFEPRIS, que es un órgano desconcentrado que depende de la Secretaría de Salud. El objetivo principal de la COFEPRIS es proteger a la población de riesgos sanitarios. La Compañía también está sujeta a la vigilancia y supervisión de otras autoridades gubernamentales en México, así como en las demás jurisdicciones en las cuales opera.

La división de asuntos regulatorios de la Compañía se encarga de verificar que la misma cumpla con todas las regulaciones aplicables en relación con el registro de los productos, empaque y publicidad. Todos los asuntos regulatorios son manejados internamente por un grupo de 5 personas. La división de asuntos regulatorios se encarga de:

- Crear los expedientes de los productos y mantenerlos actualizados.
- Presentar ante las autoridades gubernamentales los expedientes para el registro de nuevos productos y para modificaciones de productos existentes.
- Dar seguimiento a los expedientes y sus renovaciones.
- Presentar ante las autoridades gubernamentales los expedientes para las campañas de mercadotecnia en televisión, prensa u otros medios.
- Presentar diversos documentos ante la Secretaría de Salud en relación con las operaciones en las instalaciones de la Compañía.

- Presentar los documentos necesarios ante la Secretaría de Salud para la designación de personas responsables por la operación en las instalaciones de la Compañía.
- Mantener vigentes los registros sanitarios de los productos.
- Supervisar el cumplimiento de buenas prácticas de fabricación y de las normas de todos los productos.
- Responder cualquier notificación emitida por la COFEPRIS, la PROFECO, la Secretaría de Salud y cualquier ente gubernamental relacionado con los productos.
- Tramitar ante la COFEPRIS los certificados de venta y mantener las GMPs para todos los productos de la Compañía que serán exportados.
- Cambiar las etiquetas para los productos de exportación para cumplir con las regulaciones sanitarias de los países destino de las exportaciones en Centroamérica, Sudamérica y Estados Unidos.
- Tramitar los permisos correspondientes para importar productos.
- Presentar ante las autoridades gubernamentales los expedientes de los protocolos e informes de estudios clínicos para su debida autorización.
- Cualquier otro trámite administrativo que se requiera para las operaciones del negocio y para exportación de productos de la Compañía.

### Regulación farmacéutica

La industria farmacéutica es muy noble porque ofrece productos para la prevención, rehabilitación y restablecimiento de la salud de las personas. Sin embargo, los insumos para la salud no son inocuos y pueden producir reacciones e incidentes adversos a los pacientes, razón por la cual es un sector regulado por las Secretarías o Ministerios de Salud de los países a través de las autoridades sanitarias que evalúan, autorizan y vigilan la seguridad y eficacia o efectividad así como la calidad de los insumos para su comercialización.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) emite constantemente recomendaciones a los países adscritos para proteger a la población contra riesgos sanitarios evaluando la seguridad y eficacia o efectividad así como la calidad de los insumos, apoyando de esta manera a las Autoridades Sanitarias y logrando una armonización gradual. México adopta las recomendaciones de la OMS transformándolas en leyes, reglamentos y normas oficiales mexicanas que son disposiciones de cumplimiento obligatorio.

En México, la COFEPRIS, órgano desconcentrado de la Secretaría de Salud, es la autoridad sanitaria encargada de evaluar, autorizar y vigilar la seguridad, eficacia o efectividad, y calidad de los insumos. COFEPRIS emite algunas Normas Oficiales Mexicanas, mismas que tienen 5 años de vigencia y que son revisadas para su actualización con esta periodicidad.

Las disposiciones aplicables a los medicamentos y dispositivos médicos, ambos insumos para la salud, son principalmente:

- Ley General de Salud.
- Reglamento de Insumos para la Salud.
- Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad.

- Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Investigación.
- Normas Oficiales Mexicanas (NOM).
- Farmacopea de los Estados Unidos Mexicanos.
- Ley de la Protección del Ambiente y su Reglamento.

Adicionalmente, vigila la calidad de los alimentos, bebidas, suplementos alimenticios y cosméticos, entre otros, para los cuales las disposiciones son:

- Reglamento de Productos y Servicios.
- Normas Oficiales Mexicanas.

Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. comercializa en México principalmente:

- Medicamentos Genéricos y de Libre Venta (OTC).
- Dispositivos Médicos, clasificados como productos higiénicos, material de curación y reactivos o sistemas de diagnóstico.
- Alimentos, bebidas energizantes y suplementos alimenticios.
- Cosméticos y perfumería, entre otros.

Genomma Lab, como establecimiento para la comercialización de medicamentos y dispositivos médicos, requiere de una licencia sanitaria y aviso de funcionamiento cuya vigencia es por tiempo indeterminado. Por otro lado, por cada medicamento y dispositivo médico, requiere de otra autorización denominada Registro Sanitario que tiene una vigencia de 5 años, y que es prorrogable por periodos iguales una vez ingresada la solicitud correspondiente.

Para la comercialización de alimentos, bebidas energizante y suplementos alimenticios, Genomma Lab sólo requiere dar aviso a COFEPRIS, y éste es por tiempo indeterminado.

Adicionalmente, Genomma Lab promueve la venta de sus productos a través de medios masivos de comunicación (televisión, espectaculares, revistas, periódicos, entre otros) para lo cual, en el caso de medicamentos, dispositivos médicos y suplementos alimenticios requiere de permiso emitido por COFEPRIS, el cual tiene una vigencia por tiempo indeterminado.

Genomma Lab, para la importación de medicamentos, dispositivos médicos y suplementos alimenticios, requiere de permiso previo a la importación, que tiene 180 días de vigencia y que es prorrogable por otro periodo igual, después del cual hay que tramitar un nuevo permiso.

Las autorizaciones y modificaciones a las mismas, solicitadas a COFEPRIS, requieren cada una de un pago de derechos que es publicado en el Diario Oficial de la Federación en diciembre de cada año.

Genomma Lab, para la exportación de los productos, requiere solicitar las autorizaciones correspondientes a la autoridad sanitaria en cada país, los requisitos, vigencias y pagos de derechos son similares a los de México con algunas variantes.

La vigilancia y cumplimiento de los requisitos regulatorios es esencial para lograr la continuidad y éxito del negocio, por lo cual Genomma Lab le da un seguimiento continuo y cuenta con un área de asuntos regulatorios dedicada a esta actividad, un área de aseguramiento de la calidad para la vigilancia de la calidad de los productos y un área de farmacovigilancia.

### Regulación en materia de productos para el cuidado personal

La regulación de los productos para el cuidado personal no es tan extensa como la de los productos farmacéuticos, aunque las fórmulas de algunos productos para el cuidado personal pueden llegar a contener ingredientes activos regulados. La COFEPRIS es la autoridad que regula los ingredientes activos. En México, si un ingrediente activo no está regulado, el mismo puede ser utilizado en cualquier fórmula sin restricción alguna.

El registro de productos para el cuidado personal ante la COFEPRIS no es necesario. Sin embargo, se debe presentar una notificación a la Secretaría de Salud en relación con la operación del centro de distribución y el fabricante de cada producto.

### Regulación ambiental

Además de dar cumplimiento a los diversos requisitos establecidos para los productos de Genomma Lab, la Compañía evalúa constantemente que sus operaciones cumplan con las leyes y reglamentos federales, estatales y locales en materia ambiental. La Compañía tiene conocimiento en todo momento de sus responsabilidades conforme a la normatividad ambiental aplicable.

### Regulación en materia de protección al consumidor

La venta de los productos de la Compañía a los consumidores finales, está sujeta al cumplimiento de las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor, Normas Oficiales Mexicanas de Información Comercial y Seguridad al Usuario y los nuevos Lineamientos para el Análisis y Verificación de la Publicidad en relación con:

- Los posibles riesgos a la seguridad y vida de los consumidores.
- La verificación de la veracidad de las declaraciones de información comercial.
- La prevención contra daños patrimoniales.
- La verificación de la publicidad que pudiera ser engañosa o abusiva ó que induce a error o confusión.
- La comprobación de calidad y eficacia de los productos respecto de lo anunciado u ofrecido.

Es claro que a la PROFECO le corresponde analizar y verificar la publicidad en lo relativo a las relaciones de consumo y a la COFEPRIS, las especificaciones sanitarias. Sin embargo las acciones de verificación de publicidad de la PROFECO han incluido a productos que cuentan con autorizaciones o permisos de publicidad que se encuentran vigentes por parte de la COFEPRIS, lo que causa incertidumbre en el cumplimiento de ambas regulaciones. Para efectos de enfrentar esta situación, el personal encargado de los asuntos regulatorios y contencioso de la Compañía se encarga de solicitar a la PROFECO considere dichas autorizaciones o permisos, incluyendo la obtención, en su caso, de las validaciones y constancias de conformidad ante ambas instancias.

### Propiedad industrial

El éxito del modelo de negocio de la Compañía depende en gran medida en la efectividad del registro y protección de sus marcas y otros derechos de propiedad intelectual en términos de la Ley de la Propiedad Industrial y su reglamento así como otras disposiciones aplicables.

En general, las marcas son válidas mientras estén en uso y/o mientras se mantengan vigentes los registros correspondientes. Los registros de marcas pueden ser, en general, renovados cada 10 años siempre y cuando se mantengan en uso las marcas correspondientes. La protección de sus derechos de propiedad industrial es de suma importancia para la Compañía, por lo que cuenta con un equipo legal interno que se dedica exclusivamente a dichos asuntos. Ver la sección "*La Emisora – Descripción del negocio – Patentes, licencias, marcas y contratos*" del presente reporte.

### Publicidad

La COFEPRIS tiene facultades para regular la publicidad que la Compañía utilice respecto de cualquiera de sus productos farmacéuticos OTC, incluyendo materiales impresos, televisados, espectaculares, etcétera. La COFEPRIS verifica que toda la información divulgada al consumidor sea adecuada, no engañosa y de fácil comprensión para el público y, en el caso de productos farmacéuticos OTC, consistente con la información aprobada por la Secretaría de Salud respecto de algún producto en particular. La COFEPRIS debe autorizar todas las campañas publicitarias relacionadas con productos farmacéuticos OTC, las cuales se emiten con una vigencia indefinida; en el caso de los productos de cuidado personal y uso cosmético se requiere hacer llegar a COFEPRIS un aviso de publicidad donde se indique el producto del cual se hará la campaña publicitaria.

Los productos farmacéuticos y para el cuidado personal deben cumplir con ciertos requisitos de etiquetado emitidos por la COFEPRIS, así como con otros requisitos establecidos en las Normas Oficiales Mexicanas.

Adicionalmente en 2012 la COFEPRIS publicó una nueva ley cuyo objetivo es suspender los anuncios de productos milagro para evitar la venta de dichos productos. Por lo que a partir de la publicación de esta ley, todos los anuncios de medicamentos deben tener el número de registro sanitario y, en el caso de los cosméticos, se ingresa un aviso ante COFEPRIS y se pauta con el número de aviso. Genomma Lab ya está cumpliendo con esta ley.

Por otro lado, las televisoras tienen la obligación de verificar que todos los spots de medicamentos estén autorizados. En Genomma Lab el 100% de los spots que manda a las televisoras desde hace varios años cumple cabalmente con la ahora nueva ley. Las televisoras ya tienen copia certificada del 100% de los registros sanitarios de la Compañía y más de 1,000 permisos de publicidad de sus productos, copias que se les actualizan con cada nueva versión.

#### Cambio climático

En el contexto nacional, existe un programa especial para afrontar el cambio climático y una estrategia nacional que define metas y acciones específicas, que a la fecha no se ha traducido en acciones concretas. Actualmente no existe un marco regulatorio en materia de cambio climático, los esfuerzos del sector empresarial se resumen en el programa voluntario de contabilidad de emisiones y en el reporte de gases de efecto invernadero (GEI México), los cuales buscan desarrollar capacidades en el sector industrial para identificar, cuantificar y documentar proyectos de reducción de emisiones.

#### **vi. Recursos humanos**

La Compañía ha concentrado sus esfuerzos en maximizar las competencias de sus colaboradores mediante la gestión del desempeño, permitiendo percibir las áreas de desarrollo, fomentando el crecimiento personal y cerrando las brechas entre el debiera y el es, en el conocimiento y desenvolvimiento de las habilidades en conexión directa con la consecución de los resultados esperados, bajo un ámbito de productividad y paz laboral que consolide la cultura organizacional.

Al 31 de diciembre de 2012, la Compañía tenía 1,062 trabajadores en México y 206 trabajadores en sus subsidiarias u oficinas en el extranjero.

#### **vii. Desempeño Ambiental**

Se presentó el primer Reporte de Sustentabilidad 2011 de Genomma Lab a fin de cumplir con el compromiso voluntario de comunicar y transparentar el desempeño en materia económica, social y medio ambiental y la contribución que se está haciendo al desarrollo sustentable. Hemos realizado este reporte, como un acercamiento a nuestros grupos de interés y para demostrar el compromiso de Genomma Lab en los temas de sustentabilidad. Actualmente estamos trabajando en nuestro segundo informe de responsabilidad social.

La Compañía cuenta con programas para ayudar al medio ambiente. En este ámbito se renovó por segundo año, el convenio de colaboración con Fundación San Ignacio de Loyola (FSIL) para la gestión integral de residuos. Todos los residuos de la empresa son recolectados diariamente por la fundación y vendidos a recicladores autorizados. Los recursos económicos captados por la FSIL son canalizados en su totalidad a apoyar su operación y a sacar de la desnutrición a niños de la Sierra Tarahumara en la Clínica Santa Teresita. Estas donaciones medioambientales representaron \$ 291,472.60 pesos en beneficio de esta institución. Asimismo, Genomma Lab comunicó su política de Medio Ambiente, la cual tiene como objetivo contribuir de manera positiva contra el cambio climático, al disminuir el impacto ambiental que representan sus operaciones en el medio ambiente, a través de una gestión adecuada de las actividades internas, cumpliendo y encaminando los esfuerzos en superar los estándares establecidos por las leyes en materia.

En 2012 la Compañía logra consolidar diversos programas de Responsabilidad Social dentro de los 5 ámbitos que enmarcan las iniciativas de Genomma Lab en esta materia: ética empresarial, calidad de vida, vinculación con la comunidad, medio ambiente y comunicación.

A continuación un resumen de los programas y resultados más relevantes:

Se entregaron como donativos en especie 2,545,048 piezas (medicamentos y productos de cuidado personal) apoyando a 17 organizaciones de la sociedad civil. Asimismo, se realizaron donativos económicos por la cantidad de \$ 2,316,290 pesos a 8 organizaciones de la sociedad civil (Asociación Cultural del Rosedal, Fundación Teletón México, Instituto Mexicano de Enfermedades Respiratorias, Consejo de la Comunicación, Aquí nadie se rinde, Copa del Rey, Asociación de A favor de lo Mejor y Patrimonio de la Beneficencia Pública). Bajo el programa de Cadena de Valor Responsable las comunidades indígenas produjeron 3 toneladas de materia prima vegetal generando 315 mil pesos de ingresos para los productores en 2012.

La Lotería Nacional para la Asistencia Pública (Lotería), honra a Genomma Lab con la aparición de su logotipo en 2.4 millones de billetes de la lotería del Sorteo Mayor No. 3412, reconociendo el esfuerzo que realiza para apoyar a la sociedad en los lugares donde es difícil conseguir recursos y hacer llegar la ayuda.

Fundación Genomma Lab patrocinó la producción de un video para el Voluntariado Nacional de Salud para la Secretaría de Salud con el objeto de conocer las actividades de su grupo de voluntariado e incentivar la participación de la población en esta actividad.

Por medio de campaña interna "Alegra un corazón", la farmacéutica mexicana comprometida con la sociedad y su entorno, recolectó entre su personal más de 500 juguetes nuevos, los cuales fueron entregados al Hospital General de México, Juguetón de Tv Azteca y al DIF de Hidalgo para niños de escasos recursos con motivo de las fiestas navideñas.

Se realizó la primera campaña de vacunación contra la Influenza dentro de las instalaciones de Genomma Lab para sus empleados y familiares.

En 2012 Genomma Lab fue reconocida con el premio estatal al altruismo 2102 otorgado por la Junta de Asistencia Privada del Estado de México y el reconocimiento del Dar es Dar otorgado por la Junta de Asistencia Privada del Distrito Federal, por su destacada labor a favor de los más desprotegidos

La Compañía cuenta con los siguientes distintivos y certificaciones: Empresa Socialmente Responsable, Modelo de Equidad de Género, Empresa Incluyente Gilberto Rincón Gallardo, Empresa Familiarmente Responsable, se participó en la Guía ICI Institución Comprometida con la Inclusión (Guía de acción contra la discriminación de CONAPRED) y se reafirmó el compromiso como miembro del Pacto Mundial.

Consideramos que el principal impacto derivado del cambio climático está en nuestra cadena de valor, por lo que estamos trabajando por tener un conocimiento profundo del impacto que un producto de salud, puede tener a lo largo de su ciclo de vida: desde la selección de materias y químicos, producción, transportación y uso final.



### **viii. Información de mercado**

La Compañía participa actualmente en el mercado farmacéutico OTC, en el mercado de productos para el cuidado personal y en el mercado de medicamentos genéricos.

El mercado farmacéutico OTC se encuentra constituido por analgésicos, fórmulas para la tos y el resfriado común, fórmulas para la indigestión, productos medicinales para el cuidado de la piel, medicamentos tradicionales, vitaminas y minerales, y otros productos farmacéuticos OTC. De acuerdo con IMS Health, en 2012 la industria OTC en México creció aproximadamente 2.1% y alcanzó un valor estimado de \$25,619.7 millones de pesos.

Se tiene proyectado que el mercado mexicano de productos farmacéuticos OTC, así como los mercados de productos farmacéuticos OTC en otros países en vías de desarrollo, crezca con mayor rapidez que el mercado de productos farmacéuticos OTC mundial. Aplicando la tasa de crecimiento histórica de IMS Health, llegará a \$30,023.1 millones de pesos en 2015.

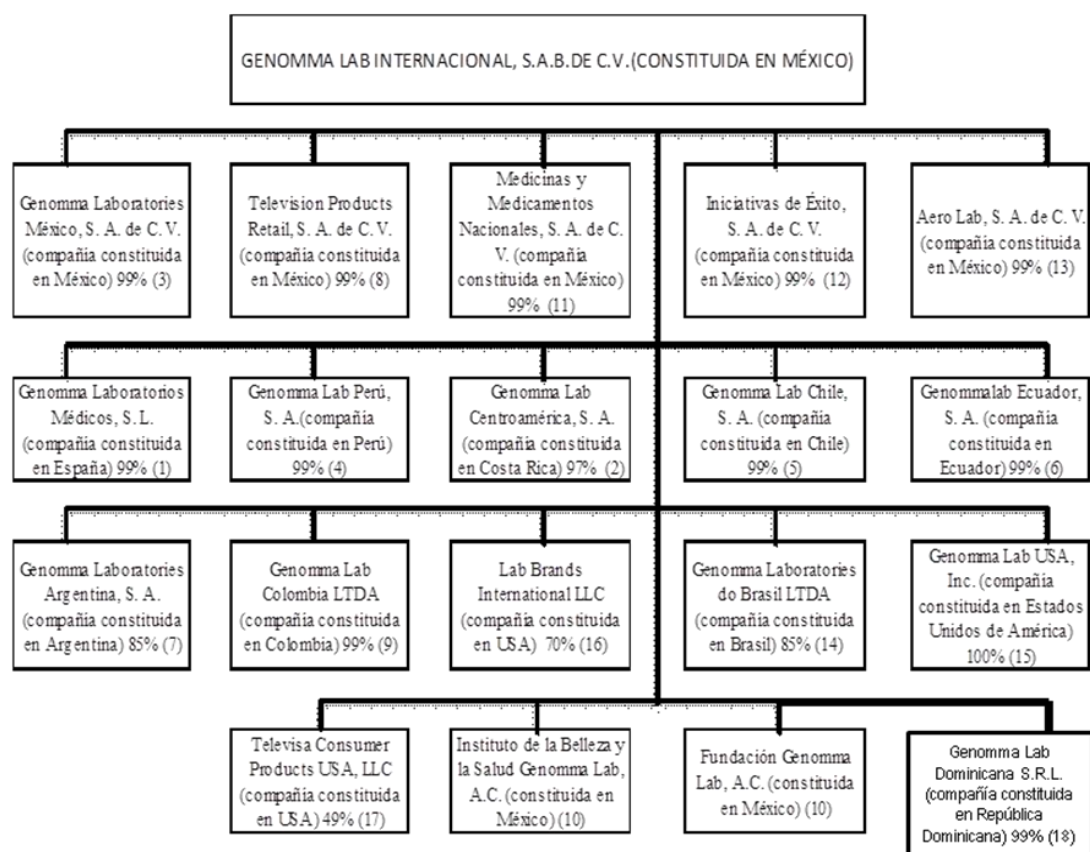
Respecto al mercado de productos para el cuidado personal, el mismo se encuentra actualmente integrado por productos para el cuidado de la piel y para la protección solar, productos para el baño, cosméticos de color, higiene bucal, fragancias y productos para la depilación. De acuerdo con Euromonitor, durante 2012 las ventas de productos de cuidado personal en México tuvieron un valor estimado de \$126,760 millones de pesos. El mercado mexicano de productos de cuidado personal tuvo una tasa de crecimiento anual compuesta del 6.7% de 2007 al 2012. En las proyecciones para el mercado que Euromonitor realizó en 2010, se estimó un crecimiento compuesto anualizado de 3.7% de 2010 a 2015.

Los competidores de la Compañía incluyen a grandes empresas de productos farmacéuticos OTC tales como Bayer AG, Sanofi-Aventis, S.A., Boehringer Ingelheim, Schering-Plough, Procter & Gamble, Bristol-Myers Squibb, Pfizer Novartis AG, Nestlé, Pisa, Wyeth Consumo y sus respectivas subsidiarias y afiliadas, así como compañías de productos de consumo como Colgate-Palmolive de México, S.A. de C.V., Procter & Gamble de México, S.A. de C.V., Jafra Cosmetics International, S.A. de C.V., Pond's de México, S.A. de C.V., Avon Cosmetics, S.A. de C.V., Cosbel, S.A. de C.V., House of Fuller, S.A. de C.V., y sus respectivas subsidiarias y afiliadas, entre otras, mientras que para el mercado de medicamentos genéricos están laboratorios como Kener, Maver, Medley, Laboratorios Pisa, Protein-aptex, Psicofarma, Química y Farmacia, Serral Ultra, entre otros.

## ix. Estructura corporativa

Como se ha señalado con anterioridad, la Compañía se constituyó en 1996. Genomma Lab es, como resultado de la inscripción de las Acciones en el RNV y de la realización de la Oferta Global, una sociedad anónima bursátil de capital variable.

El siguiente diagrama describe la estructura corporativa de la Compañía a la fecha de este Reporte:



- (1) En noviembre de 2009 se adquirió el 14% adicional de las acciones de Genomma Laboratories Médicos, S.L. al señor Ernesto José Serrano Garrido. Genomma Laboratories México, S.A. de C.V. es propietario del 1%.
- (2) Genomma Laboratories México, S.A. de C.V. es el accionista propietario del 2.632% restante de las acciones representativas del capital social de Genomma Lab Centroamérica, S.A.
- (3) Television Products Retail, S.A. de C.V. es el accionista propietario del 0.0001% restante de las acciones representativas del capital social de Genomma Laboratories México, S.A. de C.V.
- (4) Genomma Laboratories México, S.A. de C.V. es el accionista propietario del 0.006% restante de las acciones representativas del capital social de Genomma Lab Perú, S.A.
- (5) Genomma Laboratories México, S.A. de C.V. es el accionista propietario del 0.0005% restante de las acciones representativas del capital social de Genomma Lab Chile, S.A.
- (6) Genomma Laboratories México, S.A. de C.V. es el accionista propietario del 1% restante de las acciones representativas del capital social de Genommalab Ecuador, S.A.
- (7) Continius Growth Ltd. es el accionista propietario del 15% restante de las acciones representativas del capital social de Genomma Laboratories Argentina, S.A.
- (8) Genomma Laboratories México, S.A. de C.V. es el accionista propietario del 0.001% restante de las acciones representativas del capital social de Television Products Retail, S.A. de C.V.
- (9) Genomma Laboratories México, S.A. de C.V. es el accionista propietario del 1% restante de las acciones representativas del capital social de Genomma Lab Colombia Ltda.

- (10) Genomma Laboratories México, S.A. de C.V. está asociada con Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. en la Fundación Genomma Lab, A.C. y en el Instituto de la Belleza y la Salud Genomma Lab, A.C.
- (11) Genomma Laboratories México, S.A. de C.V. es el accionista propietario del 0.0005% restante de las acciones representativas del capital social de Medicinas y Medicamentos Nacionales, S.A. de C.V.
- (12) Genomma Laboratories México, S.A. de C.V. es el accionista propietario del 0.00001% restante de las acciones representativas del capital social de Iniciativas de Éxito, S.A. de C.V.
- (13) Genomma Laboratories México, S.A. de C.V. es el accionista propietario del 0.000002% restante de las acciones representativas del capital social de Aero Lab, S.A. de C.V.
- (14) Maximo Juda es el accionista propietario del 15% restante de las acciones representativas del capital social de Genomma Laboratories do Brasil Ltda.
- (15) Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. es el tenedor de las partes sociales de Genomma Lab USA, Inc.
- (16) Telesistema Mexicano, S.A. de C.V., es el accionista propietario del 30% de las partes sociales restantes.
- (17) Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. es propietario del 49% de las partes sociales y no consolida estas operaciones en sus estados financieros. Telesistema Mexicano, S.A. de C.V., es el accionista propietario del 51% de las partes sociales restantes.
- (18) Genomma Laboratories México, S.A. de C.V. es el accionista propietario del 0.1% restante de las acciones representativas del capital social de Genomma Lab Dominicana, S.R.L.

#### **x. Descripción de sus principales activos**

En 2010, la Compañía decidió adquirir sus propias oficinas corporativas en la zona de Santa Fe en el poniente del Distrito Federal, con la finalidad de cumplir con las necesidades de sus empleados en virtud del crecimiento que se ha tenido en los últimos años. El 25 de febrero de 2010 la Emisora firmó un contrato de compra venta de un inmueble de 6,000 m<sup>2</sup> por un importe de \$ 11.25 millones de dólares.

Las actividades que se llevan a cabo en las oficinas principales de la Compañía incluyen actividades de los funcionarios de alto nivel, innovación y desarrollo de productos, mercadotecnia, publicidad, actividades en materia de producción y posproducción de anuncios televisivos, ventas, operaciones y finanzas. Asimismo, la Compañía, arrenda estudios televisivos ubicados en Cuajimalpa en donde lleva a cabo la filmación de la mayoría de sus anuncios televisivos. Adicionalmente, la Compañía renta en Lerma, Estado de México, unos inmuebles en los que se encuentran un centro de distribución y bodegas, ubicado aproximadamente a 54 kilómetros del Distrito Federal. Las principales actividades llevadas a cabo en los inmuebles ubicados en Lerma incluyen, entre otras, control de calidad, facturación, devoluciones y servicio al cliente, así como el almacenamiento de empaques, etiquetas y tapas.

Las marcas, patentes y licencias de la Compañía constituyen los activos más importantes de ésta para el desarrollo de sus actividades. Para mayor información relativa a los derechos de propiedad industrial y licencias de la Compañía, favor de ver la sección *“La Emisora – Descripción del negocio – Patentes, licencias y marcas y otros contratos”* del presente Reporte.

La Compañía tiene contratadas pólizas de seguros contra todo daño que cubren todos los bienes, muebles e inmuebles de cualquier naturaleza, propios y necesarios al giro del negocio, incluyendo bienes de terceros bajo su custodia y control. Las pólizas de seguro citadas incluyen cobertura en caso de:

- Incendio y/o rayo
- Explosión
- Huelgas
- Riesgos Hidrometeorológicos
- Terremoto y/o Erupción volcánica
- Riesgos diversos, tales como; rotura de cristales, robo de mercancía, dinero y valores, rotura de maquinaria, tecnomaquina, calderas y equipo electrónico

En adición a la póliza antes citada, la Compañía cuenta con pólizas de transporte de embarques de materia prima, producto terminado, producto en proceso, material de empaque, maquinaria, equipo refacciones y accesorios y todo lo relacionado con la fabricación y comercialización de productos farmacéuticos y de belleza y cuidado personal. Esta póliza cubre el riesgo ordinario de tránsito, maniobras de carga y descarga, bodega a bodega de terrestre aéreo, perdida por huelgas de transportes, estadía en recintos fiscales y/o aduanales, contacto con otras cargas, así como del material transportado cubre los daños por robo parcial, robo total, mojadura y oxidación, rotura, derrame, merma, raspadura,

abolladura, dobladura, y manchas. También cuenta con la póliza de Responsabilidad Civil para Consejeros y Funcionarios y pruebas clínicas.

La Compañía considera que los términos y el alcance de las pólizas de seguro contratadas, las cuales han sido expedidas por instituciones de seguros reconocidas a nivel nacional e internacional son consistentes con las prácticas de la industria y son adecuadas para cubrir las necesidades de la Compañía.

#### ***xi. Procesos judiciales, administrativos o arbitrales***

La Emisora, como empresa pública y transparente ha implementado medidas correctivas y preventivas que han disminuido las demandas y controversias legales durante el curso ordinario de sus negocios. La eficacia y oportunidad con que han sido atendidas las demandas y acciones legales que la Emisora enfrenta o llegara a enfrentar en el futuro no representan riesgos relevantes o adicionales.

A la fecha de este Reporte, Genomma Lab ni sus Subsidiarias enfrentan proceso judicial, administrativo o arbitral alguno fuera del curso ordinario de sus negocios que pudiere representar un costo o beneficio igual o mayor al 10% de sus activos, o que pudiere tener un efecto sustancial adverso en su posición financiera, operaciones o desempeño potencial en caso de resolverse en forma desfavorable a la Emisora o a sus Subsidiarias.

La Compañía no se encuentra en ninguno de los supuestos establecidos en los artículos 9 y 10 de la Ley de Concursos Mercantiles y no existe a la fecha de este Reporte riesgo alguno de que la Compañía pueda ser declarada en concurso mercantil.

#### ***xii. Acciones representativas del capital social***

##### Capital social suscrito y pagado

### **2010**

Con fecha 22 de abril de 2010, la asamblea general anual ordinaria y extraordinaria de accionistas de Genomma Lab resolvió, entre otros asuntos, (i) cancelar 2,866,000 (dos millones ochocientos sesenta y seis mil) Acciones representativas del capital social de Genomma Lab adquiridas por la Emisora en términos del artículo 56 de la Ley del Mercado de Valores (las "Acciones Propias") y, consecuentemente, disminuir la parte variable del capital social en la cantidad de \$10,463,032.44 M.N. (diez millones cuatrocientos sesenta y tres mil treinta y dos pesos 44/100 Moneda Nacional); y (ii) llevar a cabo la división (*split*) de la totalidad de las Acciones representativas del capital social de Genomma Lab, mediante la emisión, canje y entrega a los accionistas de 2 (dos) acciones ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, Serie "B", representativas del capital social de la Emisora, por cada Acción de que sean titulares y, consecuentemente, emitir 1,052,749,426 (mil cincuenta y dos millones setecientos cuarenta y nueve mil cuatrocientas veintiséis) nuevas Acciones. Asimismo, la asamblea de accionistas antes mencionada resolvió que la entrega a los accionistas de las nuevas Acciones que les correspondieran con motivo de la división (*split*) aprobada, se llevara a cabo en la fecha de canje de los títulos definitivos que se encontraban depositados en Indeval y, en su caso, en posesión de los accionistas correspondientes, por los nuevos títulos de Acciones que amparen las Acciones emitidas por la Emisora, de conformidad con el aviso que la Emisora emitiese en términos del artículo 34, fracción IV, inciso (b) de las Disposiciones.

Mediante oficio número 153/3488/2010 de fecha 6 de julio de 2010, la CNBV resolvió actualizar la inscripción en el RNV de las Acciones representativas del capital social de Genomma Lab, derivada de la cancelación de las Acciones Propias y la división (*split*) de la totalidad de las Acciones antes descrita. El día 6 de agosto de 2010 se llevó a cabo el canje y entrega de las Acciones representativas del capital social de la Emisora correspondientes a cada accionista con motivo de la división (*split*), así como el correspondiente canje de los títulos definitivos en circulación por nuevos títulos definitivos que reflejan la

cancelación de las Acciones Propias y la división (split) aprobada por la asamblea antes mencionada, a través de Indeval.

## **2011**

Al 31 de diciembre de 2011, el capital social total suscrito y pagado de Genomma Lab asciende a la cantidad de \$1,921,659,351.06 M.N. (mil novecientos veintiún millones seiscientos cincuenta y nueve mil trescientos cincuenta y un pesos 06/100 Moneda Nacional), de la cual la cantidad de \$150,000.00 M.N. (ciento cincuenta mil pesos 00/100 Moneda Nacional) corresponde al capital mínimo fijo suscrito y pagado, y \$1,921,509,351.06 M.N. (mil novecientos veintiún millones quinientos nueve mil trescientos cincuenta y un pesos 06/100 Moneda Nacional) corresponden a la parte variable del capital social suscrito y pagado. Asimismo, el capital social total está representado por un total de 1,052,749,426 (mil cincuenta y dos millones setecientos cuarenta y nueve mil cuatrocientas veintiséis) Acciones, de las cuales 82,176 (ochenta y dos mil ciento setenta y seis) Acciones representan el capital mínimo fijo suscrito y pagado, y 1,052,667,250 (mil cincuenta y dos millones seiscientos sesenta y siete mil doscientas cincuenta) Acciones representan el capital variable suscrito y pagado de Genomma Lab.

## **2012**

Al 31 de diciembre de 2012, el capital social total suscrito y pagado de Genomma Lab asciende a la cantidad de \$1,921,659,351.06 M.N. (mil novecientos veintiún millones seiscientos cincuenta y nueve mil trescientos cincuenta y un pesos 06/100 Moneda Nacional), de la cual la cantidad de \$150,000.00 M.N. (ciento cincuenta mil pesos 00/100 Moneda Nacional) corresponde al capital mínimo fijo suscrito y pagado, y \$1,921,509,351.06 M.N. (mil novecientos veintiún millones quinientos nueve mil trescientos cincuenta y un pesos 06/100 Moneda Nacional) corresponden a la parte variable del capital social suscrito y pagado. Asimismo, el capital social total está representado por un total de 1,052,749,426 (mil cincuenta y dos millones setecientos cuarenta y nueve mil cuatrocientas veintiséis) Acciones, de las cuales 82,176 (ochenta y dos mil ciento setenta y seis) Acciones representan el capital mínimo fijo suscrito y pagado, y 1,052,667,250 (mil cincuenta y dos millones seiscientos sesenta y siete mil doscientas cincuenta) Acciones representan el capital variable suscrito y pagado de Genomma Lab.

### Variaciones de capital social durante los últimos tres años

## **2010**

Al 31 de diciembre de 2010, el capital social total suscrito y pagado de Genomma Lab ascendía a la cantidad de \$1,921,659,351.06 M.N. (mil novecientos veintiún millones seiscientos cincuenta y nueve mil trescientos cincuenta y un pesos 06/100 Moneda Nacional), de la cual la cantidad de \$150,000.00 M.N. (ciento cincuenta mil pesos 00/100 Moneda Nacional) corresponde al capital mínimo fijo suscrito y pagado, y \$1,921,509,351.06 M.N. (mil novecientos veintiún millones quinientos nueve mil trescientos cincuenta y un pesos 06/100 Moneda Nacional) corresponden a la parte variable del capital social suscrito y pagado.

Por acuerdo del Consejo de Administración del 27 de julio de 2010, con el propósito de igualar los importes del capital social reflejados en los registros corporativos y en los estados financieros de la Emisora al 31 de diciembre de 2008 y 2009, respectivamente, y sus notas, se reclasificaron la cuenta de "Prima en suscripción de acciones" a la cuenta de capital social, y los gastos derivados de la oferta pública de acciones de Emisora realizada en junio de 2008, a la cuenta de utilidades retenidas, lo cual quedó reflejado en los estados financieros internos de la Emisora correspondientes al segundo trimestre del año 2010 y notas a los mismos.

## **2011**

Al 31 de diciembre de 2011, el capital social total suscrito y pagado de Genomma Lab no sufrió modificación alguna por lo que asciende a la cantidad de \$1,921,659,351.06 M.N. (mil novecientos

veintiún millones seiscientos cincuenta y nueve mil trescientos cincuenta y un pesos 06/100 Moneda Nacional), de la cual la cantidad de \$150,000.00 M.N. (ciento cincuenta mil pesos 00/100 Moneda Nacional) corresponde al capital mínimo fijo suscrito y pagado, y \$1,921,509,351.06 M.N. (mil novecientos veintiún millones quinientos nueve mil trescientos cincuenta y un pesos 06/100 Moneda Nacional) corresponden a la parte variable del capital social suscrito y pagado.

## 2012

Al 31 de diciembre de 2012, el capital social total suscrito y pagado de Genomma Lab no sufrió modificación alguna por lo que asciende a la cantidad de \$1,921,659,351.06 M.N. (mil novecientos veintiún millones seiscientos cincuenta y nueve mil trescientos cincuenta y un pesos 06/100 Moneda Nacional), de la cual la cantidad de \$150,000.00 M.N. (ciento cincuenta mil pesos 00/100 Moneda Nacional) corresponde al capital mínimo fijo suscrito y pagado, y \$1,921,509,351.06 M.N. (mil novecientos veintiún millones quinientos nueve mil trescientos cincuenta y un pesos 06/100 Moneda Nacional) corresponden a la parte variable del capital social suscrito y pagado.

A continuación se presenta una tabla que describe el capital social de Genomma Lab al 31 de diciembre de 2012, 2011 y 2010:

	Número de acciones			Importe		
	2012	2011	1 de enero de 2011	2012	2011	1 de enero de 2011
Capital fijo Serie B	82,176	82,176	82,176	\$ 150	\$ 150	\$ 150
Capital variable Serie B	<u>1,052,667,250</u>	<u>1,052,667,250</u>	<u>1,052,667,250</u>	<u>1,921,510</u>	<u>1,921,510</u>	<u>1,921,510</u>
	<u>1,052,749,426</u>	<u>1,052,749,426</u>	<u>1,052,749,426</u>	1,921,660	1,921,660	1,921,660
Total				<u>\$ 1,921,660</u>	<u>\$ 1,921,660</u>	<u>\$ 1,921,660</u>

Ver “- *Capital social suscrito y pagado*” para información sobre eventos, la cancelación de Acciones Propias y la división (*split*) de las acciones representativas del capital social de Genomma Lab aprobada por la asamblea general anual ordinaria y extraordinaria de accionistas de fecha 22 de abril de 2010.

### ***xiii. Dividendos***

#### Dividendos pagados durante los últimos 3 años

Durante los últimos tres años la Compañía no realizó pagos de dividendos.

#### Política de dividendos de la Compañía

La Compañía pretende destinar una porción sustancial de sus flujos de efectivo futuros para financiar su plan de expansión y sus requerimientos de capital de trabajo y, al día de hoy, no ha pagado dividendos. La Compañía podría considerar adoptar una política de dividendos en el futuro con base en diversos factores, incluyendo los resultados operativos, la situación financiera y los requerimientos de capital de la Compañía, cuestiones de índole fiscal, prospectos de negocios futuros y otros factores que el Consejo de Administración o los accionistas de la Compañía consideren relevantes, incluyendo los términos y condiciones de instrumentos de deuda futuros que pudieren limitar la posibilidad de que la Compañía pague dividendos. Adicionalmente, el decreto y pago de dividendos podría estar sujeto a limitaciones conforme a las leyes mexicanas.

#### **c) Eventos Subsecuentes**

### Cierre adquisición Tafirol

A principios de 2013, la Compañía, a través de su subsidiaria Genomma Laboratories Argentina S.A., ejerció la opción de compra que tenía para la marca de medicamentos Tafirol.

Tafirol es una marca con alto grado de recordación que tiene más de 14 años en el mercado y se encuentra en la posición número 1 de la categoría de analgésicos en Argentina, en términos de unidades, de acuerdo a IMS Health. Además de analgésicos, participa en las categorías de anti-gripales, descongestivos, analgésicos para la mujer y analgésicos anti-inflamatorios con productos como: Tafirol paracetamol, Tafirol pediátrico jarabe, Tafirol pediátrico gotas, Tafirol T caliente plus, Tafirol mujer, Tafirol forte y Tafirol descongestivo.

Con esta adquisición, Genomma Lab refuerza su posición como líder en el mercado de medicamentos de libre venta (“OTC”) en ese país. De igual manera, esta adquisición apoya la estrategia de expansión internacional de la Compañía.

### Ingreso al IPC Sustentable

La Bolsa Mexicana de Valores informó que Genomma Lab será parte de la lista de emisoras que conformarán la nueva muestra del Índice IPC Sustentable, que será efectiva a partir del 1 de febrero de 2013, y hasta el 31 de enero de 2014.

Las emisoras que forman parte de este índice son aquellas que sobrepasaron el promedio nacional de la calificación conjunta de medio ambiente, responsabilidad social y gobierno corporativo, con base a una evaluación independiente realizada por la casa certificadora EIRIS (Empowering Responsible Investment) y el Centro de Excelencia en Gobierno Corporativo de la Universidad Anáhuac del Sur; y que además cumplieron con los criterios de porcentaje de acciones flotantes y liquidez mínimos requeridos.

### Cancelación de acciones y disminución de la parte variable del capital social

Con fecha 20 de marzo de 2013, la Asamblea General Anual Ordinaria de Accionistas de Genomma Lab resolvió, entre otros asuntos, cancelar 4'016,056 (cuatro millones dieciséis mil cincuenta y seis) acciones ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, Serie “B”, representativas del capital variable de la Emisora y, consecuentemente, disminuir la parte variable del capital social de la Emisora en una cantidad equivalente a la suma del valor teórico de las acciones propias, es decir, en la cantidad de \$7'353,404.07 M.N. (siete millones trescientos cincuenta y tres mil cuatrocientos cuatro pesos 07/100 Moneda Nacional), lo que representó un dividendo implícito para los accionistas del 0.38%.

## **3) Información Financiera**

### **a) Información financiera seleccionada**

La siguiente información financiera presenta un resumen de los estados financieros consolidados de Genomma Lab, preparados conforme a las NIIF o IFRS por sus siglas en inglés, para el periodo que se indica más adelante. Dicha información fue seleccionada y obtenida de los estados financieros consolidados auditados de Genomma Lab, incluyendo los estados de resultados y los balances generales de Genomma Lab para cada uno de los ejercicios concluidos el 31 de diciembre de 2012 y 2011 y 2010 y las notas a los mismos, que forman parte de este Reporte. La información que se señala a continuación debe leerse conjuntamente con la sección “*Información Financiera - Comentarios y análisis de la administración sobre los resultados de la operación y situación financiera de la emisora*” y con los estados financieros consolidados de la Compañía que forman parte integrante de este Reporte. Para cumplir con las disposiciones establecidas por la CNBV, la Compañía adoptó a partir del 1 de enero de 2012, de

forma retrospectiva, el marco contable establecido en las IFRS para la preparación de sus estados financieros. Asimismo, debido a la adopción de las IFRS, se ajustaron cifras del 2011 y 2010 con el fin de tener una base comparable, por lo que hay variaciones respecto a las cifras reportadas originalmente.

	Años concluidos el 31 de diciembre de		
	2012	2011	2010
	(en miles de pesos, excepto acciones e información por acción)		
<b>Estado de Resultados:</b>			
Ventas Netas	9,799,690	8,056,318	6,254,380
Costo de ventas	3,062,130	2,466,135	1,812,388
Gastos de venta, generales y de administración	4,245,037	3,569,821	2,846,330
Otros ingresos (gastos), neto	-402	-19,742	21,747
Utilidad de operación	2,492,121	2,000,620	1,617,409
Resultado integral de financiamiento	-168,120	18,215	-834
Participación en las utilidades de compañía asociada	-1,310	342	-19,112
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	2,322,691	2,019,177	1,597,463
Impuestos a la utilidad	716,723	612,740	489,006
Utilidad neta consolidada	1,605,968	1,406,437	1,108,457
Participación controladora	1,564,936	1,387,249	1,088,064
Participación no controladora	41,032	19,188	20,393
Promedio ponderado de acciones en circulación	1,048,415,780	1,052,529,900	1,052,666,686
Utilidad por acción controladora	1.49	1.32	1.01

	Años concluidos el 31 de diciembre de		
	2012	2011	2010
	(en miles de pesos)		
<b>Balance General:</b>			
Efectivo y equivalentes de efectivo	917,166	1,538,520	1,454,437
Capital de trabajo <sup>(1)</sup>	5,585,764	4,442,998	3,160,206
Activos totales	12,992,590	9,132,239	6,963,304
Préstamos con instituciones financieras	3,458,896	970,000	0
Capital contable	7,018,824	5,544,335	4,092,641



Años concluidos el 31 de diciembre de

	2012	2011	2010
(en miles de pesos)			
<b>Otra información financiera:</b>			
EBITDA <sup>(2)</sup>			
Utilidad neta consolidada	1,605,968	1,406,437	1,108,457
Impuestos a la utilidad	716,723	612,740	489,006
Resultado integral de financiamiento	-168,120	18,215	-834
Participación en las utilidades (pérdidas) de compañía asociada	-1,310	342	-19,112
Depreciación y amortización	66,346	81,944	78,493
EBITDA	2,558,467	2,082,564	1,695,902
Gastos no-recurrentes	49,138	0	0
EBITDA Ajustado <sup>(3)</sup>	2,607,605	2,082,564	1,695,902

(1) El capital de trabajo se calcula restando los pasivos de corto plazo de los activos de corto plazo.

(2) EBITDA representa utilidades (pérdidas) consolidadas más los efectos del impuesto sobre la renta (o beneficio fiscal), resultado integral de financiamiento, participación en compañía asociada y depreciación y amortización. El EBITDA no deberá considerarse como una alternativa de los ingresos netos, como indicador del desempeño operativo de la Compañía, ni como un indicador de liquidez derivado de los flujos de capital provenientes de las actividades operativas de la Compañía. El equipo administrativo de la Compañía considera que EBITDA representa un indicador útil respecto del desempeño de la Compañía, que a su vez es comúnmente utilizado por inversionistas y analistas para evaluar a la Compañía y compararla con otras empresas. Sin embargo, respecto de dichas comparaciones, los inversionistas deberán considerar que EBITDA no está definida ni reconocida como un indicador financiero conforme a las IFRS y podrá ser calculado con fórmulas diferentes por otras compañías.

(3) Para las cifras de enero a diciembre de 2012, el EBITDA fue ajustado agregando Ps. 49.1 millones de gastos no recurrentes relacionados con el proceso de Prestige Brands.

**b) Información financiera por línea de negocio, zona geográfica y ventas de exportación**

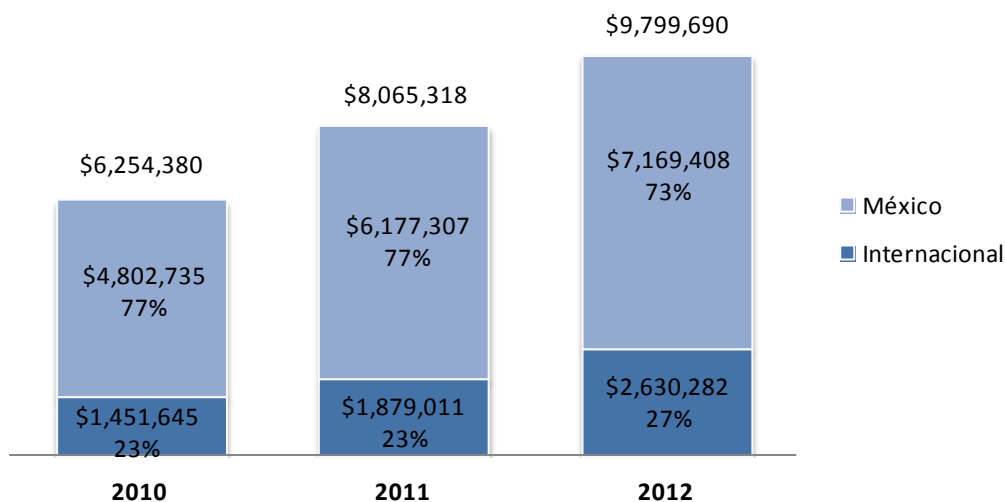
En México, la Compañía comercializa sus productos a través de cadenas de supermercados y distribuidores mayoristas con presencia nacional. Por lo anterior, la Compañía no puede determinar con certeza sus ventas por zona geográfica dentro del país ya que en la mayoría de los casos realiza entregas centralizadas y no controla el destino final de sus productos.

Ventas Netas Consolidadas 2010-2012

(en miles de pesos)

	2010		2011		2012	
<b>Internacional</b>	\$1,451,645	23%	\$ 1,879,011	23%	\$ 2,630,282	27%
<b>México</b>	\$4,802,735	77%	\$ 6,177,307	77%	\$ 7,169,408	73%
<b>Total</b>	\$6,254,380	100%	\$ 8,056,318	100%	\$ 9,799,690	100%

### Ventas Netas Consolidadas 2010-2012 (en miles de pesos)



#### c) Informe de créditos relevantes

En 2011 la Compañía obtuvo un crédito bancario quirografario por un total de hasta \$2,000 millones de pesos, el cual se clasifica en dos: el primero es un crédito a un plazo de 5 años con 2 años de gracia en el pago del principal por la cantidad de hasta \$1,300 millones de pesos y el segundo es un crédito revolvente a 3 años por la cantidad de hasta \$700 millones de pesos. Las instituciones que otorgaron dicho crédito, bajo la modalidad de “Club Deal”, fueron Banco Santander y HSBC. El costo promedio de las dos líneas de crédito es de TIIE + 2.00%.

En 2012 la Compañía obtuvo una línea de crédito revolvente con Banamex por un monto de \$600 millones de pesos, a un plazo de 4 años y con una tasa fija de 6.23%. También obtuvo una línea de crédito con Bancomer por \$700 millones de pesos. El costo de esta línea es de TIIE + 1.30%.

Así mismo a través de su subsidiaria “Genomma Lab Argentina” la Compañía obtuvo una línea de crédito simple a 3 años con Banco Patagonia por 60 millones de pesos argentinos, la cual tiene un costo de 21.5%.

Adicionalmente la Compañía cuenta con dos líneas de crédito comprometida con Santander, la primera por 5 años con 2 años de gracia en el pago del principal por \$850 millones de pesos con un plazo de un año para ser dispuesto y la segunda una línea de crédito en línea por \$200 millones de pesos con un plazo de 1 año. Al 31 de diciembre de 2012 estas líneas no habían sido dispuestas.

#### d) Comentarios y análisis de la administración sobre los resultados de la operación y situación financiera de la emisora

El siguiente análisis está basado en, y debe leerse conjuntamente con la sección “*Información Financiera – Información financiera seleccionada*” y con los estados financieros consolidados y notas a los mismos contenidos en el presente reporte. Los estados financieros consolidados de la Compañía han sido preparados de conformidad con las IFRS. Ciertas cantidades y porcentajes incluidos en este reporte han sido redondeados por lo que, en dicho sentido, las cifras expresadas para el mismo concepto ubicadas en diferentes secciones podrán variar en proporciones menores y ciertas cifras referidas en contextos

diferentes podrán no expresar el resultado aritmético exacto de las cifras que se mencionan en esta sección. Ver “*Información Financiera – Información Financiera Seleccionada*”.

***i. Resultados de la operación***

La siguiente tabla presenta un resumen de los estados financieros consolidados de Genomma Lab, preparados conforme a IFRS para el periodo que se indica más adelante.

	Años concluidos el 31 de diciembre de		
	2012	2011	2010
(en miles de pesos, excepto acciones e información por acción)			
Ventas Netas	9,799,690	8,056,318	6,254,380
Costos y gastos:			
Costo de ventas	3,062,130	2,466,135	1,812,388
Gastos de venta, generales y de administración	4,245,037	3,569,821	2,846,330
Otros ingresos (gastos), neto	-402	-19,742	21,747
Utilidad de operación	2,492,121	2,000,620	1,617,409
Resultado integral de financiamiento:			
Gasto por intereses	-167,521	-72,452	-15,236
Ingreso por intereses	41,651	31,281	26,787
Ganancia (pérdida) cambiaria, neta	-42,250	59,386	-1,732
Pérdida por posición monetaria	0	0	-10,653
	-168,120	18,215	-834
Participación en las utilidades (pérdida) de compañía asociada	-1,310	342	-19,112
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	2,322,691	2,019,177	1,597,463
Impuestos a la utilidad	716,723	612,740	489,006
Utilidad neta consolidada	1,605,968	1,406,437	1,108,457
Participación controladora	1,564,936	1,387,249	1,088,064
Participación no controladora	41,032	19,188	20,393
Utilidad neta consolidada	1,605,968	1,406,437	1,108,457
Utilidad por acción controladora	1.49	1.32	1.01

Periodo concluido el 31 de diciembre de 2012 comparado con el periodo concluido el 31 de diciembre de 2011

***Ventas Netas***

Las Ventas Netas aumentaron 21.6%, alcanzando \$9,799.7 millones de pesos, comparado con \$8,056.3 millones de pesos en 2011. Este incremento es el resultado de: i) un incremento de 9.2% (\$518.5 millones de pesos) de la Línea Base en México, incluyendo las extensiones de línea de estas marcas, alcanzando \$6,136.3 millones de pesos; ii) un incremento de 24.3% (\$136.0 millones de pesos) debido al efecto de los Lanzamientos del Año Anterior en México, incluyendo las recientes extensiones de línea en dichas marcas lanzadas durante el 2011, alcanzando \$695.5 millones de pesos; iii) \$337.5 millones de pesos de Marcas Nuevas en México, debido al lanzamiento de 15 nuevos productos bajo 5 Marcas

Nuevas durante el año; y iv) un incremento de 40.0% (\$751.4 millones de pesos) de las Operaciones Internacionales para alcanzar \$2,630.4 millones de pesos.

### **Costo de Ventas**

El costo de ventas de la Compañía, que se compone principalmente del costo de los productos adquiridos de terceros, materias primas y empaquetamiento, aumentó en 24.2% a \$3,062.1 millones de pesos en 2012, en comparación con \$2,466.1 millones de pesos en 2011. Como porcentaje de Ventas Netas, el costo de ventas incrementó a 31.2% en 2012, en correspondencia con 30.6% en 2011. El margen bruto se disminuyó en 0.6 puntos porcentuales a 68.8%, comparado con 69.4% para el mismo periodo en 2011. Esta disminución de margen se debe principalmente a un cambio en la mezcla de productos, en donde las ventas de nuestros productos de cuidado personal, como porcentaje de Ventas Netas, aumentaron en comparación con el 2011. Estos productos tienen un mayor costo de ventas como porcentaje de Ventas Netas.

### **Gastos de Venta, Generales y de Administración**

Los Gastos Generales, de Venta y Administración para el año completo 2012, como porcentaje de Ventas Netas, disminuyeron 1 punto porcentual para alcanzar 43.3%, comparado con 44.3% en 2011. Esta disminución se debió principalmente a las economías de escala derivadas de un manejo más eficiente de los gastos generales, de venta y administración tanto en México como en nuestras operaciones internacionales.

### **EBITDA**

El EBITDA aumentó 22.9%, alcanzando \$2,558.5 millones de pesos en 2012, comparado con \$2,082.6 millones de pesos en 2011. El margen de EBITDA, como porcentaje de Ventas Netas, aumentó 0.3 puntos porcentuales, para alcanzar 26.1% en 2012, comparado con 25.8% en 2011.

### **EBITDA Ajustado**

El Ebitda Ajustado para el 2012 aumentó 25.2%, alcanzando \$2,607.6 millones de pesos comparado con \$2,082.6 millones de pesos en 2011. El margen de EBITDA Ajustado incrementó 0.8 puntos porcentuales, como porcentaje de Ventas Netas, para alcanzar 26.6% en 2012, comparado con 25.8% en 2011.

### **Utilidad Operativa**

La Utilidad Operativa aumentó 24.6%, alcanzando \$2,492.1 millones de pesos en 2012, comparado con \$2,000.6 millones de pesos en 2011. El margen operativo, como porcentaje de Ventas Netas, aumentó 0.6 puntos porcentuales a 25.4% en 2012, comparado con 24.8% en 2011.

### **Resultado Integral de Financiamiento**

El Resultado Integral de Financiamiento para el 2012 resultó en una pérdida de \$168.1 millones de pesos, que representa una disminución de \$186.3 millones comparado con una ganancia de \$18.2 millones en el 2011. Esta disminución se atribuye principalmente a: i) una pérdida cambiaria de \$42.2 millones de pesos en el 2012, comparado con una ganancia de \$59.4 millones de pesos para el 2011 ii) un aumento en los gastos financieros de \$95.1 millones de pesos como consecuencia de las líneas de crédito dispuestas por la Compañía en el 2012 para llegar a \$95.2 millones de pesos durante el 2012, comparado con \$72.5 millones de pesos durante el 2011; y iii) un mayor ingreso financiero de \$41.8 millones de pesos durante el 2012, comparado con \$31.3 millones de pesos durante el 2011.

### **Impuestos a la Utilidad**

Los Impuestos a la Utilidad de la Compañía aumentaron en 17.0% a \$716.7 millones de pesos en 2012 respecto de los \$612.7 millones de pesos en 2011. El aumento de esta provisión se debe principalmente

al aumento de la utilidad fiscal de la Compañía que deriva del aumento en sus volúmenes de ventas. La tasa efectiva aplicable a la Compañía incrementó para llegar en 2012 a 30.9% contra 30.3% en 2011.

### **Utilidad Neta**

La Utilidad Neta Consolidada para el 2012 aumentó 14.2% a \$1,606.0 millones de pesos, representando un margen de 16.4% sobre Ventas Netas, comparado con \$1,406.4 millones de pesos en 2011, lo que representó un margen de 17.5%.

Periodo concluido el 31 de diciembre de 2011 comparado con el periodo concluido el 31 de diciembre de 2010

### **Ventas Netas**

Las Ventas Netas aumentaron 28.8%, alcanzando \$8,056.3 millones de pesos, comparado con \$6,254.4 millones de pesos en 2010. Este incremento es el resultado de: i) un incremento de 13.3% (\$594.9 millones de pesos) de la Línea Base en México, incluyendo las extensiones de línea de estas marcas, alcanzando \$5,071.3 millones de pesos; ii) un incremento de 67.4% (\$220.1 millones de pesos) 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 \$546.5 millones de pesos; iii) \$559.5 millones de pesos 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% (\$ 427.4 millones de pesos) de las Operaciones Internacionales para alcanzar \$1,879.0 millones de pesos.

### **Costo de Ventas**

El costo de ventas de la Compañía, que se compone principalmente del costo de los productos adquiridos de terceros, materias primas y empaquetamiento, aumentó en 31.6% a Ps. 2,466.1 millones de pesos en 2011, en comparación con Ps. 1,812.4 millones de pesos en 2010. Como porcentaje de Ventas Netas, el costo de ventas incrementó a 30.6% en 2011, en correspondencia con 29% en 2010. El margen bruto se disminuyó en 1.6 puntos porcentuales a 69.4%, comparado con 71.0% para el mismo periodo en 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.

### **Gastos de Venta, Generales y de Administración**

Los Gastos Generales, de Venta y Administración para el año completo 2011, como porcentaje de Ventas Netas, disminuyeron 1.2 puntos porcentuales para alcanzar 44.3%, comparado con 45.5% en 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 que se obtuvo como resultado por el incremento en Ventas Netas en el 2011.

### **EBITDA**

El EBITDA aumentó 22.8%, alcanzando \$2,082.6 millones de pesos en 2011, comparado con \$1,695.9 millones de pesos en 2010. El margen de EBITDA, como porcentaje de Ventas Netas, disminuyó 1.3 puntos porcentuales, para alcanzar 25.8% en 2011, comparado con 27.1% en 2010.

### **Utilidad Operativa**

La Utilidad Operativa aumentó 23.7%, alcanzando \$2,000.6 millones de pesos en 2011, comparado con \$1,617.4 millones de pesos en 2010. El margen operativo, como porcentaje de Ventas Netas, disminuyó 1.1 puntos porcentuales a 24.8% en 2011, comparado con 25.9% en 2010.

## **Resultado Integral de Financiamiento**

El Resultado Integral de Financiamiento para el 2011 fue de \$18.2 millones, que representa un incremento de \$19.0 millones comparado con una pérdida de Ps. 8 millones en el 2010. Este incremento se atribuye principalmente a: i) una ganancia cambiaria de \$59.4 millones de pesos en el 2011, comparado con una ganancia de \$1.7 millones de pesos para el 2010, lo que se debe al impacto en la posición de caja en dólares que derivó de una apreciación importante del dólar contra las monedas con las que opera la Compañía durante el 2011; ii) un aumento en los gastos financieros de \$57.2 millones de pesos como consecuencia de las líneas de crédito dispuestas por la Compañía en el 2011 para llegar a \$72.5 millones de pesos durante el 2011, comparado con \$15.2 millones de pesos durante el 2010; iii) un mayor ingreso financiero de \$31.3 millones de pesos durante el 2011, comparado con \$26.8 millones de pesos durante el 2010; y iv) no hubo pérdida por posición monetaria en el 2011, comparado con una pérdida de \$10.7 millones de pesos el 2010.

## **Impuestos a la Utilidad**

Los Impuestos a la Utilidad de la Compañía aumentaron en 25.3% a Ps. 612.7 millones de pesos en 2011 respecto de los Ps. 489.0 millones de pesos en 2010. El aumento de esta provisión se debe principalmente al aumento de la utilidad fiscal de la Compañía que deriva del aumento en sus volúmenes de ventas. La tasa del Impuesto Sobre la Renta en México fue del 28% en 2009, incrementó a 30% desde 2010 y hasta 2013. Estos cambios en la tasa del Impuesto Sobre la Renta se deben a un cambio en la ley tributaria en México debido a la crisis de 2008. La tasa efectiva aplicable a la Compañía decreció a consecuencia del efecto de diferencias en partidas permanentes para llegar en 2011 al 30% contra el 31% en 2010.

## **Utilidad Neta**

La Utilidad Neta Consolidada para el 2011 aumentó 26.9% a \$1,406.4 millones de pesos, representando un margen de 17.5% sobre Ventas Netas, comparado con \$1,108.5 millones de pesos en 2010, lo que representó un margen de 17.4%.

En 2011 la Compañía obtuvo un crédito bancario quirografario por un total de hasta \$2,000 millones de pesos, el cual se clasifica en dos: el primero es un crédito a un plazo de 5 años con 2 años de gracia en el pago del principal por la cantidad de hasta \$1,300 millones de pesos y el segundo es un crédito revolvente a 3 años por la cantidad de hasta \$700 millones de pesos. Las instituciones que otorgaron dicho crédito, bajo la modalidad de "Club Deal", fueron Banco Santander (México), S.A. y HSBC México, S.A. El costo promedio de las dos líneas de crédito es de TIIE + 2.00%.

En 2012 la Compañía obtuvo una línea de crédito revolvente con Banamex por un monto de \$600 millones de pesos, a un plazo de 4 años y con una tasa fija de 6.23%. También obtuvo una línea de crédito con Bancomer por \$700 millones de pesos. El costo de esta línea es de TIIE + 1.30%. Así mismo a través de su subsidiaria "Genomma Lab Argentina", la Compañía obtuvo una línea de crédito simple a 3 años con Banco Patagonia por 60 millones de pesos argentinos, la cual tiene un costo de 21.5%.

## **ii. Situación financiera, liquidez y recursos de capital**

Históricamente, la Compañía ha financiado sus operaciones y la compra de nuevas marcas, a través de una combinación de recursos internos y recursos obtenidos de financiamientos. Para el año 2012, los principales usos del efectivo son capital de trabajo, inversiones, (incluyendo inversiones de capital fijo), adquisición de nuevas marcas y pagos anticipados.

### Recursos generados por la operación

*Periodo concluido el 31 de diciembre de 2012 en comparación con el periodo concluido el 31 de diciembre de 2011.* En 2012 la Compañía registró recursos netos utilizados en actividades de operación

por \$107.1 millones de pesos, en comparación con recursos generados por la operación de \$74.5 millones de pesos en 2011. La disminución en recursos generados por la operación en 2012 deriva principalmente de la utilidad neta obtenida en 2012, ajustada por partidas que no requieren uso de efectivo, por la cantidad de \$2,547.3 millones de pesos, en comparación con \$2,155.8 millones de pesos en 2011. En 2012 los requerimientos de capital de trabajo fueron de \$2,654.3 millones de pesos en comparación con \$2,081.3 millones de pesos en 2011.

*Periodo concluido el 31 de diciembre de 2011 en comparación con el periodo concluido el 31 de diciembre de 2010.* La Compañía obtuvo \$74.5 millones de pesos en recursos generados por la operación, en comparación con \$843.4 millones de pesos en 2010. El aumento en recursos generados por la operación en 2011 deriva principalmente de la utilidad neta obtenida en 2011 por la cantidad de \$1,406.4 millones de pesos, ajustada por partidas que no requieren del uso de efectivo, en comparación con una utilidad neta de \$1,088.1 millones de pesos en 2010. En 2011 el capital de trabajo aumentó en \$1,282.8 millones de pesos para alcanzar la cantidad de \$4,443.0 millones de pesos, en comparación a \$3,160.2 millones de pesos en 2010.

#### Recursos generados por actividades de financiamiento

*Periodo concluido el 31 de diciembre de 2012 en comparación con el periodo concluido el 31 de diciembre de 2011.* En 2012 la Compañía obtuvo recursos netos por las actividades de financiamiento por \$2,233.2 millones de pesos en comparación con los recursos generados por \$895.3 millones de pesos en 2011. El aumento de recursos netos utilizados de actividades de financiamiento en 2012 es resultado de los desembolsos realizados a las líneas de crédito utilizados principalmente para financiar las adquisiciones de marcas.

*Periodo concluido el 31 de diciembre de 2011 en comparación con el periodo concluido el 31 de diciembre de 2010.* En 2011 la Compañía obtuvo recursos netos por las actividades de financiamiento por \$895.3 millones de pesos en comparación con los recursos generados por \$49.3 millones de pesos en 2010. El aumento de recursos netos utilizados de actividades de financiamiento en 2011 es resultado de los desembolsos realizados a las líneas de crédito adquiridas en 2011 utilizados principalmente para financiar las adquisiciones de marcas.

#### Recursos generados de actividades de inversión

*Periodo concluido el 31 de diciembre de 2012 en comparación con el periodo concluido el 31 de diciembre de 2011.* En 2012 la Compañía registró recursos netos utilizados de actividades de inversión por \$2,687.7 millones de pesos en comparación con \$959.8 millones de pesos netos utilizados en actividades de inversión en 2011. Los recursos netos utilizados de actividades de inversión en 2012 se componen principalmente de adquisiciones de marca y otros activos.

*Periodo concluido el 31 de diciembre de 2011 en comparación con el periodo concluido el 31 de diciembre de 2010.* En 2011 la Compañía registró recursos netos utilizados de actividades de inversión por \$959.8 millones de pesos en comparación con \$413.9 millones de pesos netos utilizados en actividades de inversión en 2010. Los recursos netos utilizados de actividades de inversión en 2011 se componen de la compra de inmuebles, planta y equipo, así como de adquisiciones de marca.

#### Obligaciones contractuales y acuerdos comerciales

La siguiente tabla contiene un resumen de la información relativa a las obligaciones contractuales y compromisos comerciales al 31 de diciembre de 2012:

**Pagos y vencimientos por periodo**

<b>Obligaciones contractuales</b>	<b>Menos de 1 año</b>	<b>1 a 3 años</b>	<b>Más de 3 años</b>	<b>Total</b>
Préstamos bancarios incluyendo porción circulante de la deuda a largo plazo	\$ 406,621	\$ 2,352,275	\$ 700,000	\$ 3,458,896
Cuentas y documentos por pagar a proveedores	\$ 1,218,663	-	-	\$ 1,218,663
Otras cuentas por pagar y pasivos acumulados	\$ 729,749	\$ 24,572	\$ 37,649	\$ 791,970

Estacionalidad y requerimientos de créditos

En virtud de que, históricamente, el último trimestre de cada año ha representado el trimestre con mayores ventas respecto de ventas totales, el financiamiento a clientes y la creación de inventario para cubrir la demanda de dicho periodo generan un aumento en los requerimientos de capital de trabajo. Las líneas de crédito con las que actualmente cuenta la Compañía son suficientes para financiar los requerimientos puntuales de dicho periodo.

Liquidez

A continuación se presenta un resumen en relación con los índices de liquidez de la Compañía al 31 de diciembre de los últimos 3 años:

<b>Índices de liquidez</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
Activo Circulante / Pasivo Corto Plazo	3.12	3.03	3.03
Activo Circulante - Inventarios /Pasivo Corto Plazo	2.73	2.53	1.83

Políticas que rigen la tesorería

La Compañía invierte en forma individual sus recursos con base en sus necesidades de flujo de efectivo, considerando el plazo y el riesgo requerido con el fin de optimizar el costo financiero.

El efectivo y las inversiones temporales se mantienen en pesos y en moneda extranjera, dependiendo de los requerimientos y de las necesidades de liquidez de la Compañía con base en su flujo de efectivo y su estructura de deuda. Cualquier excedente de efectivo de la Compañía se invierte con instituciones financieras de primer orden en instrumentos con bajo riesgo, conforme lo determine la administración de la Compañía.

Pronunciamientos contables recientes

Ver Nota 24 a los estados financieros consolidados de la Compañía que forman parte integrante de este Reporte, en relación con los efectos de adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera.

Endeudamiento

<b>Razones de Cobertura</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>
Deuda /EBITDA	1.35	0.45
Deuda Neta/EBITDA	1.01	(.27)
Cobertura de Intereses	15.3	28.7



### **iii. Control interno**

La Compañía ha venido documentando las políticas y procedimientos de control interno por escrito los cuales ofrecen seguridad de las operaciones que realiza. Los sistemas de la Compañía tienen un administrador de usuarios y claves diferentes para cada usuario y a su vez cada usuario tiene permisos y atributos específicos, lo que permite controlar las operaciones que se realizan a través del sistema.

El Comité de Auditoría es el órgano que se encarga de vigilar y dar seguimiento al control interno y así garantizar el cumplimiento de las normas establecidas. La administración considera que el control interno de la Compañía proporciona una seguridad razonable para evitar errores e irregularidades y detectar oportunamente los que lleguen a ocurrir, ofreciendo certidumbre adecuada con respecto a la eficiencia de las operaciones, la confiabilidad de la información financiera y el cumplimiento de las normas de información financiera, leyes y reglamentos aplicables. Por otra parte, la Compañía cuenta con sistemas informáticos, que permiten obtener información diariamente y que mantienen bases de datos, dichos sistemas facilitan la preparación eficiente e integral de informes financieros.

No obstante, existen otros procedimientos de control que aseguran el correcto registro de las operaciones como son las conciliaciones mensuales que se realizan para todas las cuentas del balance. Existen procedimientos de control interno paralelos al sistema que validan información como por ejemplo en el área de tesorería, contraloría de ventas y control presupuestal.

Actualmente la Compañía utiliza Microsoft Dynamics Nav (MS Dyn Nav) para manejar la contabilidad (cuentas por cobrar, cuentas por cobrar y diario general) y para los módulos de inventarios, compras y ventas Scale de Manhattan (inventarios) y MS Dyn Nav (compras y ventas).

#### **e) Estimaciones, provisiones o reservas contables críticas**

Los estados financieros consolidados de la Compañía fueron preparados de conformidad con las IFRS, mismas que, en base a las políticas de la Compañía, requieren de ciertas estimaciones y del juicio del equipo administrativo de Genomma Lab. El equipo administrativo de Genomma Lab utiliza su juicio y basa sus estimaciones en la experiencia histórica y tendencias presentes, así como en otros factores que considera necesarios en la fecha en que deben realizarse dichas estimaciones. Las estimaciones son revisadas regularmente tomando en consideración los cambios en el negocio de la Compañía, la industria y en la economía en general.

La Compañía considera que las estimaciones y asunciones utilizadas son apropiadas respecto a la circunstancia específica, en la fecha en que las mismas se realizaron. Sin embargo, los resultados de la Compañía podrán diferir de los estimados incluidos en la información financiera consolidada de la Compañía.

Algunas de las principales políticas contables de la Compañía se describen a continuación. Véase la Nota 3 de los estados financieros consolidados dictaminados de la Compañía que forman parte integrante de este Reporte, para mayor descripción de las principales políticas contables de la Compañía.

#### Estimación de devoluciones esperadas

La Compañía mantiene en su contabilidad una reserva por devoluciones esperadas la cual se basa en las devoluciones que se esperan tener al final del periodo contable. El análisis de la Compañía se basa en inventarios existentes y en la experiencia histórica de devoluciones como un porcentaje de ventas. La política de devoluciones de la Compañía fue modificada en 2008 cuando Genomma Lab adoptó la política de no aceptar devoluciones de productos que no hubieren sido introducidos al mercado recientemente. Los resultados del periodo anterior reconocen una mayor probabilidad de devoluciones de productos.

#### Estimación de cuentas incobrables

La Compañía mantiene una reserva para cuentas incobrables que se basa en la cantidad que, en base a las políticas de la Compañía, el equipo administrativo de Genomma Lab considera suficiente para cubrir

pérdidas derivadas de cuentas por cobrar que posiblemente no serán cobradas dentro del periodo correspondiente. La reserva por cuentas incobrables de la Compañía se basa en el análisis de pérdidas anteriores y en los riesgos del portafolio actual de la Compañía, misma que se encuentra definida en la política de crédito y cobranza vigente.

#### **4) Administración**

##### **a) Auditores externos**

Los estados financieros consolidados de la Compañía por los ejercicios sociales concluidos el 31 de diciembre de 2012 y 2011 incluidos en este Reporte, han sido dictaminados por Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., integrante de Deloitte Touche Tohmatsu Limited.

A la fecha del presente, los auditores externos independientes de la Compañía no han emitido opiniones con salvedades, opiniones negativas, ni se han abstenido de emitir opinión alguna respecto de los estados financieros de la Compañía.

El Consejo de Administración de la Compañía es el encargado de nombrar al despacho de auditores externos responsable de dictaminar los estados financieros de la Compañía, para lo cual deberá contar con la recomendación del Comité de Auditoría.

Adicionalmente a los servicios de auditoría externa, Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C. ha proporcionado a la Compañía, de tiempo en tiempo, diversos servicios profesionales tales como asesoría en materia de impuestos. Los honorarios que la Compañía ha pagado en relación con los servicios antes mencionados no son significativos.

Mediante resolución adoptada fuera de sesión el Consejo de Administración con fecha de 26 de julio del 2012 , previa opinión favorable del Comité de Auditoría de la Emisora se ratificó a Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., como auditores externos de la Emisora para el ejercicio social 2013, y se aprobó la destitución de C.P.C. José A. Rangel Sánchez y la designación del C.P.C. Walter Giovanni Frassetto Valdés como el socio responsable de dicha firma de auditores en la prestación de dichos servicios ..

##### **b) Operaciones con personas relacionadas y conflictos de interés**

La Compañía ha celebrado y en el futuro podría celebrar operaciones con sus accionistas y con afiliadas de sus accionistas. La Compañía considera que estas operaciones se han celebrado en términos no menos favorables para la Compañía que aquéllos que pudieran haberse obtenido de terceros no relacionados, es decir, en términos de mercado.

Conforme a lo requerido por la LMV, el Consejo de Administración de la Compañía deberá aprobar las operaciones que se llegasen a celebrar con los accionistas de la Compañía y/o con sus respectivas afiliadas, después de escuchar la opinión del Comité de Prácticas Societarias y, en ciertos casos, después de obtener las opiniones de expertos independientes.

##### Servicios administrativos

La Compañía ha realizado pagos a ciertas personas relacionadas y empresas propiedad de sus funcionarios de alto nivel y consejeros en relación con la administración de la misma.

##### **c) Administradores y accionistas**

La administración de la Compañía está confiada a un Consejo de Administración, el cual actualmente se encuentra integrado por 11 consejeros propietarios, quienes son designados o ratificados cada año en la asamblea general anual ordinaria de accionistas de la Compañía. Los actuales miembros propietarios y

suplentes del Consejo de Administración de la Compañía fueron ratificados y en algunos casos designados con fecha 29 de marzo de 2012. El Consejo de Administración se reúne, por lo menos, de forma trimestral. De conformidad con lo establecido en la LMV y en los estatutos sociales de la Compañía, por lo menos el 25% de los miembros del Consejo de Administración de la Compañía deben ser independientes, en términos de la LMV. Los estatutos sociales de la Compañía establecen que la asamblea de accionistas podrá designar por cada consejero propietario, a su respectivo suplente. Lo anterior, en el entendido de que los consejeros suplentes de los consejeros independientes deberán tener ese mismo carácter.

Las facultades y requisitos para el funcionamiento del Consejo de Administración se describen en la sección “*Administración – Estatutos sociales y otros convenios.*”

La siguiente tabla establece la integración actual del Consejo de Administración de la Compañía:

<b>Consejeros Propietarios</b>	<b>Consejeros Suplentes</b>
Rodrigo Alonso Herrera Aspra <sup>***(1)</sup>	Renata Virginia Herrera Aspra <sup>(1)</sup>
Sabrina Lucila Herrera Aspra <sup>***(1)</sup>	Renata Virginia Herrera Aspra <sup>(1)</sup>
Arturo José Saval Pérez <sup>**</sup>	Alejandro Diazayas Oliver
Luis Alberto Harvey MacKissack <sup>**</sup>	Alejandro Diazayas Oliver
Gerardo de Nicolás Gutiérrez*	No designado
Fernando Paiz Andrade*	No designado
Juan Alonso*	No designado
Luis Ernesto Maccise Uribe*	No designado
José Manuel Sáinz González*	No designado
José Luis Fernández Fernández*	No designado
Andrés Conesa Labastida*	No designado

\* Consejeros Independientes

\*\* Consejeros Patrimoniales

\*\*\* Consejeros Patrimoniales Relacionados

(1) El señor Rodrigo Alonso Herrera Aspra, y las señoras Sabrina Lucila Herrera Aspra y Renata Virginia Herrera Aspra, son hermanos.

A continuación se presenta la información biográfica de cada uno de los consejeros de la Compañía:

**Rodrigo Alonso Herrera Aspra**, Presidente del Consejo. El Sr. Herrera tiene más de 16 años de experiencia en mercadotecnia y estrategias de posicionamiento de marca. Sus funciones principales se enfocan a la coordinación y supervisión del material publicitario producido por la Compañía y el desarrollo mercadológico de los productos y las campañas de publicidad. El Sr. Herrera cuenta con estudios en ingeniería y administración en la Universidad Anáhuac y es egresado de la Maestría en Alta Dirección del Colegio de Graduados en Alta Dirección.

**Sabrina Lucila Herrera Aspra**, Consejero. La Lic. Herrera colaboró durante 15 años en diferentes empresas, incluyendo Posadas de México, en las áreas de Relaciones Públicas y Administración y Finanzas. A partir de 1998 se incorpora a Genomma Lab a manejar las ventas internacionales de la Compañía. En 2004, ya como Directora de Operaciones Internacionales, inicia la apertura en los mercados latinoamericanos, replicando el modelo de negocios de la Compañía. Tiene una Licenciatura

en Informática de la Universidad Anáhuac, tiene una Maestría en Alta Dirección del Colegio de Graduados de Alta Dirección.

**Arturo José Saval Pérez**, Consejero. El Ing. Saval es socio director de Nexxus Capital desde 1998 y cofundador de los fondos de capital privado manejados por Nexxus Capital. Cuenta con más de 30 años de experiencia en capital de riesgo, banca de inversión y banca comercial, y ha participado en numerosas operaciones de deuda y de capital, tanto públicas como privadas, así como en diversos proyectos de asesoría financiera. Antes de incorporarse a Nexxus Capital, el Ing. Saval ocupó diversos cargos de alto nivel en Grupo Financiero Santander (México). Anteriormente, el Ing. Saval ocupó cargos en los departamentos de banca corporativa, banca comercial y banca de inversión de Grupo Financiero GBM Atlántico, Interacciones y Grupo Financiero Serfin, en donde fue miembro del Consejo de Administración y de los comités de inversión de diversas instituciones financieras y sociedades de inversión. El Ing. Saval es miembro del Consejo de Administración de Nexxus Capital, Grupo Sports World, Crédito Real, Harmon Hall, Genomma Lab Internacional, Diamex, Grupo Hotelero Santa Fe, Taco Holding, Moda Holding y BOMI de México. El Ing. Saval es miembro del comité de inversión de todos los fondos manejados por Nexxus Capital. También es miembro del Consejo de Administración de la Asociación de Capital Privado de Latinoamérica y recientemente fue elegido como Director del consejo de AMEXCAP, la Asociación Mexicana de Capital Privado. El Ing. Saval es egresado de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad Iberoamericana, y estudió una Especialidad en Análisis Financiero en la Universidad de Michigan y un Diplomado en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.

**Luis Alberto Harvey MacKissack**, Consejero. El Lic. Harvey es socio de Nexxus Capital y cofundador de los fondos de capital privado manejados por Nexxus Capital. El Lic. Harvey tiene aproximadamente 23 años de experiencia en banca de inversión y capital de riesgo. Antes de fundar Nexxus Capital, el Lic. Harvey ocupó varios cargos en Grupo Bursátil Mexicano, Fonlyser, Operadora de Bolsa, y Servicios Industriales Peñoles. Su experiencia incluye diversas operaciones de capital privado y con empresas públicas, incluyendo las ofertas públicas iniciales de varias empresas mexicanas en la Bolsa y en varios mercados internacionales. El Lic. Harvey es miembro del Consejo de Administración de Nexxus Capital, Homex, Grupo Sports World, Genomma Lab Internacional, Crédito Real, Harmon Hall, Diamex, Grupo Hotelero Santa Fe, Taco Holding y Moda Holding, entre otros, y es miembro del comité de inversión de todos los fondos operados por Nexxus Capital. El Lic. Harvey es egresado de la licenciatura en Economía del Instituto Tecnológico Autónomo de México y estudió una Maestría en Administración de Empresas con especialidad en Finanzas en la Universidad de Texas en Austin.

**Fernando Paiz Andrade**, Consejero Independiente. Desde 2010, el señor Paiz ha sido el Presidente de Centrans, S.A. Anteriormente, hasta el 2010, el señor Paiz trabajó para Wal-Mart Centroamérica, donde ocupó diversos cargos, incluyendo presidente y vicepresidente. Asimismo, ocupó el cargo de vicepresidente de CARHCO, del cual fue promovido al cargo de presidente de La Fragua. El señor Paiz ha sido un emprendedor en diversas áreas y fue presidente fundador de Interforest Ltd., Petco Internacional, Asesoría y Consultoría Técnica, Factorent, Mangosa y Convergence Communications. El señor Paiz ha tenido amplia actividad en diversas asociaciones civiles como Paiz Foundation de la que fue presidente del consejo, presidente fundador de American Friends of Guatemala, consejero de la Universidad Zamorano, presidente de Maya Route Foundation, miembro del consejo de Utz Kapeh Foundation, y lo más reciente como presidente fundador de Fundación Patrimonio Cultural y Natural Maya (PACUNAM). El señor Paiz se graduó con honores en Northeastern University con grado de bachiller en Ingeniería Industrial en 1973, y concluyó sus estudios de Maestría en Administración en el Massachusetts Institute of Technology en 1989.

**Gerardo de Nicolás Gutiérrez**, Consejero Independiente. A la fecha, el Ing. de Nicolás ocupa el cargo de director general y presidente del comité ejecutivo del Consejo de Administración de Desarrolladora Homex, S.A.B. de C.V. De octubre de 2006 a junio de 2007, el Ing. de Nicolás se desempeñó como Director de Planeación Estratégica de Homex. Antes de asumir la Dirección General, fungió como gerente de construcción y gerente de sistemas de Homex. Ocupó el cargo de presidente del comité de emisoras de la Bolsa del 2005 al 2007. El Ing. de Nicolás es egresado de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad Panamericana y obtuvo una Maestría en el Campus Guadalajara del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM).

**Juan Alonso**, Consejero Independiente. El señor Alonso es actualmente director general de ZAO Future Technologies, una de las compañías constructoras de casas de lujo más grandes de Rusia. La marca es conocida en Rusia como SUN CITY Developments. En marzo de 2007, el señor Alonso celebró un contrato de asociación con BSG Investments de Israel, la desarrolladora de bienes raíces en Rusia y la Comunidad de Estados Independientes, para desarrollar cerca de un millón de metros cuadrados de bienes raíces comerciales y residenciales en Rusia. El señor Alonso es también accionista mayoritario de ZAO SILVER Nizhny Novgorod, la embotelladora nacional de agua de Nestlé en Rusia. Anteriormente, el señor Alonso fue presidente de Domino's Pizza Jalisco, S.A. de C.V., franquiciatario maestro de Domino's Pizza en el centro de México, así como el accionista mayoritario de Baskin Robbins D.F.

**Luis Ernesto Maccise Uribe**, Consejero Independiente. El Lic. Maccise es actualmente Director General y propietario de Grupo Mac, una compañía editorial, la cual es editora de medios impresos que incluyen "The News", "El Reloj de Hidalgo", "Estadio", "El Corregidor", "Revista Cambio" y "El diario", entre otras. El Lic. Maccise es también Presidente del Consejo de participación Ciudadana para la Procuración de Justicia del Estado de México y Delegado en el Estado de México y Consejero Nacional de la Cruz Roja Mexicana y Vicepresidente de Fundación Sedemex A.C. Anteriormente, el Lic. Maccise fue Director General en Grupo Radiodifusoras Capital, Director General en MYM Comunicación integral, Socio-fundador de Nutrivien y de Telecapital. El Lic. Maccise es Licenciado en Sistemas Computacionales Administrativos y tiene un Diplomado en Creación Empresarial, ambos realizados en el Tecnológico de Monterrey (Campus Toluca).

**José Manuel Sáinz González**, Consejero Independiente. El Dr. Sáinz González es médico cirujano con especialidad en cirugía general y laparoscópica con 25 años de experiencia y actualmente realiza consultas médicas privadas. Anteriormente, el Dr. Sáinz González fungió como: médico y miembro del Comité de Higiene y Seguridad Industrial de la empresa "Varta" y como médico de "Bandas Transportadoras, S.A. de C.V.", profesor de cirugía y médico de base del servicio de cirugía general en el Hospital General Zona Número 1 "Gabriel Mancera" IMSS. El Dr. Sáinz González es miembro de diversas asociaciones Médicas, incluyendo el Consejo Mexicano de Cirugía General y el Consejo Mexicano de Laparoscopia. El Dr. Sáinz González es egresado de la carrera de Medicina de la Universidad La Salle, realizó el Internado de Pregrado en el Hospital Español de México, tiene estudios de Post- Grado realizados en el Hospital General del Centro Médico Nacional IMSS y una Maestría en Administración de Hospitales y Salud Pública en el Instituto de Estudios Superiores en Administración Pública.

**José Luis Fernández Fernández**, Consejero Independiente. Contador Público egresado de la Universidad Iberoamericana. Prestó sus servicios en el despacho Prieto, Castillo y Asociados, S.C. durante dos años. Posteriormente, en los departamentos de Impuestos y Auditoría de la firma Ruiz, Urquiza y Cía., S.C., representante en México de Arthur Andersen & Co. Se incorporó a CHEVEZ, RUIZ, ZAMARRIPA Y CIA., S.C. desde su inicio, el 1° de septiembre de 1981, donde posteriormente se le promovió a asociado. Se le admitió como socio a partir del 1° de enero de 1989. Es miembro del Colegio de Contadores Públicos de México, A.C., del Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. y del Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas. Fue Presidente de la Comisión Fiscal del Instituto Mexicano de Contadores Públicos por el bienio 1993-1995 así como del Comité Fiscal del Grupo de la Ciudad de México del Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas por el bienio 1995-1996, y Presidente del Comité Fiscal del IMEF Nacional por el bienio 2003-2004. Es miembro del Comité Fiscal del Capítulo de la Ciudad de México del Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas desde 1996. Fue miembro del Consejo Asesor Fiscal de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público durante 1995 y 1996. Participó en el "Programa de Desarrollo para Consejeros" impartido por el Centro de Excelencia en Gobierno Corporativo y la Bolsa Mexicana de Valores. Participa como Consejero y miembro de Comités de Auditoría en diversas empresas, entre las que destacan Grupo Televisa, S.A.B., Mexichem, S.A. B. de C.V., Banco Bx+, S.A., y Grupo Financiero Bx+ S.A., Sport City Universidad, S.A. de C.V., Club de Golf Los Encinos, S.A., Grupo Pochteca, S.A.B. de C.V., Global Assurance Brokers Agente de Seguros y de Fianzas, S.A. de C.V. y Arca Continental, S.A.B. de C.V.

**Andrés Conesa Labastida**, Consejero Independiente. El Lic. Conesa Labastida se ha desempeñado como Director General de Grupo Aeroméxico desde 2005. Estudió la Licenciatura en Economía en el Instituto Tecnológico Autónomo de México y el doctorado en Economía en el Massachusetts Institute of Technology (MIT). Para la realización de sus estudios de postgrado obtuvo las Becas Fulbright y Ford Mac Arthur. En 1997 fue galardonado con el Premio Nacional de Economía que otorga Banamex a nivel

investigación (Doctorado). El Dr. Conesa tiene una amplia trayectoria en el sector de la aviación. En 2003 se desempeñó como miembro del Consejo de Administración de Cintra. Posteriormente, el 15 de diciembre de 2004, la Asamblea de Accionistas de Cintra (ahora Grupo Aeroméxico) lo nombró Presidente del Consejo de Administración de la empresa. El Dr. Conesa es miembro del Consejo de la IATA, así como miembro de los consejos de la ALTA y de Skyteam. Adicionalmente, se ha desempeñado como miembro de los Consejos de Administración de Aeromexpress, Alas de América y Seat. En su desarrollo profesional ha ocupado diversas posiciones dentro de la Administración Pública Federal entre las que destacan las siguientes: Coordinador de Asesores del Subsecretario de Hacienda y Crédito Público (1997-1998), Director General de Asuntos Hacendarios Internacionales de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (1998-2000). Posteriormente, fue nombrado Director General de Planeación Hacendaria de la misma Secretaría (2000-2003) y Jefe de la Unidad de Crédito Público de la misma Secretaría (2003-2004).

#### Designación de Consejeros

El día 29 de marzo de 2012, i) la Compañía recibió las renunciaciones de los señores Pablo José Monroy Cazorla y Sergio Herrera Terrones, a sus cargos como miembro propietario y suplente del Consejo de Administración, respectivamente, y del señor Pedro Solís Cámara Jiménez Canet, como miembro propietario del Consejo de Administración y Presidente del Comité de Auditoría, y ii) se designó al señor José Luis Fernández Fernández, como miembro propietario del Consejo de Administración y Presidente del Comité de Auditoría, y al señor Andrés Conesa Labastida, como miembro propietario del Consejo de Administración de la Compañía.

Los actuales miembros del Consejo de Administración de la Compañía fueron ratificados y en algunos casos designados por la asamblea general anual ordinaria de accionistas de la Compañía celebrada el 29 de marzo de 2012. Los consejeros permanecerán en sus cargos durante un plazo de un año y deberán continuar en los mismos aun cuando hubiere concluido el plazo para el que hayan sido designados o por renuncia al cargo, hasta por un plazo de 30 días de calendario, a falta de la designación del sustituto o cuando éste no tome posesión de su cargo sin que sea aplicable lo dispuesto en el artículo 154 de la LGSM.

#### Consejeros Suplentes

Los consejeros suplentes deberán estar presentes en las Sesiones del Consejo de Administración a las que hubieren sido convocados para suplir las ausencias de sus respectivos consejeros propietarios, en el entendido de que un consejero suplente únicamente podrá suplir a un consejero independiente cuando dicho suplente también tenga el carácter de independiente conforme a lo establecido por la LMV.

#### Actos del Consejo de Administración

El Consejo de Administración de la Compañía es el órgano sobre el cual recae la representación legal y la administración de la Compañía, y se encuentra facultado para llevar a cabo y/o autorizar cualquier acción relacionada con la operación del negocio de la Compañía, que no esté expresamente reservada a la Asamblea de Accionistas. De conformidad con la LMV y los estatutos sociales de la Compañía, el Consejo de Administración deberá aprobar, entre otras cosas, cualesquiera operaciones que se aparten del curso ordinario de los negocios de la Compañía y que involucren, entre otras, (i) operaciones entre partes relacionadas; (ii) la adquisición o enajenación de bienes con valor igual o superior al 5% de los activos consolidados de la Compañía; y (iii) el otorgamiento de garantías o la asunción de pasivos por un monto total igual o superior al 5% de los activos consolidados de la Compañía.

Los estatutos sociales de la Compañía establecen que el Consejo de Administración será asistido por un Comité Ejecutivo, un Comité de Auditoría y un Comité de Prácticas Societarias.

#### Secretario

Por resolución de la asamblea general anual ordinaria de accionistas de la Compañía celebrada el 29 de marzo del 2012, se ratificó al señor Marco Francisco Forastieri Muñoz como Secretario propietario no

miembro del Consejo de Administración de la Compañía, y a la señora Tatiana Suzette Treviño García como Secretario suplente no miembro del Consejo de Administración de la Compañía.

## Comités

### **Comité de Auditoría**

El objetivo, composición, facultades y responsabilidades del Comité de Auditoría de la Compañía se encuentran previstos en la LMV y en los estatutos sociales de la Compañía. La función principal del Comité de Auditoría consiste en auxiliar al Consejo de Administración en la determinación, implementación y evaluación del sistema de control interno de la Compañía, verificar la administración y manejo de los negocios de la Compañía e implementar las resoluciones adoptadas por la Asamblea de Accionistas. El comité de auditoría es responsable de (i) dar opinión sobre los auditores externos de la Compañía, (ii) evaluar el desempeño de los auditores externos de la Compañía y analizar sus reportes, (iii) analizar y supervisar la preparación de los estados financieros de la Compañía, (iv) informar al Consejo de Administración respecto de los controles internos y su eficacia, (v) solicitar informes al Consejo de Administración, directores ejecutivos y auditores externos, cuando así lo considere necesario, (vi) informar al Consejo de Administración de cualquier irregularidad que detecte en materia de control interno y de auditoría de la Emisora, (vii) recibir y analizar recomendaciones y opiniones de los accionistas, miembros del Consejo de Administración, directores ejecutivos, auditores externos y cualquier tercero y tomar las medidas que considere necesarias, (viii) convocar a asambleas de accionistas, (ix) supervisar las actividades del director general y (x) proporcionar al Consejo de Administración un reporte anual.

El presidente del Comité de Auditoría debe preparar y presentar al Consejo de Administración un reporte anual, el cual deberá contener (i) el estado que guardan los controles internos de la Compañía y las auditorías internas, así como cualquier desviación o deficiencia de las mismas, considerando los reportes correspondientes de los auditores externos y expertos independientes, (ii) los resultados de cualquier medida preventiva o correctiva adoptada con base en investigaciones relacionadas con el incumplimiento de políticas operativas o contables, (iii) la evaluación realizada por los auditores externos, (iv) los resultados de la revisión de los estados financieros de la Compañía y de sus subsidiarias, (v) la descripción y efectos de los cambios en políticas contables, (vi) las medidas adoptadas como resultado de las observaciones de los accionistas de la Compañía, miembros del Consejo de Administración, directores ejecutivos y terceros en relación con la contabilidad, controles internos y auditorías internas y externas, y (vii) el cumplimiento a las resoluciones adoptadas por la asamblea de accionistas y el Consejo de Administración.

De conformidad con lo establecido en la LMV, todos los miembros del Comité de Auditoría deberán ser consejeros independientes y, al menos, uno de ellos debe calificar como experto financiero. Actualmente, el señor José Luis Fernández Fernández, quien es un experto financiero en términos de lo señalado en el Anexo N de la Circular Única, es el presidente del comité de auditoría y los señores Gerardo de Nicolás Gutiérrez, Fernando Paiz Andrade y Luis Ernesto Maccise Uribe son miembros propietarios de dicho Comité. El Presidente del Comité de Auditoría es elegido mediante resolución adoptada por la asamblea de accionistas de la Compañía con base en su experiencia, su reconocida capacidad y su prestigio profesional.

A las sesiones del Comité de Auditoría deberá asistir, sin derecho a voto, un representante de los auditores externos de la Compañía.

### **Comité de Prácticas Societarias**

El objetivo, composición, facultades y responsabilidades del Comité de Prácticas Societarias de la Compañía se encuentran previstos en la LMV y en los estatutos sociales de la Compañía. El Comité de Prácticas Societarias es responsable de proporcionar su opinión al Consejo de Administración en relación con el desempeño de los Directores Ejecutivos de la Compañía, la compensación de los miembros del Consejo de Administración y en relación con operaciones con partes relacionadas. Asimismo, el Comité de Prácticas Societarias es responsable de obtener opiniones de terceros independientes expertos,

convocar a Asambleas de Accionistas y asistir al Consejo de Administración en la preparación de los reportes que este último debe presentar anualmente a los accionistas de la Compañía.

Conforme a lo previsto en la LMV y en los estatutos sociales de la Compañía, el Comité de Prácticas Societarias estará integrado por mayoría de consejeros independientes. Actualmente, el señor Gerardo de Nicolás Gutiérrez es el presidente del Comité de Prácticas Societarias y los señores Juan Alonso y Arturo José Saval Pérez son miembros del Comité de Prácticas Societarias de la Compañía. Los miembros del Comité de Prácticas Societarias son designados por el Consejo de Administración de la Compañía. El presidente de dicho comité es designado por acuerdo de la Asamblea de Accionistas. A las Sesiones del Comité de Prácticas Societarias deberá asistir, sin derecho a voto, el Secretario del Consejo de Administración de la Compañía.

### **Comité Ejecutivo**

Conforme a lo previsto en los estatutos sociales vigentes de la Compañía, el Consejo de Administración de la Compañía puede delegar el manejo de los asuntos y negocios de la Compañía, distintos de aquéllos que conforme a la ley aplicable son de la exclusiva competencia del propio Consejo de Administración, a un Comité Ejecutivo, el cual está integrado por 5 miembros, quienes podrán ser designados indistintamente por la Asamblea General de Accionistas o por el propio Consejo de Administración. El Comité Ejecutivo de la Compañía tendrá las facultades que la Asamblea de Accionistas o el Consejo de Administración de la Compañía le confieran al momento de su designación. El Comité Ejecutivo de la Compañía debe reunirse por lo menos una vez cada mes. Los miembros actuales del comité ejecutivo son Rodrigo Alonso Herrera Aspra, Luis Alberto Harvey MacKissack, Arturo José Saval Pérez, Renata Virginia Herrera Aspra y Oscar Villalobos Torres.

Conforme a las facultades otorgadas por la asamblea general ordinaria y extraordinaria de Accionistas celebrada el día 21 de mayo de 2008, el Comité Ejecutivo es responsable, entre otros, de intervenir en asuntos financieros y de planeación general, incluyendo (i) la designación, remoción y compensación de los funcionarios y empleados de la Compañía; (ii) la celebración de convenios de financiamiento por parte de la Compañía; (iii) la convocatoria a asambleas generales de accionistas de la Compañía; y (iv) cualquier otro asunto que le delegue el Consejo de Administración de la Compañía, siempre que, por disposición de la ley, de los estatutos sociales de la Compañía o de algún otra disposición administrativa, no estén reservados para la asamblea de accionistas, el Consejo de Administración, el comité de auditoría o el comité de prácticas societarias de la Compañía.

### Otros órganos intermediarios de administración

A la fecha, no existen otros órganos intermediarios de administración, distintos de comité de auditoría, comité de prácticas societarias y comité ejecutivo.

### Parentesco entre consejeros propietarios, funcionarios, miembros de los comités de auditoría y prácticas societarias y cualesquiera de ellos y los accionistas de la emisora

No existe parentesco alguno entre los consejeros propietarios, funcionarios, miembros de los comités de auditoría y prácticas societarias, ni entre alguno de ellos y los accionistas de la Compañía, con excepción del parentesco del Lic. Rodrigo Alonso Herrera Aspra, de la Lic. Renata Virginia Herrera Aspra y de la Lic. Sabrina Lucila Herrera Aspra, quienes son hermanos.

### Directivos relevantes

La siguiente tabla contiene información sobre los directivos relevantes de la Compañía, incluyendo su cargo actual.

<b>Nombre</b>	<b>Posición</b>
Rodrigo Alonso Herrera Aspra	Director General
Ramón Neme Sastre	Vicepresidente Ejecutivo de Relaciones



	Institucionales
Oscar Villalobos Torres	Vicepresidente Ejecutivo de Finanzas y Administración
Claudia Georgina Ortega Vettoretti	Vicepresidenta Ejecutiva de Mercadotecnia
Renata Virginia Herrera Aspra	Vicepresidenta Ejecutiva de Operaciones
José Mariano de la Peña Tschudi	Vicepresidente de Operaciones Internacionales
Miguel Peinado González	Vicepresidente de Cadena de Suministro
Alejandro Bastón Patiño	Vicepresidente de Expansión Comercial y Capital Humano

Para mayor información en relación con la experiencia del señor Rodrigo Alonso Herrera Aspra favor de ver “- Consejo de Administración”.

**Ramón Neme Sastre**, Vicepresidente Ejecutivo de Relaciones Institucionales. Antes de que se integrara a la Compañía, el Lic. Neme ocupó diversos cargos tanto en el sector público como en la iniciativa privada. En la iniciativa privada, el Lic. Neme ocupó el puesto de vicepresidente de relaciones corporativas de Empresas ICA, S.A.B. de C.V., consultor y desarrollador de proyectos de Enron Corp., y director general de Corporativo de Asesoría y Promoción Jurídica, S.C. En el sector público, el Lic. Neme ha ocupado el puesto de director general de farmacias y distribuidores farmacéuticos del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, asistente del director administrativo de la Secretaría de Energía, y director de marcas de la Secretaría de Educación. El Lic. Neme es miembro de la Barra Mexicana, Colegio de Abogados y el Instituto Mexicano de Derechos de Autor. El Lic. Neme ha sido delegado de México en diversas conferencias relacionadas con la protección de derechos de propiedad intelectual. El Lic. Neme es licenciado en derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México, ha cursado diversos programas en la Universidad de Harvard y cuenta con un certificado de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual en Ginebra, Suiza.

**Oscar Villalobos Torres**, Vicepresidente Ejecutivo de Finanzas y Administración. El Lic. Villalobos-Torres se incorporó a la Compañía a finales del 2008 como Director de Finanzas. Antes de ingresar a Genomma Lab trabajó en Grupo México como Director Corporativo de Planeación y Finanzas. Asimismo, trabajó en Grupo Imsa, donde desempeñó diversas funciones financieras y administrativas, participó en actividades de fusiones y adquisiciones así como en actividades relacionadas con finanzas corporativas y planeación estratégica. Anteriormente, desempeñó funciones de tesorería y planeación financiera en Internacional de Cerámica. El Lic. Villalobos-Torres cuenta con un posgrado en Derecho Corporativo y Negocios Internacionales de la Universidad de Georgetown, una Maestría en Administración de Empresas de la Universidad de Chihuahua y una Licenciatura en Administración y Finanzas por la Universidad de Texas. Asimismo ha realizado estudios superiores en Alta Dirección en el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas.

**Claudia Georgina Ortega Vettoretti**, Vicepresidenta Ejecutiva de Mercadotecnia. La Ing. Ortega es responsable de la inversión de recursos en publicidad, producción de comerciales y mercadotecnia. Anteriormente, la Ing. Ortega ocupó puestos directivos en diferentes empresas en Latinoamérica, como Latinstocks.com y Grupo Pepsico (marcas Pepsi y KFC), en las áreas de mercadotecnia y ventas, puestos en los que participó en diversas operaciones y mantuvo relación directa con clientes relevantes de dichas empresas. La Ing. Ortega inició su carrera profesional en Procter & Gamble, en la división de productos para el cuidado del cabello. Es Ingeniera Industrial del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.

**Renata Virginia Herrera Aspra**, Vicepresidenta Ejecutiva de Operaciones. Es responsable del desarrollo, comercial, logística y compras de productos, tanto de productos farmacéuticos OTC como de

productos para el cuidado personal. Asimismo, dirige las áreas de diseño de empaque, asuntos regulatorios, control de calidad y compras de nuevos productos. Anteriormente, desarrolló programas “a la medida” para Seguros La Comercial y trabajó varios años con pacientes de cáncer, reportando al Gobierno del Estado de Querétaro. Fue catedrática de la Universidad Autónoma de Querétaro durante 3 años. Dentro de la Compañía, además de la Dirección de Investigación y Desarrollo, ha dirigido las áreas de Lanzamientos Especiales, Recursos Humanos y Producción. Es Licenciada en Informática de la Universidad Anáhuac.

**José Mariano de la Peña Tschudi**, Vicepresidente de Operaciones Internacionales. El señor de la Peña es Vicepresidente de Operaciones Internacionales de la Compañía desde febrero de 2012. De agosto de 2006 a febrero de 2012, el señor de la Peña fue el Director Comercial de Latino América de la Compañía. El Sr. de la Peña es de nacionalidad peruana e inició su carrera en la industria farmacéutica después de terminar un MBA en la Universidad de Michigan en Ann Arbor. Previamente, había ocupado diferentes posiciones en compañías multinacionales como Coca-Cola y Mobil Oil Corporation. Comenzó a trabajar en Eli Lilly en Indianápolis y posteriormente fue contratado por Bristol Myers Squibb para trabajar en México manejando el portafolio más grande de productos OTC. Después fue recontratado por Eli Lilly y fue transferido a Lima para supervisar un nuevo lanzamiento regional después de lo que fue el responsable de la división de cuidados primarios, la cual conformaba más de la mitad de los resultados de la compañía en América Central, el Caribe y la Región Andina.

**Miguel Carlos Peinado González**, Vicepresidente de Cadena de Suministro. El Lic. Peinado se incorporó a la Compañía en 2008 y tiene a su cargo la compra, producción, logística y abasto de los productos que comercializa Genomma Lab. Previamente, de 2003 a 2008, se desempeñó como Director de Compras en Grupo Gigante donde tenía a su cargo el desempeño estratégico del área comercial. También laboró en Farmacias Benavides como Director de Compras entre 1999 y 2003. El Lic. Peinado se ha desempeñado en áreas comerciales y de compras en compañías como Centros Comerciales Soriana, L’Oreal y Grupo Cifra (Wal-Mart). El Lic. Peinado es Licenciado en Administración y Mercadotecnia por la Universidad Iberoamericana, cursó una Maestría en Administración y Dirección de Empresas por el Instituto Tecnológico Autónomo de México, y cuenta con un Diplomado en Administración de Empresas de Servicios del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, entre otros.

**Alejandro Bastón Patiño**, Vicepresidente de Expansión Comercial y Capital Humano. El Sr. Bastón ingresó a la Compañía en octubre de 2008 como Vicepresidente de Estrategia Comercial. Previamente se desempeñó como Director General de Depilite de octubre de 2007 a octubre de 2008. De 1999 a 2007 se desempeñó como Director Comercial de OCESA, en donde tuvo a su cargo las ventas de patrocinios y gobierno, así como la operación, promoción, y estructura del plan de re-apertura del Hipódromo de las Américas. Ha desempeñado diversos puestos comerciales y de ventas en empresas como Hotel Inter-Continental (México D.F.), Hotel Stouffer Presidente (Ixtapa, Gro.), Hotel Las Brisas (Acapulco, Gro.), Hoteles Camino Real y Hoteles Westin. El Sr. Bastón cuenta con un Diplomado en Alta Dirección Comercial por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, dos cursos de negocios y mercadotecnia por la Universidad de Cornell en Estados Unidos, y un curso en mercadotecnia por la Universidad de California en Berkeley, así como varios seminarios de entrenamiento y capacitación impartidos por empresas líderes en la industria hotelera.

### **Compensación a consejeros y funcionarios**

En 2012 la cantidad total consolidada pagada por la Compañía a los Directivos y Consejeros fue de aproximadamente \$100.8 millones de pesos, incluyendo compensación fija y variable.

Ninguno de los miembros del Consejo de Administración o directivos tienen derecho a compensación o beneficio alguno a la terminación de su relación laboral, salvo por las prestaciones establecidas en la Ley Federal de Trabajo.

Previo opinión favorable del Comité de Prácticas Societarias, el Consejo de Administración de la Compañía, con fecha 22 de julio de 2008, aprobó la implementación de un Paquete de Remuneración Extraordinaria en favor de empleados y funcionarios de la Compañía y/o sus subsidiarias, pagadera en

Acciones en un periodo de tiempo determinado, conforme a los términos y condiciones aprobados por el Consejo de Administración. Este plan concluyó el 1 de junio de 2012.

Previo opinión favorable del Comité de Prácticas Societarias, el Consejo de Administración de la Compañía, con fecha 2 de septiembre de 2011, aprobó modificar el Paquete de Remuneración Extraordinaria en favor de empleados y funcionarios de la Compañía y/o sus subsidiarias, a efecto de implementar el Plan Acciónate, en el cual los empleados pueden aportar un monto fijo de su sueldo y por cada tres acciones adquiridas, la Compañía aporta una adicional. El costo del plan durante el periodo fue de \$1.9 millones de pesos. La acción aportada tiene un vencimiento promedio de 13.5 meses a partir de la fecha de compra.

Previo opinión favorable del Comité de Prácticas Societarias, el Consejo de Administración de la Compañía, con fecha 25 de octubre de 2012, se aprobó un nuevo plan de pago a ejecutivos que sustituye al plan anterior de acciones. Se aprobó plan de largo plazo con un costo total de \$308 millones de pesos cuya primera fase consta de un monto de \$77 millones de pesos pagadero en 4 años de la siguiente manera: 15% en junio de 2012, 20% en junio de 2014, 25% en junio de 2015 y 40% en junio de 2016. Durante 2012, se provisionó la porción aprobada para el año y el costo fue de \$5.8 millones de pesos.

### **Principales accionistas**

A la fecha de este reporte, los siguientes accionistas eran beneficiarios de más del 10% del capital social de la Emisora:

<b>Accionista</b>	<b>% de Participación</b>
Rodrigo Alonso Herrera Aspa	26.11%

### **d) Estatutos sociales y otros convenios**

A continuación se incluye una descripción del capital social y de las principales disposiciones de los estatutos sociales de la Compañía, los cuales fueron aprobados por resolución de la asamblea general ordinaria y extraordinaria de accionistas de fecha 21 de mayo de 2008, mismos que fueron compulsados en la asamblea general anual ordinaria de accionistas celebrada el día 24 de marzo de 2011, así como de la legislación aplicable, incluyendo la LGMS y la LMV. El resumen contenido en esta sección debe leerse junto con el texto completo de los estatutos sociales de la Compañía y de la legislación aplicable, y no debe ser considerado como una descripción exhaustiva de los asuntos contenidos en el mismo. Salvo que se indique lo contrario, este resumen reconoce los efectos de la capitalización efectuada como resultado de la Oferta Global, así como la reciente reforma integral de los estatutos sociales de la Compañía.

La Compañía se constituyó bajo la denominación "Producciones Infovisión," S.A. de C.V., conforme a las leyes de México, en octubre de 1996. El domicilio social de la Compañía es la Ciudad de México, Distrito Federal, México. La asamblea general anual ordinaria de accionistas celebrada el 24 de marzo de 2011 aprobó llevar a cabo una compulsión de los estatutos sociales de la Compañía. La Asamblea antes mencionada quedó protocolizada mediante la escritura pública número 38,654 de fecha 14 de abril de 2011, otorgada ante la fe del Lic. Héctor Manuel Cárdenas Villarreal, titular de la Notaría número 201 del Distrito Federal, cuyo primer testimonio quedó inscrito en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio del Distrito Federal, el día 12 de mayo de 2011 bajo el folio mercantil número 216606. Los estatutos sociales vigentes de la Compañía han sido entregados a la CNBV y a la Bolsa, y una copia de los mismos se encuentra disponibles en la página en internet de la CNBV, <http://www.cnbv.gob.mx>, y de la Bolsa, <http://www.bmv.com.mx>.

### **Capital social en circulación y derechos de voto**

Al 31 de diciembre de 2009, el capital social total autorizado de la Compañía ascendía a la cantidad de \$1,978,701,583.50 M.N. (mil novecientos setenta y ocho millones setecientos un mil quinientos ochenta y tres pesos 50/100 Moneda Nacional), de los cuales la cantidad de \$150,000.00 M.N. (ciento cincuenta mil pesos 00/100 Moneda Nacional) correspondía al capital mínimo fijo suscrito y pagado, \$1,931,972,383.50 M.N. (mil novecientos treinta y un millones novecientos setenta y dos mil trescientos ochenta y tres pesos 50/100 Moneda Nacional) correspondían a la parte variable del capital social suscrito y pagado. En cumplimiento con las IFRS, para efectos contables la cantidad de \$1,553,937,691.00 M.N. (mil quinientos cincuenta y tres millones novecientos treinta y siete mil seiscientos noventa y un pesos 00/100 Moneda Nacional) correspondientes a capital aportado, se presentan en la cuenta denominada "Prima en suscripción de acciones", la cual incluye gastos por colocación de Acciones por una cantidad de \$112,823,903.00 M.N. (ciento doce millones ochocientos veintitrés mil novecientos tres pesos 00/100 M.N.). El capital social total de la Compañía estaba representado por 529,240,713 (quinientas veintinueve millones doscientas cuarenta mil setecientos trece) Acciones suscritas y pagadas.

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, el capital social total suscrito y pagado de la Compañía ascendía a la cantidad de \$1,921,659,351.06 M.N. (mil novecientos veintiún millones seiscientos cincuenta y nueve mil trescientos cincuenta y un pesos 06/100 Moneda Nacional), de la cual la cantidad de \$150,000.00 M.N. (ciento cincuenta mil pesos 00/100 Moneda Nacional) correspondía al capital mínimo fijo suscrito y pagado, y \$1,921,509,351.06 M.N. (mil novecientos veintiún millones quinientos nueve mil trescientos cincuenta y un pesos 06/100 Moneda Nacional) correspondían a la parte variable del capital social suscrito y pagado. Asimismo, el capital social total estaba representado por un total de 1,052,749,426 (mil cincuenta y dos millones setecientos cuarenta y nueve mil cuatrocientos veintiséis) Acciones, de las cuales 82,176 (ochenta y dos mil ciento setenta y seis) Acciones representan el capital mínimo fijo suscrito y pagado, y 1,052,667,250 (mil cincuenta y dos millones seiscientos sesenta y siete mil doscientas cincuenta) Acciones representan el capital variable suscrito y pagado de Genomma Lab.

#### Amortización de acciones

La Compañía podrá amortizar acciones con utilidades repartibles sin que se disminuya el capital social. La Asamblea General Extraordinaria de accionistas que acuerde la amortización, además de observar en lo conducente lo previsto por el artículo 136 de la LGSM, observará las reglas particulares que señalan sus estatutos sociales.

#### Asambleas de accionistas

De conformidad con los estatutos sociales vigentes de la Compañía, las Asambleas Generales de Accionistas de la Compañía se dividen en Ordinarias y Extraordinarias. Son Asambleas Generales Ordinarias las que se reúnan para tratar cualquier asunto que no esté reservado a la Asamblea General Extraordinaria. La Asamblea General Ordinaria de accionistas deberá reunirse por lo menos una vez al año, dentro de los 4 meses que sigan a la clausura del ejercicio social inmediato anterior, para discutir y, en su caso, aprobar los estados financieros de la Compañía y el informe del Consejo de Administración en relación con los mismos, la designación de miembros del Consejo de Administración, en su caso, el decreto de dividendos y la determinación de la compensación de los miembros del Consejo de Administración. Las Asambleas Extraordinarias de Accionistas se reunirán para tratar cualquiera de los asuntos establecidos en el artículo 182 de la LGSM, incluyendo el cambio de objeto social, la fusión, escisión, transformación, disolución o liquidación de la Compañía, la reforma a los estatutos sociales y demás asuntos respecto de los cuales la legislación aplicable requiera de una asamblea extraordinaria de accionistas. Asimismo, podrán celebrarse asambleas especiales por los accionistas de una misma serie de Acciones para resolver cualquier asunto que afecte a dicha serie de Acciones.

Para que una asamblea ordinaria de accionistas se considere legalmente instalada en primera convocatoria deberá estar representada, cuando menos, la mitad del capital social más una acción; en segunda o ulterior convocatoria, la Asamblea Ordinaria de accionistas se considerará legalmente instalada cualquiera que sea el número de Acciones presentes o representadas. Para que las resoluciones de la asamblea ordinaria sean válidas, deberán adoptarse siempre, por lo menos, por la mayoría de los votos presentes. Para que una Asamblea Extraordinaria se considere legalmente instalada en virtud de primera convocatoria, deberá estar representado, por lo menos, el 75% del capital social; en segunda o ulterior convocatoria, para que la asamblea extraordinaria se considere legalmente

instalada, deberá estar representado, por lo menos, el 50% del capital social más una acción. Para que las resoluciones de la asamblea extraordinaria sean válidas, deberán tomarse siempre por el voto favorable del número de Acciones que representen, por lo menos, la mitad del capital social.

De conformidad con los estatutos sociales vigentes de la Compañía, las asambleas deberán ser convocadas por el Consejo de Administración, el Presidente del Consejo de Administración, el Comité de Auditoría, el Comité de Prácticas Societarias o el 25% de los consejeros de la Compañía o el secretario, o por la autoridad judicial, en su caso. Los titulares de Acciones o de títulos de crédito que representen Acciones con derecho a voto, incluso en forma limitada o restringida, que representen cuando menos el 10% del capital social, podrán solicitar al presidente del Consejo de Administración, al Presidente del Comité de Auditoría o al Presidente del Comité de Prácticas Societarias que se convoque a una Asamblea General de Accionistas, sin que al efecto resulte aplicable el porcentaje señalado en el artículo 184 de la LGSM. Así mismo, los accionistas titulares de Acciones o de títulos de crédito que representen dichas Acciones, con derecho a voto, que sean propietarios de cuando menos una Acción también podrán solicitar que se convoque a una asamblea de accionistas en los casos y términos previstos en el artículo 185 de la LGSM.

La convocatoria para las Asambleas se hará por medio de la publicación de un aviso en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la Compañía, siempre con una anticipación no menor de 15 días de calendario a la fecha señalada para la asamblea. La convocatoria anteriormente señalada deberá contener el orden del día, o sea, la lista de asuntos que deban tratarse en la asamblea, sin que puedan incluirse asuntos bajo el rubro de generales o equivalentes, así como la fecha, lugar y hora, en que deba celebrarse, y deberá estar suscrita por la persona o personas que las hagan, en el entendido de que si las hiciera el Consejo de Administración, bastará con la firma o el nombre del secretario de dicho órgano o del delegado que a tal efecto designe el Consejo de Administración. Desde el momento en que se publique la convocatoria para una asamblea de accionistas, deberán estar a disposición de los accionistas, de forma inmediata y gratuita, la información y los documentos disponibles relacionados con cada uno de los puntos establecidos en el orden del día, de conformidad con el artículo 49 de la LMV. En caso de segunda o ulterior convocatoria, ésta deberá ser publicada por lo menos 8 días de calendario antes de la fecha señalada para la asamblea.

Para concurrir a las asambleas de accionistas, los accionistas deberán obtener sus respectivas tarjetas de admisión en el domicilio de la Compañía en días y horas hábiles y con la anticipación que señalen las convocatorias correspondientes, contra la entrega de una constancia de que sus Acciones se encuentran depositadas en alguna institución financiera del país o del extranjero. Tratándose de Acciones depositadas en alguna institución para el depósito de valores, las tarjetas de admisión se expedirán contra la entrega que se haga a la Compañía de la constancia y, en su caso, del listado complementario, que se prevén en el artículo 290 de la LMV.

#### Designación de consejeros

Los estatutos sociales vigentes de la Compañía establecen que el Consejo de Administración deberá estar integrado por un mínimo de 5 y un máximo de 21 consejeros, en el entendido de que el 25% de los consejeros deberán ser independientes, en términos de la LMV. Los miembros del Consejo de Administración serán elegidos por la asamblea de accionistas. La asamblea podrá designar por cada consejero propietario, a su respectivo suplente, en el entendido de que los consejeros suplentes de los consejeros independientes deberán tener ese mismo carácter.

Mientras las Acciones se encuentren inscritas en el RNV y coticen en la Bolsa, los accionistas propietarios de acciones con derecho a voto, incluso limitado o restringido, que en lo individual o en conjunto representen cuando menos un 10% del capital social de la Compañía, tendrán derecho a designar y revocar en asamblea de accionistas a un miembro del Consejo de Administración. Los consejeros elegidos por la minoría sólo podrán ser revocados por los demás accionistas, cuando a su vez se revoque el nombramiento de todos los demás consejeros, salvo que la remoción obedezca a una causa justificada de acuerdo a lo establecido en la LMV.

El Consejo de Administración de la Compañía deberá reunirse, por lo menos, de forma trimestral mediante convocatoria del presidente del Consejo de Administración, el secretario, el presidente del

comité de auditoría, el presidente del comité de prácticas societarias o por el 25% o más de los consejeros.

Para que una sesión del Consejo de Administración se considere legalmente instalada, se requerirá la asistencia de la mayoría de los consejeros con derecho a voto. Las decisiones del Consejo de Administración serán válidas cuando se tomen, por lo menos, por la mayoría de los consejeros con derecho a voto que estén presentes en la sesión legalmente instalada de que se trate. El presidente del Consejo de Administración tiene voto de calidad en caso de empate.

#### Facultades del Consejo de Administración

El Consejo de Administración tiene a su cargo la representación legal de la Compañía y está facultado para resolver cualquier asunto que no esté expresamente reservado a la asamblea de accionistas. El Consejo de Administración cuenta, entre otras, con facultades para pleitos y cobranzas, actos de administración, actos de administración en materia laboral, para otorgar, suscribir, negociar y avalar títulos de crédito y constituir garantías, así como para llevar a cabo aquellos otros actos conforme a lo previsto en la LMV y en los estatutos sociales, el Consejo de Administración está facultado para determinar las estrategias de negocios de la Compañía, aprobar el otorgamiento de créditos a partes relacionadas y determinar las políticas para la designación y retribución integral del director general y demás directivos relevantes de la Compañía.

#### Deber de diligencia y deber de lealtad

La LMV impone deberes de diligencia y de lealtad a los consejeros.

#### Órganos intermedios de administración

Ver la sección “*Administración – Administradores y Accionistas*” del presente Reporte.

#### Registro y transferencia de Acciones

La Compañía ha presentado ante el RNV una solicitud para inscribir las Acciones, conforme a lo establecido en la LMV y la Circular Única. Las Acciones no se encuentran representadas por títulos de acciones.

Las Acciones serán depositadas en el Indeval. Los accionistas de la Compañía podrán mantener sus Acciones directamente, o bien, a través de registros electrónicos en los libros de instituciones autorizadas para mantener cuentas en Indeval.

A solicitud de los accionistas, Indeval emitirá en su favor los títulos correspondientes. La Compañía lleva un registro de Acciones y únicamente reconocerá como accionistas a las personas que se encuentren inscritas como tales en dicho registro por contar con títulos de acciones expedidos a su nombre, y a quienes mantengan sus Acciones a través de registros en cuentas con Indeval.

#### Disposiciones tendientes a prevenir la toma de control

En términos de lo previsto en el artículo 130 de la LGSM y del artículo 48 de la LMV, los estatutos sociales de la Compañía establecen, como medida tendiente a prevenir la adquisición de acciones representativas del capital social que otorguen el control de la Compañía, ya sea en forma directa o indirecta, que la adquisición de acciones representativas del capital social de la Compañía, o de títulos e instrumentos emitidos con base en dichas acciones, o de derechos respecto de dichas acciones, que representen el 5% o más de las Acciones, ya sea en un acto o sucesión de actos, sin límite de tiempo, solamente podrá efectuarse previa autorización del Consejo de Administración.

La persona o grupo de personas interesadas en adquirir una participación accionaria igual o superior al 5% de las Acciones de la Compañía deberán presentar una solicitud de autorización por escrito dirigida al presidente y al secretario no miembro del Consejo de Administración de la Compañía, especificando, cuando menos, (i) el número y clase de las acciones emitidas por la Compañía que sean propiedad de la

persona o grupo de personas que pretenden realizar la adquisición, o si se trata de un tercero que no sea, a esa fecha, accionista de la Compañía; (ii) el número y clase de las acciones que se pretenda adquirir; (iii) la identidad, nacionalidad e información general de cada uno de los potenciales adquirentes; y (iv) manifestación sobre si existe la intención de adquirir una “influencia significativa” o el “control” de la Compañía, conforme a lo establecido en la LMV.

El Consejo de Administración deberá emitir su resolución en un plazo no mayor a 3 meses contados a partir de la fecha en que se presente la solicitud de autorización de adquisición correspondiente, o de la fecha en que reciba la información adicional que hubiere requerido, según sea el caso y, en todo caso, deberá de tomar en cuenta, para efectos de su resolución, (i) si la adquisición que se pretenda llevar a cabo es en el mejor interés de la Compañía y sus subsidiarias, y si es acorde con la visión de largo plazo del Consejo de Administración; (ii) que no se excluya a uno o más accionistas de la Compañía, distintos de la persona que pretenda obtener el control, de los beneficios económicos que, en su caso, resulten de la aplicación de la limitación en cuestión; y (iii) que no se restrinja en forma absoluta la toma de control de la Compañía.

#### Aumentos y disminuciones de capital y derechos de preferencia

Los aumentos y disminuciones en el capital social de la Compañía deberán ser aprobados por la asamblea general de accionistas. Sujeto a las limitaciones de participación en el capital social de la Compañía establecidas en las leyes aplicables y en los estatutos sociales de la Compañía, en caso de aumentos en el capital social de la Compañía (distintos de aquellos derivados de alguna oferta pública de Acciones o venta de Acciones de tesorería como resultado de una recompra de Acciones llevada a cabo a través de la Bolsa), los accionistas de la Compañía tendrán el derecho de preferencia para suscribir y pagar las acciones emitidas con motivo del aumento de capital respectivo, en proporción a su participación en el capital social de la Compañía.

#### Información disponible a los accionistas

El Consejo de Administración, el Comité de Auditoría y los auditores externos independientes de la Compañía deberán presentar a la asamblea general anual ordinaria de accionistas un reporte anual que contenga una descripción de las operaciones de la Compañía, los estados financieros auditados por el ejercicio social correspondiente y las notas a los mismos, y una descripción de las políticas contables de la Compañía.

Los estados financieros auditados y los estados financieros trimestrales internos de la Compañía deberán prepararse de conformidad con los lineamientos establecidos por la CNBV y deberán estar disponibles al público en el sitio de internet de la Bolsa. La Compañía está obligada a presentar a la Bolsa un reporte anual, el cual estará disponible en la página de internet de la Bolsa.

#### Duración

Conforme a lo estatutos sociales de la Compañía, la duración de la Compañía es indefinida.

#### Conflicto de intereses

Los accionistas, consejeros y miembros de cualquier comité del Consejo de Administración de la Compañía deberán abstenerse de participar en las discusiones y votar en las asambleas de accionistas y sesiones del Consejo de Administración o del comité correspondiente, respecto de asuntos en los cuales tengan conflicto de intereses. Cualquier consejero que vote sobre asuntos con los cuales tenga conflicto de interés será responsable por los daños causados en caso de que dicho asunto no hubiera sido aprobado sin el voto afirmativo de dicho consejero.

Asimismo, los miembros del Consejo de Administración de la Compañía se encuentran sujetos a un deber de diligencia y lealtad.

#### Información a los accionistas

La LMV establece que el Consejo de Administración deberá presentar, de forma anual, entre otros, la siguiente información a la asamblea general anual ordinaria de accionistas:

- Los informes preparados por los comités de auditoría y de prácticas societarias en relación con sus operaciones y políticas durante el ejercicio anterior.
- El informe elaborado por el director general de la Compañía a que se refiere el artículo 172, inciso b) de la LGSM, el cual debe incluir (i) un informe sobre la marcha de la Compañía durante el ejercicio anterior, así como sobre las políticas seguidas y, en su caso, sobre los principales proyectos existentes; (ii) un estado que muestre la situación financiera a la fecha de cierre del ejercicio, los resultados de la Compañía durante el ejercicio, y los cambios en las partidas que integran el patrimonio social acaecidos durante el ejercicio; (iii) las notas necesarias para completar o aclarar la información que suministren los estados anteriores; y (iv) el informe del comité de auditoría respecto de la suficiencia y razonabilidad del informe del director general.
- Un informe en que se declaren y expliquen las principales políticas y criterios contables y de información seguidos en la preparación de la información financiera.
- Un informe de las operaciones y actividades de la Compañía conforme a lo requerido por la LMV.

#### Inversión extranjera

Los estatutos sociales de la Compañía establecen que todo extranjero que al momento de constitución de la Compañía o en cualquier tiempo ulterior adquiriera un interés o participación en la misma, se considerará por ese solo hecho como mexicano respecto de dicho interés o participación, y se considerará que ha convenido en no solicitar a su gobierno que interponga una reclamación diplomática en contra del gobierno mexicano con respecto a sus derechos como accionista. En el supuesto de que los tenedores extranjeros de acciones violen dicho convenio, perderán automáticamente a favor del gobierno mexicano las acciones.

#### Dividendos y distribuciones

En la asamblea general anual ordinaria de accionistas, el Consejo de Administración someterá a los accionistas, para su aprobación, los estados financieros de la Compañía correspondientes al ejercicio social anterior. El 5% de las utilidades netas de la Compañía deberá separarse anualmente para formar el fondo de reserva, hasta que importe la quinta parte del capital social. La asamblea podrá separar cantidades adicionales para formar otras reservas que la propia asamblea determine de tiempo en tiempo, incluyendo la reserva para la adquisición de acciones propias. El saldo de las utilidades netas, si lo hubiere, podrá ser distribuido como dividendos a los accionistas.

#### Liquidación

En caso de disolución de la Compañía, los accionistas designarán a uno o más liquidadores en una asamblea general extraordinaria.

Las acciones totalmente pagadas que se encuentren en circulación tendrán derecho de participar, en las mismas condiciones, en la distribución del remanente del activo de la Compañía. Las acciones totalmente suscritas y parcialmente pagadas participarán en la distribución de remanente del activo social en la proporción en que se encuentren pagadas al momento de la distribución.

#### Otros convenios

Con fecha 20 de mayo de 2004, se constituyó el fideicomiso irrevocable de administración número 414, con Banco Invex, S.A., Institución de Banca Múltiple, Invex Grupo Financiero. Dicho fideicomiso tiene como objetivo consolidar la titularidad de las acciones de ciertos accionistas.



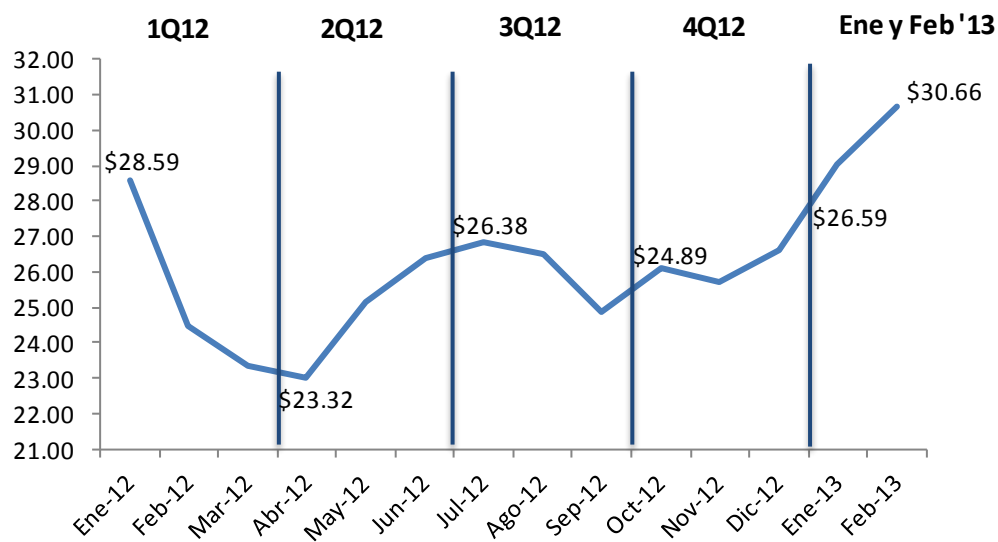
Como resultado de la terminación del Fideicomiso número 414 con Banco Invex, S.A., actuando como fiduciario, en el primer trimestre de 2011, las acciones de la Compañía que pertenecían al fiduciario se transfirieron a los actuales beneficiarios de dicho fideicomiso, por así convenir a sus intereses. La participación original de dichos beneficiarios fue debidamente revelada en el Prospecto de Colocación de la Oferta Pública Inicial.

## 5) Mercado Accionario

### a) Estructura accionaria

Ver "Administradores y Accionistas".

### b) Comportamiento de la Acción en el mercado de valores de enero de 2011 al marzo de 2012.



Fecha	Precio	Max Día	Min Día	Volumen
31-ene-12	28.59	28.73	27.74	5,714,927
29-feb-12	24.45	24.85	24.29	14,312,876
30-mar-12	23.32	23.4	23.05	10,195,336
30-abr-12	22.98	23.23	22.52	5,239,178
31-may-12	25.15	25.44	24.46	17,078,397
29-jun-12	26.38	26.61	25.96	15,210,484
31-jul-12	26.81	27	26.64	2,011,406
31-ago-12	26.52	27.2	26.15	2,364,975
28-sep-12	24.89	25	24.83	4,266,095
31-oct-12	26.1	26.25	25.45	6,976,355
30-nov-12	25.72	25.95	25.54	5,361,303
31-dic-12	26.59	26.94	26.5	491,423

Fecha	Precio	Max Día	Min Día	Volumen
31-ene-13	29.03	29.15	28.97	4,873,247
28-feb-13	30.66	31.45	30.3	10,183,413

Durante 2012 Genomma Lab continuó siendo parte importante del Índice de Precios y Cotizaciones (IPC) de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). La entrada a dicho índice está aumentando la liquidez de Genomma Lab. Al 31 de diciembre de 2012 Genomma Lab estaba posicionada como la 16va compañía más líquida de la BMV. Estos lugares excluyen a NAFTRAC, C e ILCTRAC. Asimismo, el 1 de febrero de 2013 Genomma Lab ingresó al Índice de Sustentabilidad del IPC.

### c) Formador de Mercado

#### Identificación de valores:

- Tipo de valor: Acciones
- Clave de cotización (emisora y serie): LAB B

Inicio de vigencia: Julio de 2009. El plazo de duración del contrato es de 12 meses, renovable por periodos de 6 meses si ninguna de las partes del contrato da aviso a la otra parte de su voluntad de darlo por terminado. La parte que solicite la terminación se compromete a notificar dicha terminación por escrito a la Bolsa, con al menos 15 días hábiles previos a la fecha en que dejará de tener efecto el contrato.

El contrato tiene como objeto la prestación de servicio de formación de mercado por parte del formador de mercado, con la finalidad de aumentar la liquidez de los valores de la emisora, así como para promover la estabilidad y la continuidad de precios de los mismos, de conformidad con lo establecido en las leyes, disposiciones de carácter general, reglamentos y normas de autorregulación aplicables, emitidas por las autoridades y organismos autorregulatorios.

El 30 de julio de 2010, Genomma Lab y UBS celebraron un primer convenio modificatorio al contrato de prestación de servicios de formador de mercado, con el objeto de prorrogar el plazo de vigencia para que éste concluyera el 4 de febrero de 2011.

Con fecha 3 de febrero de 2011, Genomma Lab y UBS solicitaron a la BMV una prórroga para la renovación del contrato de 15 días a partir del 4 de febrero de 2011.

El 18 de febrero de 2011, Genomma Lab y UBS celebraron un segundo convenio modificatorio al contrato de prestación de servicios de formador de mercado, con la finalidad de prorrogar el plazo de vigencia del contrato por seis meses adicionales a efecto de que éste concluya el 18 de agosto de 2011.

Con fecha 18 de agosto de 2011, Genomma Lab y UBS solicitaron a la BMV una prórroga para la renovación del contrato de 15 días a partir del 18 de agosto de 2011.

Con fecha 2 de septiembre de 2011, Genomma Lab y UBS solicitaron a la BMV una segunda prórroga para la renovación del contrato de 15 días a partir del 2 de septiembre de 2011.

El 19 de septiembre de 2011, Genomma Lab y UBS celebraron un tercer convenio modificatorio al contrato de prestación de servicios de formador de mercado, con la finalidad de prorrogar el plazo de vigencia del contrato por seis meses adicionales a efecto de que éste concluya el 19 de marzo de 2012.

Con fecha 16 de marzo de 2012, Genomma Lab y UBS solicitaron a la BMV una prórroga para la renovación del contrato de 15 días a partir del 19 de marzo de 2012.

Con fecha 4 de abril de 2012, Genomma Lab y UBS solicitaron a la BMV la extensión de la prórroga para la renovación del contrato de 30 días a partir del 3 de abril de 2012.

Con fecha 20 de septiembre de 2012 Genomma Lab decidió dar por terminado el contrato de servicios de formación de mercado con UBS.

## Personas Responsables

### Declaración del Director General, Vicepresidente Ejecutivo de Finanzas y Administración y del Director Legal de la Emisora.

Los suscritos manifestamos bajo protesta de decir verdad que, en el ámbito de nuestras respectivas funciones, preparamos la información relativa a la emisora contenida en el presente reporte anual, la cual, a nuestro leal saber y entender, refleja razonablemente su situación. Asimismo, manifestamos que no tenemos conocimiento de información relevante que haya sido omitida o falseada en este reporte anual o que el mismo contenga información que pudiera inducir a error a los inversionistas.



Rodrigo Alonso Herrera Aspra  
Director General de la Emisora



Oscar Villalobos Torres  
Vicepresidente Ejecutivo de Finanzas  
y Administración de la Emisora



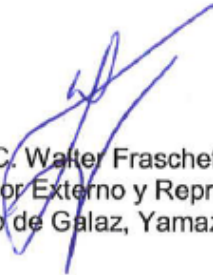
Alfonso Rafael Cabrera Urrea  
Director Jurídico Corporativo de la Emisora

### Declaración del Auditor Externo de la Emisora

El suscrito manifiesta bajo protesta de decir verdad, que los estados financieros que contiene el presente reporte anual por los ejercicios 2012 y 2011 fueron dictaminados con fecha 25 de febrero de 2013 de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría.

Asimismo, manifiesta que ha leído el presente reporte anual y basado en su lectura y dentro del alcance del trabajo de auditoría realizado, no tiene conocimiento de errores relevantes o inconsistencias en la información que se incluye y cuya fuente provenga de los estados financieros dictaminados señalados en el párrafo anterior, ni de información que haya sido omitida o falseada en este reporte anual o que el mismo contenga información que pudiera inducir a error a los inversionistas.

No obstante, el suscrito no fue contratado, y no realizó procedimientos adicionales con el objeto de expresar su opinión respecto de la otra información contenida en el reporte anual que no provenga de los estados financieros por él dictaminados.



C.P.C. Walter Frassetto  
Auditor Externo y Representante Legal  
Socio de Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C.

**Genomma Lab Internacional, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias**

# **Informe de los auditores independientes y estados financieros consolidados 2012 y 2011**

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
Informe de los auditores independientes	1
Estados consolidados de posición financiera	3
Estados consolidados de utilidad integral	4
Estados consolidados de variaciones en el capital contable	5
Estados consolidados de flujos de efectivo	6
Notas a los estados financieros consolidados	8

# **Informe de los auditores independientes al Consejo de Administración y Accionistas de Genomma Lab Internacional, S. A. B. de C. V.**

Hemos auditado los estados financieros consolidados adjuntos de Genomma Lab Internacional, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias (la Entidad), los cuales comprenden los estados consolidados de posición financiera al 31 de diciembre de 2012 y 2011 y 1 de enero de 2011 (fecha de transición), y los estados consolidados de utilidad integral, de variaciones en el capital contable y de flujos de efectivo por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011, así como un resumen de las principales políticas contables significativas y otras notas explicativas.

## *Responsabilidad de la Administración de la Entidad por los estados financieros consolidados*

La Administración de la Entidad es responsable de la preparación y presentación razonable de estos estados financieros consolidados de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera, así como del control interno que la Administración de la Entidad determina necesario para poder preparar los estados financieros consolidados para que estos se encuentren libres de errores importantes debido a fraude o error.

## *Responsabilidad de los Auditores Independientes*

Nuestra responsabilidad es la de expresar una opinión sobre estos estados financieros consolidados con base en nuestras auditorías. Hemos realizado las auditorías de acuerdo con las Normas Internacionales de Auditoría. Dichas normas requieren que cumplamos con requerimientos éticos y que planeemos y realicemos las auditorías de tal manera que permitan obtener una seguridad razonable de que los estados financieros están libres de errores importantes.

Una auditoría consiste en ejecutar procedimientos para obtener evidencia de auditoría que soporte las cifras y revelaciones de los estados financieros. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio de los auditores, incluyendo la evaluación de los riesgos de errores importantes en los estados financieros, ya sea debido a fraude o error. Al efectuar dicha evaluación de riesgos, los auditores consideran el control interno para la preparación y presentación razonable de los estados financieros de la Entidad, con el propósito de diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados de acuerdo con las circunstancias, pero no con el propósito de emitir una opinión sobre la efectividad del control interno de la Entidad. Una auditoría también incluye la evaluación de lo adecuado de las políticas contables utilizadas y de la razonabilidad de las estimaciones contables efectuadas por la administración de la Entidad, así como la evaluación de la presentación en su conjunto de los estados financieros.

Creemos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión de auditoría.

*Opinión*

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la posición financiera de Genomma Lab Internacional, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2012 y 2011 y 1 de enero de 2011 (fecha de transición), así como su desempeño financiero y sus flujos de efectivo por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera.

Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S. C.  
Miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited



C. P. C. Walter Fraschetto

25 de febrero de 2013



## Estados consolidados de posición financiera

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011 y 1 de enero de 2011 (fecha de transición)

(En miles de pesos)

	Nota	2012	2011	1 de enero de 2011
<b>Activo</b>				
Activo circulante:				
Efectivo, equivalentes de efectivo y efectivo restringido	5	\$ 917,166	\$ 1,538,520	\$ 1,454,437
Cuentas por cobrar – Neto	6	5,071,213	3,686,815	3,357,308
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	18	195,624	52,245	47,775
Inventarios – Neto	7	1,032,400	1,100,953	903,815
Pagos anticipados		<u>999,261</u>	<u>249,985</u>	<u>113,268</u>
Total del activo circulante		8,215,664	6,628,518	5,876,603
Activo a largo plazo:				
Inmuebles, propiedades y equipo – Neto	8	403,588	370,927	367,782
Inversión en acciones de asociada	10	5,680	6,207	5,189
Impuestos a la utilidad diferidos	20	14,092	2,208	7,024
Otros activos – Neto	9	<u>4,353,566</u>	<u>2,124,379</u>	<u>706,706</u>
Total		<u>\$ 12,992,590</u>	<u>\$ 9,132,239</u>	<u>\$ 6,963,304</u>

	Nota	2012	2011	1 de enero de 2011
<b>Pasivo y capital contable</b>				
Pasivo circulante:				
Préstamos bancarios y porción circulante de la deuda a largo plazo	11	\$ 406,621	\$ -	\$ -
Cuentas por pagar a proveedores		1,218,663	1,262,328	969,099
Otras cuentas por pagar y pasivos acumulados	14	909,060	845,032	1,601,815
Cuentas por pagar a partes relacionadas	18	9,480	-	-
Impuesto sobre la renta		82,966	57,575	133,745
Participación de los trabajadores en las utilidades		<u>3,110</u>	<u>20,585</u>	<u>11,738</u>
Total del pasivo circulante		2,629,900	2,185,520	2,716,397
Pasivo a largo plazo:				
Deuda a largo plazo	11	3,052,275	970,000	-
Acreedores diversos		60,562	268,346	94,295
Beneficios a los empleados	12	1,659	1,172	893
Impuestos a la utilidad diferidos	20	<u>229,370</u>	<u>162,866</u>	<u>59,078</u>
Total del pasivo		5,973,766	3,587,904	2,870,663
<b>Capital contable:</b>				
Capital social	16	1,921,660	1,921,660	1,921,660
Recompra de acciones		(159,952)	(96,477)	(73,855)
Prima en recolocación de acciones recompradas		39,749	19,612	19,612
Utilidades retenidas		5,156,955	3,592,019	2,204,770
Efecto de conversión de operaciones extranjeras		<u>4,695</u>	<u>65,627</u>	<u>(6,636)</u>
Participación controladora		6,963,107	5,502,441	4,065,551
Participación no controladora		<u>55,717</u>	<u>41,894</u>	<u>27,090</u>
Total del capital contable		<u>7,018,824</u>	<u>5,544,335</u>	<u>4,092,641</u>
Total		<u>\$ 12,992,590</u>	<u>\$ 9,132,239</u>	<u>\$ 6,963,304</u>

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

*Genomma Lab Internacional, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias*

## **Estados consolidados de utilidad integral**

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011

(En miles de pesos, excepto la utilidad básica por acción que se expresa en pesos)

	Nota	2012	2011
Ventas netas		\$ 9,799,690	\$ 8,056,318
Costo de ventas		<u>3,062,130</u>	<u>2,466,135</u>
Utilidad bruta		6,737,560	5,590,183
Gastos de venta, generales y de administración		4,245,037	3,569,821
Otros gastos, neto	19	<u>402</u>	<u>19,742</u>
		<u>4,245,439</u>	<u>3,589,563</u>
Utilidad de operación		2,492,121	2,000,620
Gasto por intereses		(167,521)	(72,452)
Ingreso por intereses		41,651	31,281
(Pérdida) ganancia cambiaria, neta		(42,250)	59,386
Participación en la pérdida de compañía asociada		<u>(1,310)</u>	<u>342</u>
Resultado antes de impuestos a la utilidad		2,322,691	2,019,177
Impuestos a la utilidad	20	<u>716,723</u>	<u>612,740</u>
Utilidad neta del año		1,605,968	1,406,437
Otros resultados integrales, netos de impuestos a la utilidad			
Diferencias de cambio por conversión de operaciones extranjeras		<u>(65,155)</u>	<u>78,294</u>
Resultado integral consolidado		<u>\$ 1,540,813</u>	<u>\$ 1,484,731</u>
Utilidad neta consolidada aplicable a:			
Participación controladora		\$ 1,564,936	\$ 1,387,249
Participación no controladora		<u>41,032</u>	<u>19,188</u>
		<u>\$ 1,605,968</u>	<u>\$ 1,406,437</u>
Resultado integral consolidado aplicable a:			
Participación controladora		\$ 1,504,004	\$ 1,461,343
Participación no controladora		<u>36,809</u>	<u>23,388</u>
		<u>\$ 1,540,813</u>	<u>\$ 1,484,731</u>
<b>Resultado por acción:</b>			
Utilidad neta básica por acción ordinaria		<u>\$ 1.49</u>	<u>\$ 1.32</u>
Promedio ponderado de acciones en circulación (en miles de acciones)		<u>1,048,416</u>	<u>1,052,530</u>

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

## Estados consolidados de variaciones en el capital contable

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2012 y 2011

(En miles de pesos)

	Capital contribuido			Capital Ganado			Capital contable
	Capital social	Recompra de acciones	Prima en re colocación de acciones recompradas	Utilidades retenidas	Efecto de conversión por operaciones de moneda extranjera	Participación no controladora	
<b>Saldos al 1 enero de 2011</b>	\$ 1,921,660	\$ (73,855)	\$ 19,612	\$ 2,204,770	\$ (6,636)	\$ 27,090	\$ 4,092,641
Recompra de acciones propias - Neto	-	(46,301)	-	-	-	-	(46,301)
Costo devengado por pago basado en acciones	-	23,679	-	-	-	-	23,679
Dividendos decretados de subsidiarias	-	-	-	-	-	(8,584)	(8,584)
Utilidad integral consolidada del año	-	-	-	1,387,249	72,263	23,388	1,482,900
<b>Saldos al 31 de diciembre de 2011</b>	1,921,660	(96,477)	19,612	3,592,019	65,627	41,894	5,544,335
Recompra de acciones propias – Neto	-	(81,615)	-	-	-	-	(81,615)
Costo devengado por pago basado en acciones	-	18,140	-	-	-	-	18,140
Dividendos decretados de subsidiarias	-	-	-	-	-	(22,986)	(22,986)
Recolocación de acciones recompradas	-	-	20,137	-	-	-	20,137
Utilidad integral consolidada del año	-	-	-	1,564,936	(60,932)	36,809	1,540,813
<b>Saldos al 31 de diciembre de 2012</b>	<u>\$ 1,921,660</u>	<u>\$ (159,952)</u>	<u>\$ 39,749</u>	<u>\$ 5,156,955</u>	<u>\$ 4,695</u>	<u>\$ 55,717</u>	<u>\$ 7,018,824</u>

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

## Estados consolidados de flujos de efectivo

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011

(En miles de pesos)

	2012	2011
Flujos de efectivo por actividades de operación:		
Utilidad neta del año	\$ 1,605,968	\$ 1,406,437
Partidas relacionadas con actividades de inversión:		
Depreciación y amortización	66,347	81,944
(Ganancia) pérdida por bajas de equipo	(478)	10,872
Impuestos a la utilidad	716,723	612,740
Fluctuaciones cambiarias no realizadas	61	(1,805)
Participación en la pérdida (utilidad) de compañía asociada	1,310	(342)
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:		
Intereses a cargo	<u>157,326</u>	<u>45,971</u>
	2,547,257	2,155,817
Cambios en el capital de trabajo:		
(Aumento) disminución en:		
Cuentas por cobrar, neto	(1,835,890)	(331,335)
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	(133,899)	(4,470)
Inventarios	68,553	(197,589)
Pagos anticipados	(749,276)	(136,717)
Aumento (disminución) en:		
Cuentas por pagar a proveedores	(43,677)	293,702
Otras cuentas por pagar y pasivos acumulados	225,959	(1,172,151)
Impuestos a la utilidad pagados	(186,035)	(565,605)
Beneficios a los empleados	487	279
Pagos basados en acciones	18,142	23,722
Participación de los trabajadores en las utilidades	(17,475)	8,847
Otros, neto	<u>(1,232)</u>	<u>-</u>
Flujos netos de efectivo (utilizados en) generados de actividades de operación	(107,086)	74,500
Flujos de efectivo por actividades de inversión:		
Adquisición de inmuebles, propiedades y equipo	(71,723)	(65,082)
Venta de equipo	1,179	-
Adquisición de otros activos	<u>(2,617,163)</u>	<u>(894,718)</u>
Flujos netos de efectivo utilizados en actividades de inversión	<u>(2,687,707)</u>	<u>(959,800)</u>
Flujos de efectivo a obtener de actividades de financiamiento	(2,794,793)	(885,300)
Flujos de efectivo por actividades de financiamiento:		
Préstamos obtenidos	2,668,896	1,170,000
Pago de préstamos	(180,000)	(200,000)
Recompra de acciones	(219,440)	(41,579)
Venta de acciones	153,239	(4,864)
Intereses pagados	(162,242)	(28,761)
Interés minoritario	<u>(27,209)</u>	<u>478</u>
Flujos netos de efectivo generados de actividades de financiamiento	<u>2,233,244</u>	<u>895,274</u>

(Continúa)

	<b>2012</b>	<b>2011</b>
(Disminución) aumento neto de efectivo y equivalentes de efectivo	(561,549)	9,974
Ajustes a los flujos de efectivo por variaciones en tipos de cambio	<u>(59,805)</u>	<u>74,109</u>
(Disminución) aumento neto de efectivo equivalentes de efectivo y efectivo restringido	(621,354)	84,083
Efectivo, equivalentes de efectivo y efectivo restringido al principio del año	<u>1,538,520</u>	<u>1,454,437</u>
Efectivo, equivalentes de efectivo y efectivo restringido al final del año	<u>\$ 917,166</u>	<u>\$ 1,538,520</u>

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

(Concluye)

# Notas a los estados financieros consolidados

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011 y 1 de enero de 2011 (fecha de transición)

(En miles de pesos)

## 1. Actividades y eventos importantes

### Actividades -

Genomma Lab Internacional, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias (la Entidad) se dedica a la venta de productos farmacéuticos de libre venta (en adelante productos OTC), de productos farmacéuticos genéricos en México (en adelante productos GI) y productos de cuidado personal en México (en adelante productos PC) con una creciente presencia en mercados internacionales.

La Entidad desarrolla, vende y comercializa una amplia gama de productos de primera clase con 91 marcas propias, con productos en diversas categorías, entre los que se encuentran antiacné, medicamentos genéricos, protección y mejora sexual, crema para mejorar la textura de piel con cicatrices, tratamiento de hemorroides, contra varices, para evitar la caída del cabello, ungüento para dolores musculares, antiácidos, antimicóticos, para el alivio de la colitis, para contrarrestar el nivel de stress, jabones, multivitamínicos, shampoos y antigripales. La Entidad está enfocada en incrementar el valor de las marcas de sus productos por medio de campañas mercadológicas, principalmente a través de la televisión. Las ventas de las subsidiarias en el extranjero representan aproximadamente el 27% y 23% de las ventas netas consolidadas en 2012 y 2011, respectivamente.

### Eventos importantes -

**Compra de marcas y licencias** - Durante 2012 la Compañía adquirió las marcas Fermodyl, XL-3, Zanzusi, Altiva, Larisa, Bioskin y Amara en \$1,341 millones. Durante 2011 la Compañía adquirió las marcas Vanart, Pomada de la Campana, Galaflex, Affair, Wildroot, Alert, Nordiko y Ovvio; la licencia Icy Blast y la patente Alert en \$1,436 millones.

## 2. Bases de presentación

### a. Adopción de Normas Internacionales de Información Financiera

A partir del 1 de enero de 2012, la Entidad adoptó las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS, por sus siglas en inglés, en adelante IFRS ó IAS) y sus adecuaciones e interpretaciones emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB, por sus siglas en inglés), en vigor al 31 de diciembre de 2012; consecuentemente aplica la IFRS 1, *Adopción inicial de las Normas Internacionales de Información Financiera*. Estos estados financieros consolidados han sido preparados de conformidad con las normas e interpretaciones emitidas y efectivas a la fecha de los mismos.

- **Transición a IFRS** - Los estados financieros consolidados al 31 de diciembre de 2011 fueron los últimos preparados conforme a Normas de Información Financiera Mexicanas (NIF), dichos informes difieren en algunas áreas respecto a las IFRS. En la preparación de los estados financieros consolidados al 31 de diciembre de 2012 y 2011 y por los años que terminaron en esas fechas, la administración de la Entidad ha modificado ciertos métodos de presentación contable y de valuación aplicados en las normas contables de los estados financieros consolidados de NIF para cumplir con IFRS. Las cifras comparativas al 31 de diciembre 2011 y por el año que terminó en esa fecha fueron modificadas para reflejar estas adopciones.

Las conciliaciones y descripciones de los efectos de la transición de NIF a IFRS en los estados consolidados de posición financiera, de resultado integral y de flujos de efectivo se explican en la Nota 24.

## b. Bases de medición

Los estados financieros consolidados de la Entidad han sido preparados sobre la base de costo histórico, excepto por la construcciones en proceso que se valúan a su valor razonable, como se explica a mayor detalle en las políticas contables más adelante.

### i. Costo histórico

El costo histórico generalmente se basa en el valor razonable de la contraprestación entregada a cambio de activos.

### ii. Valor razonable

El valor razonable se define como el precio que se recibiría por vender un activo o que se pagaría por transferir un pasivo en una transacción ordenada entre participantes en el mercado a la fecha de valuación

## c. Bases de consolidación de estados financieros

Los estados financieros consolidados incluyen los de Genomma Lab Internacional, S. A. B. de C. V. y los de sus subsidiarias en las que tiene control. El control se obtiene cuando la Entidad tiene el poder para gobernar las políticas financieras y operativas de una entidad a fin de obtener beneficios de sus actividades. La participación accionaria en su capital social se muestra a continuación:

Compañía	Participación 2012 y 2011	Actividad
México –		
Genomma Laboratories México, S. A. de C. V.	100%	Investigación y desarrollo de productos OTC y PC
Television Products Retail, S. A. de C. V.	100%	Prestación de servicios profesionales
Medicinas y Medicamentos Nacionales, S. A. de C. V.	100%	Venta de medicamentos genéricos
Iniciativas de Éxito, S. A. de C. V.	100%	Venta de productos OTC y PC
Aero Lab, S. A. de C. V.	100%	Servicios de transportación aérea
Internacional –		
Genomma Lab USA, Inc.	100%	Venta de productos OTC y PC Investigación y desarrollo de productos OTC y PC
Lab Brands International, LLC	70%	Prestación de servicios profesionales
Genomma Lab Centroamérica, S. A.	100%	Venta de productos OTC y PC
Genomma Lab Perú, S. A.	100%	Venta de productos OTC y PC
Genomma Lab Chile, S. A.	100%	Venta de productos OTC y PC
Genomma Lab Ecuador, S. A.	100%	Venta de productos OTC y PC
Genomma Laboratories Argentina, S. A.	85%	Venta de productos OTC y PC
Genomma Lab Colombia, LTDA	100%	Venta de productos OTC y PC
Genomma Laboratories do Brasil, LTDA	85%	Venta de productos OTC y PC
Genomma Lab Dominicana, S.R.L.	100%	Venta de productos OTC y PC

Los saldos y operaciones entre las entidades consolidadas han sido eliminados.

Las participaciones no controladoras en las subsidiarias se identifican de manera separada respecto a las inversiones que la Entidad tiene en ellas. Las participaciones no controladoras pueden ser inicialmente valuadas ya sea a su valor razonable o a la participación proporcional de las participaciones no controladoras sobre el valor razonable de los activos netos identificables de la entidad adquirida. La elección de la base de valuación se hace de manera individual por cada operación. Posteriormente a la adquisición, el valor en libros de las participaciones controladoras representa el importe de dichas participaciones al reconocimiento inicial más la porción de las participaciones no controladoras posteriores del estado de variaciones en el capital contable. El resultado integral se atribuye a las participaciones no controladoras aún si da lugar a un déficit en éstas.

- i. **Subsidiarias** - Las subsidiarias son todas las entidades sobre las que la Entidad tiene el poder de gobernar sus políticas operativas y financieras, por ser propietaria de más de la mitad de sus acciones con derecho de voto. La existencia y efectos de los derechos potenciales de voto que son actualmente ejercibles o convertibles se consideran al evaluar si la Entidad controla a otra entidad. Las subsidiarias se consolidan desde la fecha en que su control se transfiere a la Entidad, y se dejan de consolidar desde la fecha en la que se pierde el control.

Las políticas contables de las subsidiarias han sido modificadas cuando ha sido necesario, para asegurar que exista una consistencia con las políticas adoptadas por la Entidad.

- ii. **Asociada** - La Entidad ejerce influencia significativa sobre Televisa Consumer Products, LLP pero no control. La entidad mantiene una participación accionaria del 49% de los derechos a voto. La inversión en asociada se reconoce inicialmente al costo histórico y posteriormente a través del método de participación.

- d. **Conversión de estados financieros de subsidiarias en moneda extranjera** - Para consolidar los estados financieros de subsidiarias extranjeras, éstos se modifican en la moneda de registro para presentarse en pesos mexicanos, considerando las siguientes metodologías:

- Las operaciones extranjeras cuya moneda de registro y funcional es la misma, convierten sus estados financieros utilizando los siguientes tipos de cambio: 1) de cierre para los activos y pasivos, 2) histórico para el capital contable y 3) el de la fecha de devengamiento para los ingresos, costos y gastos. Los efectos de conversión se registran en el capital contable.
- Las operaciones extranjeras convierten sus estados financieros de la moneda de registro a la moneda funcional, utilizando los siguientes tipos de cambio: 1) de cierre para los activos y pasivos monetarios, 2) histórico para activos no monetarios, pasivos no monetarios y capital contable y 3) el de la fecha de devengamiento para los ingresos, costos y gastos, excepto los que provienen de partidas no monetarias que se convierten al tipo de cambio histórico de la partida no monetaria; los efectos de conversión, se registran en el resultado integral de financiamiento. Posteriormente, para convertir los estados financieros de la moneda funcional al peso mexicano, se utilizan los siguientes tipos de cambio: 1) de cierre para los activos y pasivos y 2) histórico para el capital contable, y 3) el de la fecha de devengamiento para todos los ingresos, costos y gastos. Los efectos de conversión se registran en el capital contable. En el caso de operaciones extranjeras que operan en un entorno económico inflacionario, primero reexpresan sus estados financieros en moneda de poder adquisitivo al cierre del ejercicio, utilizando el índice de precios del país de origen de la moneda funcional, y posteriormente los convierten utilizando el tipo de cambio de cierre para todas las partidas; los efectos de conversión, se registran en el capital contable.



Las monedas de registro y funcional de las operaciones extranjeras y los tipos de cambio utilizados en los diferentes procesos de conversión, son como sigue:

<b>Compañía</b>	<b>Moneda de registro</b>	<b>Tipo de cambio para convertir de moneda de registro a moneda funcional</b>	<b>Tipo de cambio para convertir de moneda funcional a peso mexicano</b>
Genomma Lab USA, Inc.	Dólar estadounidense	1.0000	12.9880
Lab Brands International, LLC	Dólar estadounidense	1.0000	12.9880
Genomma Lab Centroamérica, S. A.	Dólar estadounidense	1.0000	12.9880
Genomma Lab Dominicana, S. R. L.	Peso dominicano	0.0250	12.9880
Genomma Lab Perú, S. A.	Sol	0.3922	12.9880
Genomma Lab Chile, S. A.	Peso Chileno	0.0021	12.9880
Genomma Lab Ecuador, S. A.	Dólar estadounidense	1.0000	12.9880
Genomma Laboratories Argentina, S. A.	Peso Argentino	0.2039	12.9880
Genomma Lab Colombia, LTDA	Peso Colombiano	0.0005	12.9880
Genomma Laboratories do Brasil, LTDA	Real	0.4944	12.9880
Genomma Laboratorios Médicos, S. L.	Euro	1.3218	12.9880

La moneda funcional de la Entidad es el peso mexicano y la moneda funcional de las subsidiarias de la Entidad es el dólar estadounidense.. Debido a que la Entidad mantiene inversiones en subsidiarias en el extranjero, cuya moneda funcional no es el peso mexicano, se encuentra expuesta a un riesgo de conversión de moneda extranjera. Asimismo, se mantienen activos y pasivos monetarios denominados en diversas monedas, principalmente el dólar estadounidense, y existe una exposición al riesgo cambiario, atribuible a operaciones comerciales y proveeduría de insumos, durante el curso normal del negocio, así como por la posición en moneda extranjera.

### **3. Resumen de las principales políticas contables**

Los estados financieros consolidados adjuntos cumplen con las IFRS emitidas por el IASB. Su preparación requiere que la administración de la Entidad efectúe ciertas estimaciones y utilice determinados supuestos para valorar algunas de las partidas de los estados financieros consolidados y para efectuar las revelaciones que se requieren en los mismos. Sin embargo, los resultados reales pueden diferir de dichas estimaciones. La administración de la Entidad, aplicando el juicio profesional, considera que las estimaciones y supuestos utilizados fueron los adecuados en las circunstancias (ver nota 4). Las principales políticas contables seguidas por la Entidad son las siguientes:

a. ***Cambios contables***

La siguiente modificación a IFRS ha sido aplicada en el año en curso y ha afectado los estados financieros consolidados:

- **IFRS 7 Instrumentos financieros: Información a Revelar - Transferencias de Activos Financieros-** La Entidad ha aplicado las modificaciones al IFRS 7 en el año en curso. Estas modificaciones aumentan los requerimientos de revelación para transacciones que involucran la transferencia de activos financieros con el fin de proporcionar una mayor transparencia en torno a la exposición al riesgo que se tendría si los activos financieros son transferidos.

b. ***Activos financieros***

Los activos financieros se reconocen cuando la Entidad se convierte en una parte de las disposiciones contractuales de los instrumentos.

Los activos financieros se valúan inicialmente a su valor razonable. Los costos de la transacción que son directamente atribuibles a la adquisición o emisión de activos financieros (distintos de los activos financieros a valor razonable con cambios en resultados) se suman o reducen del valor razonable de los activos financieros, en su caso, en el reconocimiento inicial. Los costos de transacción directamente atribuibles a la adquisición de activos financieros a su valor razonable con cambios en resultados se reconocen inmediatamente en resultados.

Los activos financieros se clasifican en las siguientes categorías: activos financieros ‘a valor razonable con cambios a través de resultados’ costo amortizado, inversiones ‘conservadas al vencimiento’, activos financieros ‘disponibles para su venta’ y ‘préstamos y cuentas por cobrar’. La clasificación depende de la naturaleza y propósito de los activos financieros y se determina al momento del reconocimiento inicial. A la fecha de informe de los estados financieros consolidados, la Entidad sólo contaba con instrumentos financieros clasificados como préstamos y cuentas por cobrar.

- Método de la tasa de interés efectiva

El método de interés efectivo es un método para calcular el costo amortizado de un instrumento financiero y de asignación del ingreso o costo financiero durante el periodo relevante. La tasa de interés efectiva es la tasa que descuenta los ingresos futuros de efectivo estimados (incluyendo todos los honorarios y puntos base pagados o recibidos que forman parte integral de la tasa de interés efectiva, costos de la transacción y otras primas o descuentos) durante la vida esperada del instrumento de activo o pasivo deuda o, cuando es apropiado, un periodo menor, al valor en libros neto al momento del reconocimiento inicial.

Los ingresos se reconocen con base en el interés efectivo para instrumentos de deuda distintos a aquellos activos financieros clasificados como a valor razonable con cambios a través de resultados.

- Préstamos y cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar a clientes, préstamos y otras cuentas por cobrar con pagos fijos o determinables, que no se negocian en un mercado activo, se clasifican como préstamos y cuentas por cobrar. Los préstamos y cuentas por cobrar se valúan al costo amortizado usando el método de interés efectivo, menos cualquier deterioro. Los ingresos por intereses se reconocen aplicando la tasa de interés efectiva, excepto por las cuentas por cobrar a corto plazo en caso de que el reconocimiento de intereses sea poco importante.

- Deterioro de activos financieros

Los activos financieros distintos a los activos financieros a valor razonable con cambios a través de resultados, se sujetan a pruebas para efectos de deterioro al final de cada periodo sobre el cual se informa. Se considera que los activos financieros están deteriorados, cuando existe evidencia objetiva que, como consecuencia de uno o más eventos que hayan ocurrido después del reconocimiento inicial del activo financiero, los flujos de efectivo futuros estimados del activo financiero han sido afectados.

La evidencia objetiva de deterioro podría incluir:

- Dificultades financieras significativas del emisor o contraparte;
- Incumplimiento en el pago de los intereses o el principal;
- Es probable que el prestatario entre en quiebra o en una reorganización financiera; o
- La desaparición de un mercado activo para el activo financiero debido a dificultades financieras.

Para ciertas categorías de activos financieros, como cuentas por cobrar a clientes, los activos que se han sujetado a pruebas para efectos de deterioro y que no han sufrido deterioro en forma individual, se incluyen en la evaluación de deterioro sobre una base colectiva. Entre la evidencia objetiva de que una cartera de cuentas por cobrar podría estar deteriorada, se podría incluir la experiencia pasada de la Entidad con respecto a la cobranza, un incremento en el número de pagos atrasados en la cartera que superen el periodo de crédito promedio de 90 días, así como cambios observables en las condiciones económicas nacionales y locales que se correlacionen con el incumplimiento en los pagos.

Para los activos financieros que se registran al costo amortizado, el importe de la pérdida por deterioro que se reconoce es la diferencia entre el valor en libros del activo y el valor presente de los cobros futuros, descontados a la tasa de interés efectiva original del activo financiero.

Para los activos financieros que se contabilicen al costo, el importe de la pérdida por deterioro se calcula como la diferencia entre el valor en libros del activo y el valor presente de los flujos futuros de efectivo estimados, descontados a la tasa actual del mercado de cambio de un activo financiero similar. Tal pérdida por deterioro no se revertirá en los periodos posteriores.

El valor en libros del activo financiero se reduce por la pérdida por deterioro directamente para todos los activos financieros, excepto para las cuentas por cobrar a clientes, donde el valor en libros se reduce a través de una cuenta de estimación para cuentas de cobro dudoso. Cuando se considera que una cuenta por cobrar es incobrable, se elimina contra la estimación. La recuperación posterior de los montos previamente eliminados se convierte en créditos contra la estimación. Los cambios en el valor en libros de la cuenta de la estimación se reconocen en los resultados.

Cuando se considera que un activo financiero disponible para la venta está deteriorado, las ganancias o pérdidas acumuladas previamente reconocidas en otros resultados integrales se reclasifican a los resultados del periodo.

Excepto por los instrumentos de capital disponibles para su venta, si, en un periodo subsecuente, el importe de la pérdida por deterioro disminuye y esa disminución se puede relacionar objetivamente con un evento que ocurre después del reconocimiento del deterioro, la pérdida por deterioro previamente reconocida se reversa a través de resultados hasta el punto en que el valor en libros de la inversión a la fecha en que se reversó el deterioro no exceda el costo amortizado que habría sido si no se hubiera reconocido el deterioro.

– Baja de activos financieros

La Entidad deja de reconocer un activo financiero únicamente cuando expiran los derechos contractuales sobre los flujos de efectivo del activo financiero, y transfiere de manera sustancial los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad del activo financiero. Si la Entidad no transfiere ni retiene sustancialmente todos los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad y continúa reteniendo el control del activo transferido, la Entidad reconocerá su participación en el activo y la obligación asociada por los montos que tendría que pagar. Si la Entidad retiene sustancialmente todos los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad de un activo financiero transferido, La Entidad continúa reconociendo el activo financiero y también reconoce un préstamo colateral por los recursos recibidos.

c. **Efectivo, equivalentes de efectivo y efectivo restringido**

Consisten principalmente en depósitos bancarios en cuentas de cheques e inversiones en valores a corto plazo de gran liquidez, fácilmente convertibles en efectivo, con vencimiento hasta de tres meses a partir de la fecha de su adquisición y sujetos a riesgos poco importantes de cambios en valor. El efectivo se presenta a valor nominal y los equivalentes se valúan a su valor razonable. Los equivalentes de efectivo están representados principalmente por inversiones en mesas de dinero. La Compañía tiene fondos restringidos designados para la recompra de acciones propias de la Compañía, los cuales se encuentran invertidos en mesas de dinero a corto plazo en papel gubernamental y papel bancario.

d. **Inventarios**

Los inventarios se valúan al costo de adquisición o valor neto de realización, el menor utilizando el método de costos promedio. El valor neto de realización representa el precio de venta estimado menos todos los gastos necesarios para efectuar su venta.

e. **Pagos anticipados**

Los pagos anticipados están representados principalmente por gastos de publicidad, los cuales se amortizan a resultados conforme se devenga el servicio.

f. **Inmuebles, propiedades y equipo**

Los inmuebles, propiedades y equipo se registran inicialmente al costo de adquisición.

Los terrenos y edificios mantenidos para su uso para fines administrativos, se presentan en el estado de posición financiera a costo, menos cualquier depreciación acumulada o pérdidas por deterioro acumuladas.

Las propiedades que están en proceso de construcción para fines de producción o para propósitos aún no determinados, se registran al costo menos cualquier pérdida por deterioro reconocida. El costo incluye honorarios profesionales. La depreciación de estos activos, al igual que en otras propiedades, se inicia cuando los activos están listos para su uso planeado.

Los terrenos no se deprecian.

El mobiliario y equipos se presentan al costo menos la depreciación acumulada y cualquier pérdida acumulada por deterioro.

La depreciación se reconoce para llevar a resultados el costo, menos su valor residual, sobre sus vidas útiles utilizando el método de línea recta. La vida útil estimada, el valor residual y el método de depreciación se revisan al final de cada año, y el efecto de cualquier cambio en la estimación registrada se reconoce sobre una base prospectiva.

Los años de vida útil determinados son como sigue

Edificio	40
Mejoras a locales	10
Equipo de laboratorio, moldes y maquinaria	3
Equipo de transporte terrestre	4
Equipo de transporte aéreo	6
Equipo de cómputo	3
Equipo de producción y grabación	3
Equipo de oficina y venta	20
Equipo de telecomunicaciones	10

La ganancia o pérdida que surge de la venta o retiro de una partida de inmuebles, planta y equipo, se calcula como la diferencia entre los recursos que se reciben por ventas y el valor en libros del activo, y se reconoce en los resultados.

g. ***Inversión en acciones de asociada***

La Entidad tiene inversión en Televisa Consumer Products, LLP. Una asociada es una entidad sobre la cual la Entidad tiene influencia significativa, y que no constituye una subsidiaria ni una participación en un negocio conjunto. Influencia significativa es el poder de participar en decidir las políticas financieras y de operación de la entidad en la que se invierte, pero no implica un control o control conjunto sobre esas políticas.

Los resultados y los activos y pasivos de la entidad asociada son incorporados a los estados financieros utilizando el método de participación. Conforme al método de participación, la inversión en entidad asociada se contabiliza en el estado consolidado de posición financiera al costo, ajustado por cambios posteriores a la adquisición por la participación de la compañía en los activos netos de la entidad asociada, menos cualquier deterioro en el valor de las inversiones en lo individual. Las pérdidas de una entidad asociada en exceso a la participación de la Entidad en la misma (la cual incluye cualquier inversión a largo plazo que, en sustancia, forme parte de la inversión neta de la Entidad en la compañía asociada) se reconocen siempre y cuando la Entidad haya contraído alguna obligación legal o implícita o haya hecho pagos en nombre de la asociada.

Los requerimientos de IAS 39 se aplican para determinar si es necesario reconocer una pérdida por deterioro con respecto a la inversión de la Entidad en una asociada. Cuando es necesario, se prueba el deterioro del valor en libros total de la inversión de conformidad con IAS 36 *Deterioro de Activos* como un único activo, comparando su monto recuperable (mayor entre valor en uso y valor razonable menos costo de venta) contra su valor en libros. Cualquier pérdida por deterioro reconocida forma parte del valor en libros de la inversión. Cualquier reversión de dicha pérdida por deterioro se reconoce de conformidad con IAS 36 en la medida en que dicho monto recuperable de la inversión incrementa posteriormente.

Al disponer de una asociada que resulta en que la Entidad pierda influencia importante sobre la misma, cualquier inversión retenida se mide a valor razonable a dicha fecha y se considera como su valor razonable al momento del reconocimiento inicial como activo financiero de conformidad con IAS 39. La diferencia entre el valor en libros anterior de la asociada atribuible a la participación retenida y su valor en libros se incluye en la determinación de la ganancia o pérdida por disposición de la asociada. Adicionalmente, la Entidad contabiliza todos los montos previamente reconocidos en otros resultados integrales en relación con dicha asociada con la misma base que se requeriría si dicha asociada hubiese dispuesto directamente de los activos o pasivos relativos. Por lo tanto, si una ganancia o pérdida previamente reconocida en otros resultados integrales por dicha asociada se hubiere reclasificado al estado de resultados al disponer de los activos o pasivos relativos, la Entidad reclasifica la ganancia o pérdida del capital al estado de resultados (como un ajuste por reclasificación) cuando pierde la influencia importante sobre dicha asociada.

Cuando la Entidad lleva a cabo transacciones con su asociada, la utilidad o pérdida resultante de dichas transacciones con la asociada se reconoce en los estados financieros consolidados de la Entidad sólo en la medida de la participación en la asociada que no se relacione con la Entidad.

h. ***Otros activos***

Estos activos representan erogaciones que dan origen a beneficios económicos futuros porque cumplen con ciertos requisitos para su reconocimiento como activos. Los costos de investigación, así como las erogaciones en fase de desarrollo que no cumplen con dichos requisitos, se registran en resultados en el ejercicio en que se incurren.

La Compañía clasifica sus activos intangibles en activos con vida útil indefinida y activos con vida útil definida, de acuerdo con el periodo en el cual la Compañía espera recibir los beneficios.

- Activos de vida útil indefinida

Corresponden a marcas, no competencia y otros derechos, por los que la Compañía espera generar ingresos de manera indefinida por lo que no se amortizan, pero su valor se sujeta a pruebas de deterioro.

- Activos de vida útil definida

Corresponden principalmente a costos erogados en la fase de desarrollo de sistemas de información integral y se amortizan con base en el método de línea recta de acuerdo a la vida útil del proyecto y con máximo de 5 años. Asimismo, se incluyen; depósitos en garantía pagados por renta de inmuebles, que se registran al valor del efectivo dado en garantía y que se estima recuperar al final del contrato de arrendamiento; licencias para la comercialización de los productos de la Compañía, los cuales se amortizan con base en el método de línea recta en el periodo de vigencia de dichas licencias; y la inversión para la expansión de la marca Sistema GB..

- Baja de activos intangibles

Un activo intangible se dará de baja por venta, o cuando no se espera tener beneficios económicos futuros por su uso o disposición. Las ganancias o pérdidas que surgen de la baja de un activo intangible, medido como la diferencia entre los ingresos netos y el valor en libros del activo, se reconocen en resultados cuando el activo sea dado de baja.

i. ***Deterioro de activos tangibles e intangibles***

Al final de cada periodo sobre el cual se informa, la Entidad revisa los valores en libros de sus activos tangibles e intangibles a fin de determinar si existe un indicativo de que estos activos han sufrido alguna pérdida por deterioro. Si existe algún indicio, se calcula el monto recuperable del activo a fin de determinar el alcance de la pérdida por deterioro (de haber alguna). Cuando no es posible estimar el monto recuperable de un activo individual, la Entidad estima el monto recuperable de la unidad generadora de efectivo a la que pertenece dicho activo. Cuando se puede identificar una base razonable y consistente de distribución, los activos corporativos también se asignan a las unidades generadoras de efectivo individuales, o de lo contrario, se asignan al grupo más pequeño de unidades generadoras de efectivo para los cuales se puede identificar una base de distribución razonable y consistente.

Los activos intangibles con una vida útil indefinida o todavía no disponibles para su uso, se sujetan a pruebas para efectos de deterioro al menos cada año, y siempre que exista un indicio de que el activo podría haberse deteriorado.

El monto recuperable es el mayor entre el valor razonable menos el costo de venderlo y el valor de uso. Al evaluar el valor de uso, los flujos de efectivo futuros estimados se descuentan a su valor presente utilizando una tasa de descuento antes de impuestos que refleje la evaluación actual del mercado respecto al valor del dinero en el tiempo y los riesgos específicos del activo para el cual no se han ajustado las estimaciones de flujos de efectivo futuros.

Si se estima que el monto recuperable de un activo (o unidad generadora de efectivo) es menor que su valor en libros, el valor en libros del activo (o unidad generadora de efectivo) se reduce a su monto recuperable. Las pérdidas por deterioro se reconocen inmediatamente en resultados, salvo si el activo se registra a un monto revaluado, en cuyo caso se debe considerar la pérdida por deterioro como una disminución de la revaluación.

Cuando una pérdida por deterioro se revierte posteriormente, el valor en libros del activo (o unidad generadora de efectivo) se aumenta al valor estimado revisado a su monto recuperable, de tal manera que el valor en libros incrementado no excede el valor en libros que se habría determinado si no se hubiera reconocido una pérdida por deterioro para dicho activo (o unidad generadora de efectivo) en años anteriores. La reversión de una pérdida por deterioro se reconoce inmediatamente en resultados, a menos que el activo correspondiente se reconozca a un monto revaluado, en cuyo caso la reversión de la pérdida por deterioro se trata como un aumento en la revaluación.

j. ***Pasivos financieros e instrumentos de capital***

Los pasivos financieros se reconocen cuando la Entidad se convierte en una parte de las disposiciones contractuales de los instrumentos.

Los pasivos financieros se valúan inicialmente a su valor razonable. Los costos de la transacción que son directamente atribuibles a la adquisición o emisión de pasivos financieros (distintos de los pasivos financieros a valor razonable con cambios en resultados) se suman o deducen del valor razonable de los pasivos financieros, en su caso, en el reconocimiento inicial. Los costos de la transacción directamente atribuibles a la adquisición de pasivos financieros a valor razonable con cambios en resultados se reconocen inmediatamente en resultados.

– Clasificación como deuda o capital

Los instrumentos de deuda y/o capital se clasifican como pasivos financieros o como capital de conformidad con la sustancia del acuerdo contractual.

– Instrumentos de capital

Un instrumento de capital consiste en cualquier contrato que evidencie un interés residual en los activos de la Entidad luego de deducir todos sus pasivos. Los instrumentos de capital emitidos por la Entidad se reconocen por los recursos recibidos, neto de los costos directos de emisión.

La recompra de instrumentos de capital propio de la Entidad se reconoce y se deduce directamente en el capital. Ninguna ganancia o pérdida se reconoce en utilidad o pérdida en la compra, venta, emisión o amortización de los instrumentos de capital propio de la Entidad.

– Pasivos financieros

Los pasivos financieros se clasifican como pasivos financieros a valor razonable con cambios a través de resultados o como otros pasivos financieros.

– Pasivos financieros a valor razonable con cambios a través de resultados

Un pasivo financiero a valor razonable con cambios a través de resultados es un pasivo financiero que se clasifica como mantenido con fines de negociación o se designa como a valor razonable con cambios a través de resultados:

Un pasivo financiero se clasifica como mantenido con fines de negociación si:

- Se adquiere principalmente con el objetivo de recomprarlo en un futuro cercano; o
- Es parte de una cartera de instrumentos financieros identificados que se administran conjuntamente, y para la cual existe evidencia de un patrón reciente de toma de utilidades a corto plazo; o
- Es un derivado que no ha sido designado como instrumento de cobertura y cumple las condiciones para ser efectivo.

Un pasivo financiero que no sea un pasivo financiero mantenido con fines de negociación podría ser designado a valor razonable con cambios a través de resultados al momento del reconocimiento inicial si:

- Con ello se elimina o reduce significativamente alguna inconsistencia en la valuación o en el reconocimiento que de otra manera surgiría; o
- El rendimiento de un grupo de activos financieros, de pasivos financieros o de ambos, se administre y evalúe sobre la base de su valor razonable, de acuerdo con una estrategia de inversión o de administración del riesgo que la Entidad tenga documentada, y se provea internamente información sobre ese grupo, sobre la base de su valor razonable; o

- Forme parte de un contrato que contenga uno o más instrumentos derivados implícitos, y la IAS 39 *Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Medición* permita que la totalidad del contrato híbrido (activo o pasivo) sea designado como a valor razonable con cambios a través de resultados.

Los pasivos financieros a valor razonable con cambios a través de resultados se registran a valor razonable, reconociendo cualquier ganancia o pérdida surgida de la remediación en el estado de resultados. La ganancia o pérdida neta reconocida en los resultados incluye cualquier dividendo o interés obtenido del pasivo financiero y se incluye en la partida de ‘otras ganancias y pérdidas’ en el estado de resultado integral.

– Otros pasivos financieros

Otros pasivos financieros, (incluyendo los préstamos y cuentas por pagar), son valuados subsecuentemente al costo amortizado usando el método de tasa de interés efectiva.

El método de tasa de interés efectiva es un método de cálculo del costo amortizado de un pasivo financiero y de asignación del gasto financiero a lo largo del periodo pertinente. La tasa de interés efectiva es la tasa que descuenta exactamente los flujos estimados de pagos en efectivo a lo largo de la vida esperada del pasivo financiero (o, cuando sea adecuado, en un periodo más corto) con el importe neto en libros del pasivo financiero en su reconocimiento inicial.

– Baja de pasivos financieros

La Entidad da de baja los pasivos financieros si, y solo si, las obligaciones de la Entidad se cumplen, cancelan o expiran. La diferencia entre el valor en libros del pasivo financiero dado de baja y la contraprestación pagada y por pagar se reconoce en resultados.

k. ***Impuestos a la utilidad***

El gasto por impuestos a la utilidad representa la suma de los impuestos a la utilidad causados y los impuestos a la utilidad diferidos.

– Impuestos a la utilidad causados

El impuesto sobre la renta (ISR) y el impuesto empresarial a tasa única (IETU) se registran en los resultados del año en que se causan.

– Impuestos a la utilidad diferidos

Para reconocer el impuesto diferido se determina si, con base en proyecciones financieras, la Entidad causará ISR o IETU y reconoce el impuesto diferido que corresponda al impuesto que esencialmente pagará. Los impuestos a la utilidad diferidos se reconoce sobre las diferencias temporales entre el valor en libros de los activos y pasivos incluidos en los estados financieros y las bases fiscales correspondientes utilizadas para determinar el resultado fiscal, aplicando la tasa correspondiente a estas diferencias y en su caso se incluyen los beneficios de las pérdidas fiscales por amortizar y de algunos créditos fiscales. El pasivo por impuesto a la utilidad diferido se reconoce generalmente para todas las diferencias fiscales temporales. Se reconocerá un activo por impuestos diferidos, por todas las diferencias temporales deducibles, en la medida en que resulte probable que la Entidad disponga de utilidades fiscales futuras contra las que pueda aplicar esas diferencias temporales deducibles. Estos activos y pasivos no se reconocen si las diferencias temporales surgen del reconocimiento inicial (distinto al de la combinación de negocios) de otros activos y pasivos en una operación que no afecta el resultado fiscal ni el contable.



Se reconoce un pasivo por impuestos diferidos por diferencias temporales gravables asociadas con inversiones en subsidiarias y asociadas, y participaciones en negocios conjuntos, excepto cuando la Entidad es capaz de controlar la reversión de la diferencia temporal y cuando sea probable que la diferencia temporal no se revertirá en un futuro previsible. Los activos por impuestos diferidos que surgen de las diferencias temporales asociadas con dichas inversiones y participaciones se reconocen únicamente en la medida en que resulte probable que habrán utilidades fiscales futuras suficientes contra las que se utilicen esas diferencias temporales y se espera que éstas se revertirán en un futuro cercano.

El valor en libros de un activo por impuestos diferidos debe someterse a revisión al final de cada periodo sobre el que se informa y se debe reducir en la medida que se estime probable que no habrán utilidades gravables suficientes para permitir que se recupere la totalidad o una parte del activo.

Los activos y pasivos por impuestos diferidos se valúan empleando las tasas fiscales que se espera aplicar en el período en el que el pasivo se pague o el activo se realice, basándose en las tasas (y leyes fiscales) que hayan sido aprobadas o sustancialmente aprobadas al final del periodo sobre el que se informa. La valuación de los pasivos y activos por impuestos diferidos refleja las consecuencias fiscales que se derivarían de la forma en que la Entidad espera, al final del periodo sobre el que se informa, recuperar o liquidar el valor en libros de sus activos y pasivos.

Los activos por impuestos diferidos y los pasivos por impuestos diferidos se compensan cuando existe un derecho legal para compensar activos a corto plazo con pasivos a corto plazo y cuando se refieren a impuestos a la utilidad correspondientes a la misma autoridad fiscal y la Entidad tiene la intención de liquidar sus activos y pasivos sobre una base neta.

- Impuestos causados y diferidos

Los impuestos causados y diferidos se reconocen como ingreso o gasto en resultados, excepto cuando se refieren a partidas que se reconocen fuera de los resultados, ya sea en los otros resultados integrales o directamente en el capital contable, en cuyo caso el impuesto también se reconoce fuera de los resultados; o cuando surgen del reconocimiento inicial de una combinación de negocios. En el caso de una combinación de negocios, el efecto fiscal se incluye dentro del reconocimiento de la combinación de negocios.

1. ***Provisiones***

Las provisiones se reconocen cuando la Entidad tiene una obligación presente (ya sea legal o asumida) como resultado de un suceso pasado, es probable que la Entidad tenga que liquidar la obligación, y puede hacerse una estimación confiable del importe de la obligación.

El importe reconocido como provisión es la mejor estimación del desembolso necesario para liquidar la obligación presente, al final del periodo sobre el que se informa, teniendo en cuenta los riesgos y las incertidumbres que rodean a la obligación. Cuando se valúa una provisión usando los flujos de efectivo estimados para liquidar la obligación presente, su valor en libros representa el valor presente de dichos flujos de efectivo.

Cuando se espera la recuperación de un tercero de algunos o todos los beneficios económicos requeridos para liquidar una provisión, se reconoce una cuenta por cobrar como un activo si es virtualmente cierto que se recibirá el desembolso y el monto de la cuenta por cobrar puede ser valuado confiablemente.

Las provisiones se clasifican como circulantes o no circulantes en función del período estimado para atender las obligaciones que cubren.

m. ***Costos de beneficios al retiro***

Las aportaciones a los planes de beneficios al retiro de contribuciones definidas se reconocen como gastos al momento en que los empleados han prestado los servicios que les otorgan el derecho a las contribuciones.

En el caso de los planes de beneficios definidos, el costo de tales beneficios se determina utilizando el método de crédito unitario proyectado, con valuaciones actuariales que se realizan al final de cada período sobre el que se informa. Las ganancias y pérdidas actuariales se reconocen amortizadas en resultados con base en la vida laboral estimada de los empleados. Los costos de los servicios pasados se reconocen en la medida en que se adquieren los beneficios; de lo contrario, se amortizan utilizando el método de línea recta sobre el período promedio hasta que los beneficios se convierten en adquiridos.

Las obligaciones por beneficios al retiro reconocidas en el estado de posición financiera, representan el valor presente de la obligación por beneficios definidos, ajustado por las ganancias y pérdidas actuariales y los costos de los servicios pasados no reconocidos, menos el valor razonable de los activos del plan. Cualquier activo que surja de este cálculo se limita a las pérdidas actuariales no reconocidas y al costo de los servicios pasados, más el valor presente de los reembolsos y reducciones de contribuciones futuras al plan.

n. ***Beneficios directos a los empleados***

Se valúan en proporción a los servicios prestados, considerando los sueldos actuales y se reconoce el pasivo conforme se devengan. Incluye principalmente Participación de los trabajadores en las utilidades por pagar, ausencias compensadas, como vacaciones y prima vacacional, e incentivos.

o. ***Participación de los trabajadores en las utilidades (PTU)***

La PTU se registra en los resultados del año en que se causa y se presenta en el rubro de gastos de venta, generales y de administración en el estado de resultados.

p. ***Pagos basados en acciones***

Las transacciones con pagos basados en acciones liquidables mediante instrumentos de capital a empleados se valúan al valor razonable de los instrumentos de capital a la fecha en que se otorgan. Los detalles relacionados con la determinación del valor razonable de las transacciones con pagos basados en acciones liquidadas mediante instrumentos de capital se presentan en la Nota 15.

El valor razonable determinado a la fecha de otorgamiento de los pagos basados en acciones liquidables mediante instrumentos de capital se registran como gastos sobre la base de línea recta durante el periodo de adjudicación, con base en la estimación de la Entidad de los instrumentos de capital que eventualmente se adjudicarán. Al final de cada periodo sobre el cual se reporta, la Entidad revisa sus estimaciones del número de instrumentos de capital que esperan ser adjudicados. El efecto de la revisión de los estimados originales, si hubiese, se reconoce en los resultados del periodo de manera que el gasto acumulado refleje el estimado revisado, con el ajuste correspondiente a la reserva de beneficios a empleados liquidables mediante instrumentos de capital.

Para la transacción de pagos basados en acciones liquidables en efectivo, se reconoce un pasivo por los bienes o servicios adquiridos, valuados inicialmente al valor razonable del pasivo. Al final de cada periodo de reporte, hasta que se liquide, así como en la fecha de liquidación, la Entidad reevalúa el valor razonable del pasivo y cualquier cambio en su valor razonable se reconoce en los resultados del periodo.

q. ***Reconocimiento de ingresos***

Los ingresos se calculan al valor razonable de la contraprestación cobrada o por cobrar, teniendo en cuenta el importe estimado de devoluciones de clientes, rebajas y otros descuentos similares.

- Venta de bienes

Los ingresos procedentes de la venta de bienes deben ser reconocidos cuando se cumplen todas y cada una de las siguientes condiciones:

- La Entidad ha transferido al comprador los riesgos y beneficios significativos que se derivan de la propiedad de los bienes;
- La Entidad no conserva para sí ninguna implicación en la gestión corriente de los bienes vendidos, en el grado usualmente asociado con la propiedad, ni retiene el control efectivo sobre los mismos;
- El importe de los ingresos pueda valuarse confiablemente;
- Sea probable que la Entidad reciba los beneficios económicos asociados con la transacción; y
- Los costos incurridos, o por incurrir, en relación con la transacción pueden ser valuados confiablemente.

- Prestación de servicios

Los ingresos provenientes de contratos de servicios se reconocen en el período en el que se devengan dichos servicios.

- Ingresos por dividendos e ingresos por intereses

El ingreso por dividendos de inversiones se reconoce una vez que se han establecido los derechos de los accionistas para recibir este pago (siempre que sea probable que los beneficios económicos fluirán para la Entidad y que el ingreso pueda ser valuado confiablemente).

Los ingresos por intereses se reconocen cuando es probable que los beneficios económicos fluyan hacia La Entidad y el importe de los ingresos pueda ser valuado confiablemente.

r. ***Transacciones en moneda extranjera***

Las transacciones en moneda extranjera se registran al tipo de cambio vigente a la fecha de su celebración. Los activos y pasivos monetarios en moneda extranjera se valúan en moneda nacional al tipo de cambio vigente a la fecha de los estados financieros. Las fluctuaciones cambiarias se registran en el estado de utilidad integral.

s. ***Utilidad por acción***

La utilidad básica por acción ordinaria se calcula dividiendo la utilidad neta consolidada entre el promedio ponderado de acciones ordinarias en circulación durante el ejercicio.

La Entidad no tiene instrumentos potencialmente dilutivos por lo que las ganancias diluidas por acción son iguales a las ganancias básicas por acción.

**4. Juicios contables críticos y fuentes clave para la estimación de incertidumbres**

En la aplicación de las políticas contables, la administración de la Entidad realiza juicios, estimaciones y presunciones sobre algunos importes de los activos y pasivos de los estados financieros. Las estimaciones y presunciones asociadas se basan en la experiencia y otros factores que se consideran como relevantes. Los resultados reales podrían diferir de dichas estimaciones.

Las estimaciones y presunciones subyacentes se revisan sobre una base regular. Las modificaciones a las estimaciones contables se reconocen en el período de la revisión y períodos futuros si la revisión afecta tanto al período actual como a períodos subsecuentes.

Los juicios contables críticos y fuentes clave de incertidumbre al aplicar las estimaciones efectuadas a la fecha de los estados financieros consolidados, y que tienen un riesgo significativo de derivar un ajuste en los valores en libros de activos y pasivos tanto al período actual como a períodos subsecuentes son como sigue:

- a) La Entidad revisa la vida útil estimada de inmuebles, propiedades y equipo al final de cada período anual. Durante 2012 y 2011, con base en su análisis detallado la administración de la Entidad realizó algunas modificaciones de la vida útil de ciertos componentes de los inmuebles, propiedades y equipo. El grado de incertidumbre relacionado con las estimaciones de las vidas útiles está relacionado con los cambios en el mercado y la utilización de los activos por los volúmenes de comercialización y desarrollo tecnológico.
- b) Al efectuar las pruebas de deterioro de los activos, la Entidad requiere efectuar estimaciones en el valor en uso asignado a sus inmuebles, propiedades y equipo, y a las unidades generadoras de efectivo, en el caso de ciertos activos. Los cálculos del valor en uso requieren que la Entidad determine los flujos de efectivo futuros que deberían surgir de las unidades generadoras de efectivo y una tasa de descuento apropiada para calcular el valor actual. La Entidad utiliza proyecciones de flujos de efectivo de ingresos utilizando estimaciones de condiciones de mercado, determinación de precios, y volúmenes de comercialización y venta.
- c) La Entidad utiliza estimaciones para determinar las reservas de inventarios y cuentas por cobrar. Los factores que considera la Entidad en las estimaciones de inventarios son los volúmenes de comercialización y venta y los movimientos en la demanda de algunos productos. Los factores que considera la Entidad en la estimación de cuentas de cobro dudoso son principalmente el riesgo de la situación financiera del cliente, cuentas no garantizadas y, retrasos considerables en la cobranza de acuerdo a los límites de crédito establecidos.

La Entidad utiliza estimaciones para determinar la estimación de cuentas de cobro dudoso considerando los siguientes factores:

- La Entidad realiza un análisis de antigüedad de saldos por cliente, donde se muestre el monto por vencer y los montos vencidos de acuerdo a los límites de créditos establecidos y según parámetros obtenidos con la experiencia, se asigna un porcentaje de reserva que le corresponde a cada una de ellas, este análisis da un primer indicio de deterioro.
- Una vez que se obtiene el monto preliminar de las cuentas por cobrar con deterioro, se deberá realizar un análisis de la situación financiera de todos los clientes incluidos, para determinar cuáles son los que presentan un deterioro razonable de la cuenta por cobrar y sobre estos registrar la provisión correspondiente.

La Entidad tiene la política de no aceptar devoluciones, excepto en el caso de productos caducos o productos fuera de línea, por lo que en el momento en el que la Entidad conoce la existencia de los mismos, reconoce la reserva correspondiente.

Con respecto a las bonificaciones, la Entidad reconoce la estimación de las mismas con base en los planes comerciales autorizados a los clientes.

- d) La Entidad está sujeta a transacciones o eventos contingentes sobre los cuales utiliza juicio profesional en el desarrollo de estimaciones de probabilidad de ocurrencia, los factores que se consideran en estas estimaciones son la situación legal actual a la fecha de la estimación y, la opinión de los asesores legales.

**5. Efectivo, equivalentes de efectivo y efectivo restringido**

	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>1 de enero de 2011</b>
Efectivo	\$ 669,544	\$ 644,745	\$ 397,736
Equivalentes de efectivo:			
Mesa de dinero	214,872	893,775	1,056,432
Efectivo restringido (Mesa de dinero)	<u>32,750</u>	<u>-</u>	<u>269</u>
	<u>\$ 917,166</u>	<u>\$ 1,538,520</u>	<u>\$ 1,454,437</u>

**6. Cuentas por cobrar**

	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>1 de enero de 2011</b>
Clientes	\$ 5,372,250	\$ 3,937,322	\$ 3,611,195
Estimaciones para:			
Cuentas de cobro dudoso	(31,642)	(19,283)	(9,067)
Devoluciones	(273,876)	(59,373)	(47,024)
Bonificaciones	<u>(271,171)</u>	<u>(376,019)</u>	<u>(425,253)</u>
	(576,689)	(454,675)	(481,344)
	4,795,561	3,482,647	3,129,851
Funcionarios y empleados	-	-	1,894
Impuestos por recuperar	33,458	86,039	196,956
Otras	<u>242,194</u>	<u>118,129</u>	<u>28,607</u>
	<u>\$ 5,071,213</u>	<u>\$ 3,686,815</u>	<u>\$ 3,357,308</u>

Los movimientos de la estimación para cuentas de cobro dudoso, devoluciones y bonificaciones fueron como sigue:

	<b>Saldo inicial</b>	<b>Adiciones</b>	<b>Provisión utilizada</b>	<b>Saldo al cierre</b>
<b>2012</b>	<u>\$ (454,675)</u>	<u>\$ (877,400)</u>	<u>\$ 755,386</u>	<u>\$ (576,689)</u>
<b>2011</b>	<u>\$ (481,344)</u>	<u>\$ (815,639)</u>	<u>\$ 842,308</u>	<u>\$ (454,675)</u>

a. ***Cuentas por cobrar a clientes***

Las cuentas por cobrar a clientes que se revelan arriba se clasifican como cuentas por cobrar y por lo tanto se valúan al costo amortizado.

El plazo de crédito promedio sobre la venta de bienes es de 90 días. No se hace ningún cargo por intereses sobre las cuentas por cobrar a clientes. La Entidad reconoce una estimación para cuentas de cobro dudoso con base en importes irrecuperables determinados por experiencias de incumplimiento de la contraparte y un análisis de su posición financiera actual.

Antes de aceptar cualquier nuevo cliente, la Entidad evalúa la calidad crediticia del cliente potencial y define los límites de crédito por cliente. Los límites y calificaciones atribuidos a los clientes se revisan periódicamente. La Entidad vende sus productos principalmente a diez clientes, de los cuales dos son mayoristas que distribuyen los productos de la Entidad a nivel nacional. Las ventas a estos diez clientes representan el 64.16% y 55.34% de las ventas netas consolidadas y el 62.84% y 78.09% del saldo de cuentas por cobrar en 2012 y 2011, respectivamente.

Las cuentas por cobrar a clientes reveladas en los párrafos anteriores incluyen los montos que están vencidos al final del periodo sobre el que se informa (ver abajo el análisis de antigüedad), pero para los cuales la Entidad no ha reconocido estimación alguna para cuentas incobrables debido a que no ha habido cambio significativo en la calidad crediticia y los importes aún se consideran recuperables. La Entidad no mantiene ningún colateral u otras mejoras crediticias sobre esos saldos, ni tiene el derecho legal de compensarlos contra algún monto que adeude la Entidad a la contraparte.

Antigüedad de las cuentas por cobrar vencidas pero no incobrables

	2012	2011
60-90 días	\$ 299,240	\$ 153,570
Más de 90 días	<u>560,060</u>	<u>517,760</u>
Total	<u>859,300</u>	<u>671,330</u>
Antigüedad promedio (días)	<u>112</u>	<u>97</u>

Al determinar la recuperabilidad de una cuenta por cobrar, la Entidad considera cualquier cambio en la calidad crediticia de la cuenta a partir de la fecha en que se otorgó inicialmente el crédito hasta el final del periodo sobre el que se informa.

**7. Inventarios**

	2012	2011	1 de enero de 2011
Productos terminados	\$ 818,373	\$ 726,127	\$ 601,729
Materia prima	388,673	445,273	383,609
Estimación para inventarios obsoletos	<u>(448,425)</u>	<u>(173,840)</u>	<u>(130,313)</u>
	758,621	997,560	855,025
Mercancías en tránsito	<u>273,779</u>	<u>103,393</u>	<u>48,790</u>
	<u>\$ 1,032,400</u>	<u>\$ 1,100,953</u>	<u>\$ 903,815</u>

**8. Inmuebles, propiedades y equipo**

	Saldo al 31 de diciembre de 2011	Adiciones directas	Bajas por ventas	Trasposos al activo	Efecto de conversión	Saldo al 31 de diciembre de 2012
Edificio	\$ 172,282	\$ 94	\$ -	\$ 3,074	\$ -	\$ 175,450
Mejoras a locales	56,267	3,010	-	12,491	(707)	71,061
Equipo de laboratorio, moldes y maquinaria	43,926	4,054	(15)	-	(264)	47,701
Equipo de transporte	94,265	9,101	(3,830)	-	(2)	99,534
Equipo de cómputo	40,473	4,269	(639)	(418)	(570)	43,115
Equipo de producción y grabación	17,360	37,136	-	-	(83)	54,413
Equipo de oficina, venta y telecomunicaciones	<u>69,723</u>	<u>8,151</u>	<u>(186)</u>	<u>4,201</u>	<u>(408)</u>	<u>81,481</u>
	494,296	65,815	(4,670)	19,348	(2,034)	572,755
Depreciación y amortización acumulada	<u>(165,857)</u>	<u>(66,216)</u>	<u>3,539</u>	<u>-</u>	<u>757</u>	<u>(227,777)</u>
	328,439	(401)	(1,131)	19,348	(1,277)	344,978
Construcciones en proceso	4,711	-	(1,353)	(3,358)	-	-
Terrenos	<u>37,777</u>	<u>20,549</u>	<u>-</u>	<u>284</u>	<u>-</u>	<u>58,610</u>
	<u>\$ 370,927</u>	<u>\$ 20,148</u>	<u>\$ (2,484)</u>	<u>\$ 16,274</u>	<u>\$ (1,277)</u>	<u>\$ 403,588</u>

	<b>1 de enero de 2011</b>	<b>Adiciones directas</b>	<b>Bajas por ventas</b>	<b>Trasposos al activo</b>	<b>Efecto de conversión</b>	<b>Saldo al 31 de diciembre de 2011</b>
Edificio	\$ 115,653	\$ -	\$ -	\$ 56,629	\$ -	\$ 172,282
Mejoras a locales	51,096	4,211	-	625	335	56,267
Equipo de laboratorio, moldes y maquinaria	27,491	17,802	(2,188)	1,065	(244)	43,926
Equipo de transporte	85,024	10,265	(1,039)	15	-	94,265
Equipo de cómputo	37,011	4,039	(261)	385	(701)	40,473
Equipo de producción y grabación	27,174	-	(12,164)	2,483	(133)	17,360
Equipo de oficina, venta y telecomunicaciones	<u>50,093</u>	<u>12,881</u>	<u>(12,245)</u>	<u>18,470</u>	<u>524</u>	<u>69,723</u>
	393,542	49,198	(27,897)	79,672	(219)	494,296
Depreciación y amortización acumulada	<u>(127,053)</u>	<u>(49,846)</u>	<u>18,916</u>	<u>(7,486)</u>	<u>(388)</u>	<u>(165,857)</u>
	266,489	(648)	(8,981)	72,186	(607)	328,439
Construcciones en proceso	65,284	16,417	(1,891)	(75,099)	-	4,711
Terrenos	<u>36,009</u>	<u>1,768</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>37,777</u>
	<u>\$ 367,782</u>	<u>\$ 17,537</u>	<u>\$ (10,872)</u>	<u>\$ (2,913)</u>	<u>\$ (607)</u>	<u>\$ 370,927</u>

**9. Otros activos**

	<b>Saldo al 31 de diciembre de 2011</b>	<b>Adiciones directas</b>	<b>Desinversiones</b>	<b>Trasposos al activo</b>	<b>Efecto de conversión</b>	<b>Saldo al 31 de diciembre de 2012</b>
Activos de vida indefinida:						
Marcas	\$ 1,962,405	\$ 1,404,479	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,366,884
Licencias	1,442	3	-	-	-	1,445
Derechos	75,000	20,417	-	-	-	95,417
Anticipo de marcas y otros	<u>-</u>	<u>808,895</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>808,895</u>
	2,038,847	2,233,794	-	-	-	4,272,641
Activos de vida definida:						
Software - Costos de desarrollo	55,409	-	-	-	446	55,855
Licencias	21,232	-	-	-	-	21,232
Amortización acumulada	<u>(39,434)</u>	<u>(131)</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>(54)</u>	<u>(39,619)</u>
	37,207	(131)	-	-	392	37,468
Costos de desarrollo en proceso	37,987	8,159	-	(16,274)	-	29,872
Depósitos en garantía	<u>10,338</u>	<u>5,735</u>	<u>(2,488)</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>13,585</u>
	<u>\$ 2,124,379</u>	<u>\$ 2,247,557</u>	<u>\$ (2,488)</u>	<u>\$ (16,274)</u>	<u>\$ 392</u>	<u>\$ 4,353,566</u>

	1 de enero de 2011	Adiciones directas	Desinversiones	Trasposos al activo	Efecto de conversión	Saldo al 31 de diciembre de 2011
<b>Activos de vida indefinida:</b>						
Marcas	\$ 520,335	\$ 1,442,070	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,962,405
Licencias	616	826	-	-	-	1,442
Derechos	<u>75,000</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>75,000</u>
	595,951	1,442,896	-	-	-	2,038,847
<b>Activos de vida definida:</b>						
Software - Costos de desarrollo	34,491	13,719	-	6,920	279	55,409
Licencias	40,338	-	(21,328)	2,806	(584)	21,232
Amortización acumulada	<u>(11,661)</u>	<u>(32,098)</u>	<u>1,328</u>	<u>3,292</u>	<u>(295)</u>	<u>(39,434)</u>
	63,168	(18,379)	(20,000)	13,018	(600)	37,207
Costos de desarrollo en proceso	40,359	7,733	-	(10,105)	-	37,987
Depósitos en garantía	<u>7,228</u>	<u>3,094</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>16</u>	<u>10,338</u>
	<u>\$ 706,706</u>	<u>\$ 1,435,344</u>	<u>\$ (20,000)</u>	<u>\$ 2,913</u>	<u>\$ (584)</u>	<u>\$ 2,124,379</u>

Las vidas útiles que se utilizan para el cálculo de la amortización, son:

Licencias	Según contrato
Costos de desarrollo capitalizado	5 años
Software - Costos de desarrollo	3 años

#### 10. Inversión en acciones en compañía asociada

La inversión en Televisa Consumer Products, LLP, compañía asociada constituida en los Estados Unidos de América, es del 49% de sus acciones. Dicha sociedad se constituyó en 2009 e inició operaciones durante 2011. La información financiera de la asociada de la Entidad se resume a continuación:

	2012	2011	1 de enero de 2011
<b>Balances generales:</b>			
Activo circulante	\$ 191,113	\$ 78,855	\$ 64,077
Activo no circulante	376	544	846
Total pasivo	<u>(179,897)</u>	<u>(66,732)</u>	<u>(54,334)</u>
Capital contable	<u>\$ 11,592</u>	<u>\$ 12,667</u>	<u>\$ 10,589</u>
<b>Estado de resultados:</b>			
Total de ingresos	<u>\$ 223,719</u>	<u>\$ 94,021</u>	<u>\$ 31,571</u>
Pérdida neta	<u>\$ (2,673)</u>	<u>\$ (697)</u>	<u>\$ (39,006)</u>
<b>Participación de la Entidad en:</b>			
Capital contable	<u>\$ 5,680</u>	<u>\$ 6,207</u>	<u>\$ 5,189</u>
Resultados	<u>\$ (1,310)</u>	<u>\$ 342</u>	<u>\$ (19,112)</u>



## 11. Préstamos bancarios y porción circulante de la deuda a largo plazo

Al 31 de diciembre se integran como sigue:

	2012	2011
Club Deal con HSBC México, S. A. y Banco Santander, S. A.:		
Crédito simple por \$ 1,300 millones documentado con pagarés, que causa intereses trimestralmente a la tasa THIE más 2.15 %.		
Los pagos del principal se harán mediante trece amortizaciones trimestrales iguales con vencimiento a partir de marzo de 2013	\$ 1,300,000	\$ 970,000
Club Deal con HSBC México, S. A. y Banco Santander, S. A.:		
Crédito revolvente por \$ 700 millones documentado con pagarés, que causa intereses trimestralmente a la tasa THIE más 1.875 %.		
El pago del principal se hará mediante una única exhibición al vencimiento el 31 de marzo de 2014	700,000	-
Banco Nacional de México, S. A.:		
Crédito revolvente por \$ 600 millones documentado con pagarés, que causa intereses trimestralmente a la tasa fija de 6.23%. El pago del principal se hará mediante una única exhibición al vencimiento el 14 de junio de 2016	600,000	-
BBVA Bancomer, S. A.:		
Crédito simple por \$ 700 millones documentado con pagarés, que causan intereses trimestralmente a la tasa THIE más 1.30%. El pago del principal se hará mediante una única exhibición al vencimiento el 27 de junio de 2015	700,000	-
Banco Patagonia, S. A.:		
Crédito simple con Banco Patagonia, S. A. (Institución financiera argentina) por \$ 60 millones de pesos argentinos documentado con pagarés, que causa intereses mensualmente a la tasa fija de 21.5% los primeros 12 meses del crédito. Los 24 meses restantes, causará intereses a tasa flotante BADLAR + 4.50%. El pago del principal se hará mediante 24 amortizaciones mensuales comenzando en diciembre de 2013 hasta el vencimiento el 22 de noviembre de 2015	<u>158,896</u>	<u>-</u>
	3,458,896	970,000
Menos- Préstamos bancarios y porción circulante de la deuda a largo plazo	<u>406,621</u>	<u>-</u>
Deuda a largo plazo	<u>\$ 3,052,275</u>	<u>\$ 970,000</u>

Los vencimientos de la deuda a largo plazo al 31 de diciembre de 2012 serán como sigue:

A pagar durante-	
2013	\$ 406,621
2014	1,179,447
2015	1,172,828
2016	<u>700,000</u>
	<u>\$ 3,458,896</u>

Los contratos de los créditos establecen obligaciones de hacer y no hacer para la Entidad, adicionalmente requieren que con base en los estados financieros consolidados, se mantengan determinadas razones y proporciones financieras. Todos estos requerimientos se cumplen a la fecha de emisión de estos estados financieros consolidados.

## 12. Beneficios al retiro

El costo neto del periodo por las obligaciones derivadas por indemnizaciones al personal por terminación de la relación laboral, beneficios por retiro y primas de antigüedad, ascendió a \$487 y \$1,421 en 2012 y 2011, respectivamente. Otras revelaciones que requieren las disposiciones contables se consideran poco importantes.

## 13. Administración del riesgo

La Entidad tiene exposición a riesgos de mercado, operación y financieros derivados del uso de instrumentos financieros tales como tasa de interés, crédito, liquidez y riesgo cambiario, los cuales se administran en forma centralizada. El Consejo de Administración establece y vigila las políticas y procedimientos para medir y administrar estos riesgos, los cuales se describen a continuación.

- a. **Administración del riesgo de capital** – La Entidad administra su capital para asegurar que continuará como negocio en marcha mientras que maximiza el rendimiento a sus accionistas a través de la optimización de los saldos de capital, mediante un monitoreo continuo de la estructura deuda y capital.

La estructura de capital de la Entidad consiste en la deuda neta (los préstamos como se detallan en la Nota 11 compensados por saldos de efectivo y bancos) y el capital de la Entidad (compuesto por capital social emitido, reservas y utilidades acumuladas como se revela en la Nota 16).

### Índice de endeudamiento

El índice de endeudamiento del periodo sobre el que se informa es el siguiente:

	<b>2012</b>	<b>2011</b>
Deuda (i)	\$ 3,458,856	\$ 970,000
Efectivo y bancos	<u>884,416</u>	<u>1,538,520</u>
Deuda neta	<u>\$ 2,574,440</u>	<u>\$ (568,520)</u>
Capital contable (ii)	<u>\$ 7,018,824</u>	<u>\$ 5,544,335</u>
Índice de deuda neta a capital contable	<u>37%</u>	<u>(10%)</u>

- (i) La deuda se define como préstamos a largo y corto plazo, como se describe en la Nota 11.
- (ii) El capital contable incluye todas las reservas y el capital social de la Entidad que son administrados como capital.

- b. **Administración del riesgo de tasa de interés** - La Entidad se encuentra expuesta a riesgos en la tasa de interés debido a que tiene deuda contratada a tasas variables.

Las exposiciones de la Entidad por riesgo de tasas de interés se encuentran principalmente en tasas de interés TIIE sobre los pasivos financieros. El análisis de sensibilidad que determina la Entidad se prepara con base en la exposición a las tasas de interés de su deuda financiera total no cubierta sostenida en tasas variables, se prepara un análisis asumiendo que el importe del pasivo pendiente al final del período sobre el que se informa ha sido el pasivo pendiente para todo el año. La Entidad informa internamente al Consejo de Administración sobre el riesgo en las tasas de interés.

### - **Análisis de sensibilidad para las tasas de interés**

Los siguientes análisis de sensibilidad han sido determinados con base en la exposición a las tasas de interés al final del periodo sobre el que se informa. Para los pasivos a tasa variable, se prepara un análisis suponiendo que el importe del pasivo vigente al final del periodo sobre el que se informa ha sido el pasivo vigente para todo el año. Al momento de informar internamente al personal clave de la administración sobre el riesgo en las tasas de interés, se utiliza un incremento o decremento de 50 puntos, lo cual representa la evaluación de la administración sobre el posible cambio razonable en las tasas de interés.

Si las tasas de interés hubieran estado 50 puntos por encima/por debajo y todas las otras variables permanecieran constantes:

- El resultado del año que terminó el 31 de diciembre de 2012 disminuiría/aumentaría \$16,500 (2011: disminución/aumento por \$4,850). Esto es principalmente atribuible a la exposición de la Entidad a las tasas de interés sobre sus préstamos a tasa variable.

c. **Administración del riesgo de crédito** - El riesgo de crédito se refiere al riesgo de que una de las partes incumpla con sus obligaciones contractuales resultando en una pérdida financiera para la Entidad. La Entidad ha adoptado una política de únicamente involucrarse con partes solventes y obtener suficientes garantías, cuando sea apropiado, como forma de mitigar el riesgo de la pérdida financiera ocasionada por los incumplimientos. La Entidad únicamente realiza transacciones con entidades que cuentan con una calificación de riesgo equivalente al grado de inversión o superior. Esta información la suministran agencias calificadoras independientes y, de no estar disponible, la Entidad utiliza otra información financiera disponible y sus propios registros comerciales para calificar a sus principales clientes. La exposición de la Entidad y las calificaciones de crédito de sus contrapartes se supervisan continuamente y el valor acumulado de las transacciones concluidas se distribuye entre las contrapartes aprobadas. La exposición de crédito es controlada por los límites de la contraparte que son revisadas y aprobadas por el comité de crédito de la Entidad.

Antes de otorgar crédito a cualquier cliente, se realiza una evaluación financiera y se solicitan referencias crediticias, finalmente, la evaluación continua del crédito se realiza de sobre la condición financiera de las cuentas por cobrar y, cuando sea apropiado.

d. **Administración del riesgo de liquidez** – El Consejo de Administración de la Entidad es la que tiene la responsabilidad final por la gestión de liquidez, quien ha establecido las políticas apropiadas para el control de ésta, a través del seguimiento del capital de trabajo, lo que permite que la gerencia pueda administrar los requerimientos de financiamiento a corto, mediano y largo plazo de la Entidad, manteniendo reservas de efectivo, disposición de líneas de crédito, monitoreando continuamente los flujos de efectivo, proyectados y reales, conciliando los perfiles de vencimiento de los activos y pasivos financieros.

La siguiente tabla detalla los vencimientos contractuales de la Entidad para sus pasivos financieros considerando los períodos de reembolso acordados. La tabla ha sido diseñada con base en los flujos de efectivo proyectados menos los pasivos financieros con base en la fecha en la cual la Entidad deberá hacer los pagos. La tabla incluye tanto los flujos de efectivo de intereses proyectados como los desembolsos de capital de la deuda financiera incluidos en los estados consolidados de posición financiera. En la medida en que los intereses sean a la tasa variable, el importe no descontado se deriva de las curvas en la tasa de interés al final del período sobre el que se informa. El vencimiento contractual se basa en la fecha mínima en la cual la Entidad deberá hacer el pago.

<b>Al 31 de diciembre de 2012</b>	<b>Menos de un año</b>	<b>De uno a tres años</b>	<b>Más de tres años</b>	<b>Total</b>
Préstamos bancarios incluyendo porción circulante de la deuda a largo plazo	\$ 406,621	\$ 2,352,275	\$ 700,000	\$ 3,458,896
Cuentas y documentos por pagar a proveedores	1,218,663	-	-	1,218,663
Otras cuentas por pagar y pasivos acumulados	<u>729,749</u>	<u>24,572</u>	<u>37,649</u>	<u>791,970</u>
<b>Total</b>	<b><u>\$ 2,355,033</u></b>	<b><u>\$ 2,376,847</u></b>	<b><u>\$ 737,649</u></b>	<b><u>\$ 5,469,529</u></b>
<b>Al 31 de diciembre de 2011</b>	<b>Menos de un año</b>	<b>De uno a tres años</b>	<b>Más de tres años</b>	<b>Total</b>
Préstamos bancarios incluyendo porción circulante de la deuda a largo plazo	\$ -	\$ 400,000	\$ 570,000	\$ 970,000
Cuentas y documentos por pagar a proveedores	1,262,328	-	-	1,262,328
Otras cuentas por pagar y pasivos acumulados	<u>802,847</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>802,847</u>
<b>Total</b>	<b><u>\$ 2,065,175</u></b>	<b><u>\$ 400,000</u></b>	<b><u>\$ 570,000</u></b>	<b><u>\$ 3,035,175</u></b>

Los importes incluidos en la deuda con instituciones de crédito, incluyen instrumentos a tasas de interés fija y variable. Los pasivos financieros a tasa de interés variable están sujetos a cambio, si los cambios en las tasas de interés variable difieren de aquellos estimados de tasas de interés determinados al final del período sobre el que se informa se presenta a valor razonable.

- e. **Administración del riesgo cambiario** - La Entidad realiza transacciones denominadas en moneda extranjera; consecuentemente está expuesta a fluctuaciones en el tipo de cambio, las cuales son manejadas dentro de los parámetros de las políticas aprobadas.

Los valores en libros de los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera a los que la Entidad se encuentra expuesta principalmente, al final del período sobre el que se informa, son los siguientes (cifras en miles):

	2012		2011	
	Activos	Pasivos	Activos	Pasivos
Dólar Estadounidense	38,166	1,202	47,424	4,837

#### 14. Valor razonable de los instrumentos financieros

El valor razonable de los instrumentos financieros que posteriormente se presentan, ha sido determinado por la Entidad usando la información disponible en el mercado u otras técnicas de valuación que requieren de juicio para desarrollar e interpretar las estimaciones de valores razonables, asimismo utiliza supuestos que se basan en las condiciones de mercado existentes a cada una de las fechas de los estados consolidados de posición financiera. Consecuentemente, los montos estimados que se presentan no necesariamente son indicativos de los montos que la Entidad podría realizar en un intercambio de mercado actual. El uso de diferentes supuestos y/o métodos de estimación podrían tener un efecto material en los montos estimados de valor razonable.

En la siguiente tabla se presenta un análisis de los instrumentos financieros que se miden con posterioridad al reconocimiento inicial por su valor razonable, agrupados en niveles 1 a 3 en función del grado en que se observa el valor razonable:

- Nivel 1 son aquellos derivados de los precios cotizados (no ajustados) en los mercados activos para pasivos o activos idénticos;
- Nivel 2 son aquellos derivados de indicadores distintos a los precios cotizados incluidos dentro del Nivel 1, pero que incluyen indicadores que son observables para un activo o pasivo, ya sea directamente a precios cotizados o indirectamente, es decir derivados de estos precios; y
- Nivel 3 son aquellos derivados de las técnicas de valuación que incluyen los indicadores para los activos o pasivos, que no se basan en información observable del mercado (indicadores no observables).

Los importes de efectivo y equivalentes de efectivo de la Entidad, así como las cuentas por cobrar y por pagar de terceros y partes relacionadas, y la porción circulante de préstamos bancarios y deuda a largo plazo se aproximan a su valor razonable porque tienen vencimientos a corto plazo. La deuda a largo plazo de la Entidad se registra a su costo amortizado y, consiste en deuda que genera intereses a tasas fijas y variables que están relacionadas a indicadores de mercado.

Los importes en libros de los instrumentos financieros por categoría y sus valores razonables estimados al 31 de diciembre de 2012, 31 de diciembre de 2011 y 1 de enero de 2011 son como sigue:

	<u>2012</u>		<u>2011</u>		<u>1 de enero de 2011</u>	
	<u>Valor en libros</u>	<u>Valor razonable</u>	<u>Valor en libros</u>	<u>Valor razonable</u>	<u>Valor en libros</u>	<u>Valor razonable</u>
<b>Activos financieros</b>						
Efectivo, equivalentes de efectivo y efectivo restringido	\$ 917,166	\$ 917,166	\$ 1,538,520	\$ 1,538,520	\$ 1,454,437	\$ 1,454,437
Cuentas por cobrar	5,071,213	5,071,213	3,686,815	3,686,815	3,357,308	3,357,308
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	195,624	195,624	52,245	52,245	47,775	47,775
<b>Pasivos financieros</b>						
Préstamos bancarios y porción circulante de la deuda a largo plazo	(3,458,896)	(3,458,896)	(970,000)	(970,000)	-	-
Cuentas y documentos por pagar a proveedores	(1,218,663)	(1,218,663)	(1,262,328)	(1,262,328)	(969,099)	(969,099)
Otras cuentas por pagar y pasivos acumulados	<u>(909,060)</u>	<u>(909,060)</u>	<u>(845,032)</u>	<u>(845,032)</u>	<u>(1,601,185)</u>	<u>(1,601,185)</u>
Total	<u>\$ 597,384</u>	<u>\$ 597,384</u>	<u>\$ 2,200,220</u>	<u>\$ 2,200,220</u>	<u>\$ 2,289,236</u>	<u>\$ 2,289,236</u>

El valor razonable de la deuda contraída con las entidades de crédito se aproxima a la cantidad registrada en la contabilidad debido a la naturaleza de corto plazo de los vencimientos.

Durante el período no existieron transferencias entre el Nivel 1 y 2.

#### 15. Pagos basados en acciones

Durante 2008, la Entidad otorgó un plan de pagos basados en acciones a algunos de sus ejecutivos. Las características de este plan establecen que se otorgarán acciones netas de la Entidad a los ejecutivos que cumplan con el criterio de adjudicación de permanecer en forma ininterrumpida empleados en la Entidad durante las fechas de adjudicación del plan. Las fechas de adjudicación establecidas son: 18 de junio de 2009, 2010, 2011 y 2012. Dicho plan se registró valuando las acciones sujetas al plan por cada uno de los ejecutivos, al valor de mercado a la fecha de otorgamiento, y reconociendo en resultados los servicios que prestan los ejecutivos conforme se devengan. Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, el gasto reconocido en los estados de utilidad integral consolidados es \$24,117 y \$36,772, respectivamente. Los siguientes acuerdos de pagos basados en acciones se encuentran vigentes durante el periodo actual y periodos anteriores:

<u>Número</u>	<u>Fecha de otorgamiento</u>	<u>Precio de ejercicio</u>	<u>Valor razonable a la fecha de otorgamiento</u>
3,116,880	18/06/09	\$7.5	\$ 9,319
4,659,920	18/06/10	\$7.5	\$ 54,568
3,585,065	18/06/11	\$7.5	\$ 104,863
2,931,750	18/06/12	\$7.5	\$ 72,293

## 16. Capital contable

- a. El capital social a valor nominal al 31 de diciembre de 2012 y 2011, se integra como sigue:

	<u>Número de acciones</u>		<u>Importe</u>	
	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>
Capital fijo				
Serie B	82,176	82,176	\$ 150	\$ 150
Capital variable				
Serie B	<u>1,052,667,250</u>	<u>1,052,667,250</u>	<u>1,921,510</u>	<u>1,921,510</u>
	<u>1,052,749,426</u>	<u>1,052,749,426</u>	<u>\$ 1,921,660</u>	<u>\$ 1,921,660</u>

El capital social está integrado por acciones comunes nominativas sin valor nominal. El capital variable es ilimitado.

- b. En Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 24 de marzo de 2011 se acordó la recompra de acciones propias de la Entidad hasta por un monto máximo equivalente al valor de las utilidades retenidas al 31 de diciembre de 2010.
- c. En Asamblea General Ordinaria de Accionistas celebrada el 29 de marzo de 2012, se tomaron las siguientes resoluciones se acordó la recompra de acciones propias de la Entidad hasta por un monto máximo equivalente a las utilidades retenidas de la Entidad al 31 de diciembre de 2011.
- d. El total de acciones recompradas netas durante 2012 fue de 3,521,056 acciones y equivale al 0.33% del total de acciones del capital social de la Entidad. De las acciones recompradas, corresponden al fondo para el pago basado en acciones de los ejecutivos de la Entidad y corresponden al fondo de recompra que se menciona en el inciso anterior. El valor de mercado de las acciones al 31 de diciembre de 2012 es de \$26.59 pesos por acción y el plazo máximo para recolocar dichas acciones en el mercado es de un año a partir de la fecha de recompra. El monto neto de acciones recompradas durante 2012 fue de \$219,440.
- e. Las utilidades retenidas incluyen la reserva legal. De acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles, de las utilidades netas del ejercicio debe separarse un 5% como mínimo para formar la reserva legal, hasta que su importe ascienda al 20% del capital social a valor nominal. La reserva legal puede capitalizarse, pero no debe repartirse a menos que se disuelva la sociedad, y debe ser reconstituida cuando disminuya por cualquier motivo. Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, su importe a valor nominal asciende a \$187,192 y \$53,628, respectivamente.
- f. La distribución del capital contable, excepto por los importes actualizados del capital social aportado y de las utilidades retenidas fiscales, causará el ISR a cargo de la Entidad a la tasa vigente al momento de la distribución. El impuesto que se pague por dicha distribución, se podrá acreditar contra el ISR del ejercicio en el que se pague el impuesto sobre dividendos y en los dos ejercicios inmediatos siguientes, contra el impuesto del ejercicio y los pagos provisionales de los mismos.

## 17. Saldos y transacciones en moneda extranjera

- a. *La posición monetaria en moneda extranjera al 31 de diciembre de 2012, 31 de diciembre de 2011 y 1 de enero de 2011 es:*

	2012	2011	1 de enero de 2011
Miles de dólares estadounidenses:			
Activos	38,166	47,424	63,880
Pasivos	<u>(1,202)</u>	<u>(4,837)</u>	<u>(26,394)</u>
Posición larga	<u>36,964</u>	<u>42,587</u>	<u>37,486</u>
Equivalentes en pesos	<u>\$ 480,088</u>	<u>\$ 595,311</u>	<u>\$ 464,140</u>
Miles de euros:			
Activos	<u>7</u>	<u>95</u>	<u>411</u>
Posición larga	<u>7</u>	<u>95</u>	<u>411</u>
Equivalentes en pesos	<u>\$ 120</u>	<u>\$ 1,709</u>	<u>\$ 6,744</u>

b. *Las transacciones en moneda extranjera al 31 de diciembre de 2012 y 2011 fueron como sigue:*

	En miles de dólares estadounidenses	
	2012	2011
Ventas de exportación	51	615
Compras de importación	6,178	7,944
Compras de activos	205	1,099
Otros gastos	1,047	3,674

c. *Los tipos de cambio en pesos, vigentes a la fecha de los estados financieros, fueron como sigue:*

	25 de febrero de 2012	31 de diciembre de		1 de enero de 2011
	2012	2012	2011	2011
Dólar estadounidense	12.7517	12.9880	13.9787	12.3817
Euro	16.7927	17.1182	17.9850	16.4095

## 18. Saldos y transacciones con partes relacionadas

Los saldos y transacciones entre la Entidad y sus subsidiarias, las cuales son partes relacionadas de la Entidad, han sido eliminados en la consolidación y no se revelan en esta nota. Más adelante se detallan las transacciones entre la Entidad y otras partes relacionadas.

a. Los saldos por cobrar y por pagar con partes relacionadas son:

	2012	2011	1 de enero de 2011
Por cobrar –			
Televisa Consumer Products			
USA, LLC	\$ 185,614	\$ 38,460	\$ 27,722
Funcionarios	<u>10,010</u>	<u>13,785</u>	<u>20,053</u>
	<u>\$ 195,624</u>	<u>\$ 52,245</u>	<u>\$ 47,775</u>
Por pagar –			
Dividendos	<u>\$ 9,480</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ -</u>

b. **Transacciones comerciales**

Durante el año, las subsidiarias de la Entidad realizaron las siguientes transacciones comerciales con partes relacionadas que no son miembros de la Entidad:

	<b>2012</b>	<b>2011</b>
Ventas	\$ 156,851	\$ 69,337
Servicios profesionales pagados	(100,806)	(117,337)
Regalías cobradas	6,619	2,822
Servicios de mercadotecnia y publicitarios pagados	-	(760)
Arrendamientos pagados	-	(413)
Otros ingresos, netos	-	2,867

c. **Compensación del personal clave de la administración**

La compensación a la administración y otros miembros clave de la administración durante el año fue la siguiente:

	<b>2012</b>	<b>2011</b>
Beneficios directos a corto plazo	\$ 100,806	\$ 111,945

**19. Otros gastos de operación, neto**

Se integran como sigue:

	<b>2012</b>	<b>2011</b>
Ganancia (pérdida) por bajas de equipo	\$ (478)	\$ 10,872
Actualización saldos a favor de impuestos	(1,084)	-
Otros, neto	<u>1,964</u>	<u>8,870</u>
	<u>\$ 402</u>	<u>\$ 19,742</u>

**20. Impuestos a la utilidad**

La Entidad en México está sujeta al ISR y al IETU.

ISR – La tasa es 30% para los años de 2011 a 2013 y será 29% para el año 2014 y 28% para el año 2015. Las pérdidas fiscales se pueden amortizar en un periodo de 10 años.

IETU – Tanto los ingresos como las deducciones y ciertos créditos fiscales se determinan con base en flujos de efectivo de cada ejercicio. La tasa es 17.5%.

El impuesto a la utilidad causado es el que resulta mayor entre el ISR y el IETU.



Las tasas de ISR aplicables en el año de 2012, en los países en donde la Entidad tiene subsidiarias, se mencionan a continuación:

	%
Argentina	35
Brasil	34
Chile	20
Colombia	33
Costa Rica	30
Ecuador	23
Estados Unidos de América	35
Perú	30
República Dominicana	29

Con base en proyecciones financieras, de acuerdo con lo que se menciona en la Interpretación a las Normas de Información Financiera (INIF) 8, Efectos del Impuesto Empresarial a Tasa Única, la Entidad identificó que esencialmente pagará ISR en México, por lo tanto, reconoce únicamente ISR diferido.

Las tasas de ISR en los países de Centro y Sudamérica en donde la Entidad opera van de un rango entre el 23% y el 35% como se menciona anteriormente. Adicionalmente, los periodos en los que pueden ser aplicadas las pérdidas fiscales en dichos países van de tres a ocho años.

Las operaciones en Colombia y Argentina están sujetas al impuesto al activo.

En Colombia a partir de 2011 se crea el impuesto al capital contable, que resulta de aplicar la tasa del 4.8% más una sobre tasa del 1.2% al neto de los activos fiscales poseídos al 1 de enero de 2011; este impuesto no es deducible del ISR. El pago se difiere en 8 cuotas iguales pagaderas en los periodos 2011 al 2014.

En Argentina existe un impuesto a las ganancias mínimas presuntas (IGMP) que resulta de aplicar la tasa del 1% sobre ciertos activos productivos, y se paga únicamente por el monto en que exceda al ISR del ejercicio. Si en algún año se efectuara un pago, este impuesto es acreditado contra el exceso del impuesto sobre la renta sobre el IGMP en los próximos diez años.

a. Los impuestos a la utilidad se integran como sigue:

ISR:	2012	2011
Causado	\$ 662,878	\$ 502,955
Diferido	<u>53,845</u>	<u>109,785</u>
	<u>\$ 716,723</u>	<u>\$ 612,740</u>

La conciliación de la tasa legal del ISR y la tasa efectiva expresada como un porcentaje de la utilidad antes de impuestos a la utilidad es:

	<b>2012</b>	<b>2011</b>
	<b>%</b>	<b>%</b>
Tasa legal	30	30
Más (menos) efecto de diferencias permanentes, principalmente gastos no deducibles, diferencias en tasas legales en operaciones del extranjero y efecto de desgravación de tasas en 2012	<u>1</u>	<u>-</u>
Tasa efectiva	<u><u>31</u></u>	<u><u>30</u></u>

b. ***Impuestos diferidos en balance***

El siguiente es el análisis de los impuestos diferidos activos (pasivos) presentados en el estado consolidado de situación financiera:

	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>1 de enero de 2011</b>
ISR diferido activo:			
Estimaciones para cuentas de cobro dudoso, devoluciones y bonificaciones	\$ 170,227	\$ 132,901	\$ 144,301
Gastos acumulados	25,931	19,685	23,764
Pérdidas fiscales por amortizar	12,005	19,595	3,157
Reserva de inventarios y otros, neto	<u>180,005</u>	<u>74,943</u>	<u>66,440</u>
ISR diferido activo	388,168	247,124	237,662
ISR diferido (pasivo):			
Inventario fiscal actualizado de 2004 pendiente por acumular	(12,270)	(16,601)	(20,932)
Pagos anticipados	(225,263)	(198,634)	(112,596)
Otros activos	<u>(365,913)</u>	<u>(192,547)</u>	<u>(156,188)</u>
ISR diferido pasivo	<u>(603,446)</u>	<u>(407,782)</u>	<u>(289,716)</u>
Total activo (pasivo) neto	<u>\$ (215,278)</u>	<u>\$ (160,658)</u>	<u>\$ (52,054)</u>
Total activo	<u>\$ 14,092</u>	<u>\$ 2,208</u>	<u>\$ 7,024</u>
Total (pasivo)	<u>\$ (229,370)</u>	<u>\$ (162,866)</u>	<u>\$ (59,078)</u>

Los saldos de impuestos que corresponden a regímenes fiscales diferentes no se compensan entre sí, y se muestran por separado en los balances generales adjuntos.

**21. Contingencias**

La Entidad y sus activos no están sujetos a acción alguna de tipo legal que no sean los de rutina y propios de su actividad.

## 22. Compromisos

Los gastos por renta ascendieron a \$74,413 y \$54,218 en 2012 y 2011, respectivamente; los contratos de arrendamiento vigentes son por un plazo forzoso de hasta 5 años y corresponden principalmente a diversos inmuebles en donde están ubicados sus almacenes. Los contratos requieren los siguientes pagos mínimos:

Años	Importe
2013	\$ 43,909
2014	39,579
2015	18,819
2016 y posteriores	<u>3,728</u>
	<u>\$ 106,035</u>

## 23. Información por segmentos

La información por segmentos operativos se presenta con base en la clasificación de la Administración y se presenta información general por área geográfica.

Las operaciones entre segmentos han sido eliminadas. Los activos totales son aquellos utilizados en las operaciones de cada segmento. Los activos corporativos incluidos en el segmento de servicios son: efectivo, inversiones disponibles y a largo plazo, impuestos por recuperar y ciertos activos fijos.

La Administración ha identificado dos segmentos operativos divididos en nacional e internacional, para lo cual consideró las siguientes premisas:

- La actividad de negocios o un entorno económico particular, de la cual obtiene ingresos, mantiene activos o incurre en pasivos.
- Por su importancia requiere la atención de la dirección de la entidad económica, para evaluar su desarrollo y tomar decisiones respecto de la asignación de recursos para su operación.
- Para la cual se encuentra disponible información adicional a la financiera y está basada en un criterio de enfoque gerencial.
- Los riesgos inherentes de negocio y de rendimientos son diferentes a los de otros segmentos operativos.

A Diciembre de 2012 la Entidad opera en 15 países además de México: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Perú y República Dominicana.

Las decisiones de la Dirección General son tomadas evaluando los resultados de los sectores, así como sus principales indicadores. La segregación de los segmentos se realiza en base a la naturaleza de los productos y sus servicios.

Los segmentos operativos son reportados de manera consistente con los reportes internos elaborados para proveer información a la Dirección General. El Director General es el responsable de la asignación de recursos, así como la evaluación de los segmentos operativos, por tanto, se considera la persona que toma las decisiones estratégicas.

- a. Los siguientes cuadros muestran la información financiera por segmento de negocio. Las operaciones entre segmentos han sido eliminadas. Los activos totales son aquellos utilizados en las operaciones de cada segmento, principalmente.

	<b>2 0 1 2</b>		
	<b>Ingresos</b>	<b>Activos totales</b>	<b>Inversiones en activos productivos</b>
México	\$ 7,169,408	\$ 10,546,308	\$ 2,450,123
Internacional	<u>2,630,282</u>	<u>2,446,282</u>	<u>237,584</u>
Total segmentos	<u>\$ 9,799,690</u>	<u>\$ 12,992,590</u>	<u>\$ 2,687,707</u>
	<b>2 0 1 1</b>		
	<b>Ingresos</b>	<b>Activos totales</b>	<b>Inversiones en activos productivos</b>
México	\$ 6,177,307	\$ 8,793,189	\$ 954,774
Internacional	<u>1,879,011</u>	<u>339,050</u>	<u>5,026</u>
Total segmentos	<u>\$ 8,056,318</u>	<u>\$ 9,132,239</u>	<u>\$ 959,800</u>

## 24. Explicación de la transición a IFRS

### a. *Bases de transición a IFRS*

La fecha de transición de la Entidad a las IFRS es el 1 de enero de 2011. En la preparación de los primeros estados financieros consolidados bajo IFRS, se han aplicado las reglas de transición a las cifras reportadas previamente de conformidad con NIF.

La Entidad aplicó la IFRS 1, *Adopción Inicial de las Normas de Internacionales de Información Financiera*, en su transición. La IFRS 1 generalmente requiere la aplicación retrospectiva de las normas e interpretaciones aplicables a la fecha del primer reporte. Sin embargo, IFRS 1 permite ciertas excepciones en la aplicación de algunas normas a los periodos anteriores, con el objeto de asistir a las entidades en el proceso de transición.

La Entidad ha elegido la siguiente exención opcional a la aplicación retroactiva de las IFRS:

***Exención de valor razonable de propiedad, planta y equipo como costo atribuido*** – Genomma eligió medir las construcciones en proceso a valor razonable al 1 de enero de 2011. Para el resto de la propiedad, planta y equipo, la Entidad utilizó el costo depreciado según IFRS, ajustando el valor para reflejar los efectos de la inflación registrados en NIF como costo atribuido, según lo permitido por la excepción contemplada en IFRS 1.

### b. *Excepciones obligatorias*

La Entidad aplicó la siguiente exención opcional a la aplicación retroactiva de IFRS:

***Excepción de estimaciones*** - Las estimaciones bajo IFRS al 1 de enero de 2011 son consistentes con las estimaciones a la fecha que se hayan realizado de conformidad con las NIF anteriores.

c. **Conciliación de NIF a IFRS**

La IFRS 1 requiere que la Entidad concilie el capital, el resultado integral y los flujos de efectivo correspondientes a períodos anteriores. La adopción inicial de Genomma no tuvo un impacto representativo en los flujos de efectivo de operación, inversión o financiamiento. Las siguientes tablas presentan las conciliaciones de las NIF anteriores a las IFRS por los periodos respectivos para el capital y el resultado integral.

La siguiente conciliación muestra la cuantificación de los efectos de transición a IFRS.

- Conciliación de capital contable al 31 de diciembre de 2011 y 1 de enero de 2011.
- Conciliación del estado de utilidad integral por el año terminado al 31 de diciembre de 2011.

**Conciliación de capital contable** – Al 31 de diciembre de 2011 y 1 de enero de 2011 previamente reportados bajo NIF con el capital contable para esas fechas determinados bajo IFRS:

	<b>Nota</b>	<b>2011</b>	<b>1 de enero de</b>
	<b>s</b>		<b>2011</b>
Participación controladora en el capital contable bajo NIF		\$ 5,531,006	\$ 4,084,553
Ajustes de IFRS:			
Transferencia de activos financieros - periodo actual	a	(17,215)	17,215
Transferencia de activos financieros - periodo anterior	a	17,215	-
Ajuste al pasivo laboral	d	16,316	9,357
Medición a valor razonable de inmuebles, propiedades y equipo	b	(56,672)	(56,672)
Cancelación de efectos de inflación	b	(53)	(2,230)
Efecto del costeo absorbente periodo actual	e	(3,743)	2,090
Efecto del costeo absorbente periodo anterior	e	3,743	1,653
Efecto de impuestos diferidos	c	11,844	9,585
Total ajustes al capital		<u>(28,565)</u>	<u>(19,002)</u>
Participación controladora en el capital contable bajo IFRS		<u>\$ 5,502,441</u>	<u>\$ 4,065,551</u>

**Conciliación de utilidad integral** – Al 31 de diciembre de 2011 y 1 de enero de 2011 previamente reportados bajo NIF para esas fechas determinados bajo IFRS:

	<b>Notas</b>	<b>NIF</b>	<b>Efecto de transición</b>	<b>IFRS</b>
Ventas netas	a	\$ 8,074,787	\$ (18,469)	\$ 8,056,318
Costo de ventas	e	(2,462,392)	(3,743)	(2,466,135)
Gastos de venta, generales y de administración	d	(3,555,181)	(14,640)	(3,569,821)
Otros gastos de operación, Neto	f	(41,746)	22,004	(19,742)
Gasto por intereses	a	(73,706)	1,254	(72,452)
Ingreso por intereses		31,281	-	31,281
(Pérdida) ganancia cambiaria, neta		59,386	-	59,386
Participación en la pérdida de compañía asociada		<u>342</u>	<u>-</u>	<u>342</u>
Utilidad antes de impuestos a la utilidad		2,032,771	(13,594)	2,019,177

	Notas	NIF	Efecto de transición	IFRS
Impuestos a la utilidad	c	(616,817)	4,077	(612,740)
Utilidad neta consolidada del año		1,415,954	(9,517)	1,406,437
<b>Otras partidas de utilidad integral:</b>				
Efecto por conversión de operaciones en moneda extranjera		76,466	1,828	78,294
Utilidad integral		\$ 1,492,420	\$ (7,689)	\$ 1,484,731

#### Notas de las reconciliaciones:

La transición a IFRS ha resultado en los siguientes cambios en políticas contables:

- a. **Transferencia de activos financieros.** De acuerdo con la *NIC 39 Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Medición*, la baja de un activo financiero se da cuando la entidad transfiere de manera sustancial los riesgos y ventajas inherentes de la propiedad del activo financiero, de acuerdo con NIF la baja del activo financiero se da con la transferencia legal de la propiedad del mismo.  
  
Los descuentos financieros por cobranza anticipada se deberán presentar disminuyendo ingresos de conformidad con IFRS, bajo NIF fueron considerados costos financieros.
- b. **Inmuebles, propiedades y equipo – Neto y Capital contable.** De acuerdo con la NIF B-10 se deberán reconocer los efectos de la inflación cuando la inflación acumulada de los tres ejercicios inmediatos anteriores sea mayor al 26%, de acuerdo con la *Norma Internacional de Contabilidad NIC 29 Información Financiera en Economías Hiperinflacionarias* la inflación acumulada en dicho período deberá alcanzar el 100%. Por lo tanto el ajuste corresponde a la cancelación de los efectos de inflación reconocidos conforme a NIF hasta el 2007.
- c. **Impuestos a la utilidad.** Corresponde al efecto de impuestos diferidos de los ajustes de adopción de las IFRS que afectaron el valor en libros de activos y pasivos.
- d. **Beneficios a los empleados.** La NIF D-3 requiere que se cuantifique y registre el pasivo correspondiente a la obligación legal de pago de indemnizaciones por despido. De acuerdo con la *NIC 19 Beneficios a los Empleados* el pasivo por dichas indemnizaciones podrá registrarse sólo si existe un compromiso de la entidad en pagarlas aún en terminación voluntaria.
- e. **Inventarios y Costo de ventas.** Hasta 2010, las NIF permitían el costeo directo de inventarios como sistema de valuación. A partir de 2011, se requiere el costeo absorbente de la misma manera que lo requiere la *NIC 2 Inventarios*.
- f. **Clasificación de la PTU.** La NIF B-3, requiere que se presente dentro del rubro de otros gastos, para efectos de IFRS la PTU es una compensación al personal y se debe presentar en el rubro de gastos de venta, generales y de administración.

## 25. Eventos subsecuentes

El 25 de enero de 2013, la Entidad llevó a cabo el cierre de la adquisición de la marca Tafirol a través de su subsidiaria en Argentina.

## 26. Nuevos pronunciamientos contables

La Entidad no ha aplicado las siguientes normas de IFRS nuevas y revisadas que ya están emitidas pero que aún no están vigentes a la fecha del informe:

IFRS 9, *Instrumentos Financieros*<sup>3</sup>

IFRS 10, *Estados Financieros Consolidados*<sup>1</sup>

IFRS 11, *Acuerdos Conjuntos*<sup>1</sup>

IFRS 12, *Información a Revelar sobre Participaciones en Otras Entidades*<sup>1</sup>

IFRS 13, *Medición del Valor Razonable*<sup>1</sup>

Modificaciones a la IFRS 7, *Revelaciones – Compensación de Activos y Pasivos Financieros*<sup>1</sup>

Modificaciones a la IFRS 9 e IFRS 7, *Fecha Efectiva de IFRS 9 y Revelaciones de Transición*<sup>3</sup>

Modificaciones a la IFRS 10, IFRS 11 e IFRS 12, *Estados Financieros Consolidados, Acuerdos Conjuntos y Revelaciones sobre Participaciones en Otras Entidades: Guías de Transición*<sup>4</sup>

La IAS 19 (revisada en 2011), *Beneficios a los Empleados*<sup>1</sup>

La IAS 27 (revisada en 2011), *Estados Financieros Separados*<sup>1</sup>

La IAS 28 (revisada en 2011), *Inversiones en Asociadas y Acuerdos Conjuntos*<sup>1</sup>

Modificaciones a la IAS 32, *Revelaciones – Compensación de Activos y Pasivos Financieros*<sup>2</sup>

Modificaciones a las IFRS, *Mejoras Anuales a IFRS ciclo 2009-2011, Excepto por las Modificaciones a IAS 1*<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Efectiva para los períodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2013.

<sup>2</sup> Efectiva para los períodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2014.

<sup>3</sup> Efectiva para los períodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2015.

**IFRS 9, *Instrumentos Financieros*** - La IFRS 9 emitida en noviembre de 2009 introduce nuevos requerimientos para la clasificación y medición de activos financieros. La IFRS 9 modificada en octubre de 2010 incluye los requerimientos para la clasificación y medición de pasivos financieros y para su eliminación.

Los principales requerimientos de la IFRS 9 se describen a continuación:

- La IFRS 9 requiere que todos los activos financieros reconocidos que estén dentro del alcance de IAS 39, *Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Medición* sean medidos posteriormente a costo amortizado o a valor razonable. Específicamente, las inversiones de deuda en un modelo de negocios cuyo objetivo es cobrar los flujos de efectivo contractuales y que tengan flujos de efectivo contractuales que sean exclusivamente pagos de capital e intereses sobre el capital en circulación generalmente se miden a costo amortizado al final de los periodos contables posteriores. Todas las demás inversiones de deuda y de capital se miden a sus valores razonables al final de los periodos contables posteriores. Adicionalmente, bajo IFRS 9, las compañías pueden hacer la elección irrevocable de presentar los cambios posteriores en el valor razonable de una inversión de capital (que no es mantenida con fines de negociación) en otras partidas de la utilidad integral, con ingresos por dividendos generalmente reconocidos en el resultado del año.

- El efecto más significativo de la IFRS 9 con respecto a la clasificación y medición de activos financieros se relaciona con el tratamiento contable de cambios en el valor razonable de un pasivo financiero (designado como a valor razonable a través de utilidad o pérdida) atribuible a cambios en el riesgo crediticio de dicho pasivo. Específicamente, bajo la IFRS 9, para los pasivos financieros designados como a valor razonable a través de utilidad o pérdida, el monto de los cambios en el valor razonable del pasivo financiero que es atribuible a cambios en el riesgo crediticio de dicho pasivo se presenta bajo otros resultados integrales, salvo que el reconocimiento de los efectos de los cambios en el riesgo crediticio del pasivo dentro de otros resultados integrales creara o incrementara una discrepancia contable en el estado de resultados. Los cambios en el valor razonable atribuibles al riesgo crediticio del pasivo financiero no se clasifican posteriormente al estado de resultados. Anteriormente, conforme a IAS 39, el monto completo del cambio en el valor razonable del pasivo financiero designado como a valor razonable a través de utilidad o pérdida se presentó en el estado de resultados.

En mayo de 2011 se emitió un paquete de cinco normas sobre consolidación, coinversiones, asociadas y revelaciones, incluyendo la IFRS 10, IFRS 11, IFRS 12, IAS 27 (según revisión de 2011) e IAS 28 (según revisión de 2011).

Los principales requerimientos de estas cinco normas se describen a continuación:

**IFRS 10, Estados Financieros Consolidados** - La IFRS 10 reemplaza las partes de IAS 27, *Estados Financieros Consolidados y Separados* que tratan sobre los estados financieros consolidados. La SIC-12 *Consolidación – Entidades con Propósitos Especiales* ha sido retirada con la emisión de la IFRS 10. Conforme a la IFRS 10, sólo existe una base para consolidación que es el control. Adicionalmente, la IFRS 10 incluye una nueva definición de control que contiene tres elementos: (a) el poder ejercido sobre la empresa receptora de la inversión, (b) exposición o derechos a retornos variables por su involucramiento con la empresa receptora de la inversión y (c) la capacidad de utilizar su poder sobre dicha empresa para afectar el monto de los retornos del inversionista. Se han agregado una gran cantidad de lineamientos en la IFRS 10 para tratar los escenarios complejos.

**IFRS 11, Negocios Conjuntos** - La IFRS 11 reemplaza a la IAS 31 *Participaciones en Coinversiones*. La IFRS 11 trata sobre la manera en que un acuerdo conjunto en el que dos o más partes tienen control conjunto debe clasificarse. La SIC-13 *Entidades bajo Control Conjunto – Aportaciones no Monetarias de los Inversionistas* ha sido retirada con la emisión de la IFRS 11. Conforme a la IFRS 11, los acuerdos conjuntos se clasifican como operaciones conjuntas o coinversiones, dependiendo de los derechos y obligaciones de las partes. En contraste, bajo IAS 31, existen tres tipos de acuerdos conjuntos: entidades bajo control conjunto, activos bajo control conjunto y operaciones bajo control conjunto.

Adicionalmente, las coinversiones conforme a la IFRS 11 se deben contabilizar utilizando el método de participación, mientras que las entidades bajo control conjunto conforme al IAS 31 se pueden contabilizar utilizando el método de participación o contabilidad proporcional.

**IFRS 12, Revelación de Participaciones en Otras Entidades** - La IFRS 12 es una norma de revelación y aplica a entidades que tienen participaciones en subsidiarias, acuerdos conjuntos, asociadas y/o entidades estructuradas no consolidadas. En general, los requerimientos de revelación de la IFRS 12 son más exhaustivos que los de las normas actuales.



**IFRS 13, *Medición del Valor Razonable*** - La IFRS 13 establece una única fuente de lineamientos para las mediciones de valor razonable y las revelaciones correspondientes. La norma define el valor razonable, establece un marco para medir el valor razonable y requiere revelaciones sobre las mediciones de valor razonable. El alcance de la IFRS 13 es amplio; aplica tanto a partidas de instrumentos financieros como a partidas que no son de instrumentos financieros por las cuales otras IFRS requieren o permiten mediciones de valor razonable y revelaciones sobre las mediciones de valor razonable, excepto en circunstancias específicas. En general, los requerimientos de revelación en la IFRS 13 son más exhaustivos que los que se requieren en las normas actuales. Por ejemplo, las revelaciones cuantitativas y cualitativas basadas en la jerarquía de valor razonable de tres niveles requerida actualmente para instrumentos financieros únicamente bajo la IFRS 7 *Instrumentos Financieros: Revelaciones* se extenderán por la IFRS 13 para cubrir todos los activos y pasivos dentro de su alcance.

La IFRS 13 aplica para ejercicios que inicien en o después del 1 de enero de 2013, aunque se permite la aplicación anticipada.

**Modificaciones a la IAS 32, *Revelaciones – Compensación de Activos y Pasivos Financieros*** - Las modificaciones a IAS 32 clarifican la aplicación de los requerimientos existentes sobre la compensación de activos financieros y pasivos financieros. En específico, las modificaciones clarifican el significado de “tenga, en el momento actual, el derecho, exigible legalmente, de compensar los importes reconocidos” y “tenga la intención de liquidar por el importe neto, o de realizar el activo y liquidar el pasivo simultáneamente”.

**Modificaciones a la IFRS 7, *Revelaciones – Compensación de Activos y Pasivos Financieros*** - Las modificaciones a IFRS 7 requieren a las compañías revelar información acerca de los derechos de compensar y acuerdos relacionados para instrumentos financieros reconocidos que están sujetos a un acuerdo maestro de compensación exigible o acuerdo similar.

La aplicación de estas modificaciones a la IFRS 7, son efectivas para periodos anuales que comiencen en o después del 1 de enero de 2013 y periodos intermedios dentro de esos periodos anuales. Las revelaciones deben ser mostradas retrospectivamente para todos los periodos comparativos. Sin embargo, las modificaciones a IAS 32 son efectivas para periodos anuales que inicien en o después del 1 de enero de 2014, y permiten su aplicación anticipada.

**La IAS 19 (revisada en 2011), *Beneficios a los empleados*** - Las modificaciones a IAS 19 cambian el tratamiento contable de los planes de beneficios definidos y beneficios por terminación de la relación laboral. El cambio más importante se refiere al tratamiento contable de cambios en obligaciones de beneficios definidos y activos del plan. Las modificaciones requieren el reconocimiento de cambios en las obligaciones de beneficios definidos y en el valor razonable de los activos del plan cuando ocurren y, por tanto, eliminan el 'enfoque de corredor' permitido bajo la versión anterior de IAS 19 y aceleran el reconocimiento de costos de servicio anterior. Las modificaciones requieren que todas las ganancias y pérdidas actuariales se reconozcan inmediatamente a través de otros resultados integrales para que el activo o pasivo por pensiones neto reconocido en el estado de situación financiera consolidado refleje el valor total del déficit o superávit del plan. Adicionalmente, el costo por interés y el retorno esperado de los activos del plan utilizados en la versión anterior de IAS 19 son remplazados con el importe del interés neto, el cual es calculado aplicando la tasa de descuento la misma tasa de descuento al pasivo o activo por beneficios definidos neto.

Las modificaciones a IAS 19 aplican para ejercicios que inicien en o después del 1 de enero de 2013 y se requiere la aplicación retrospectiva con ciertas excepciones. Los directores esperan que las modificaciones a IAS 19 sean adoptadas en los estados financieros consolidados del Grupo para el ejercicio que inicia el 1 de enero de 2013 y que la aplicación de las modificaciones a IAS 19 pueda tener un impacto en los montos reportados con respecto al plan de beneficios definidos del Grupo. Sin embargo, los directores aún no han realizado un análisis detallado del impacto de la aplicación de las modificaciones y, por tanto, aún no han cuantificado el alcance del impacto.

**Modificaciones a las IFRS, Mejoras anuales a IFRS ciclo 2009-2011 excepto por las modificaciones a IAS I** - Las modificaciones anuales a IFRS ciclo 2009-2011 incluyen modificaciones a varias IFRS. Las modificaciones son efectivas para periodos anuales que comiencen en o después del 1 de enero de 2013. Las modificaciones a IFRS incluyen:

- Modificaciones a IAS 16, *Propiedad, Planta y Equipo*; y
- Modificaciones a IAS 32, *Instrumentos Financieros: Presentación*.

Las modificaciones a IAS 16 clarifican que las piezas de repuesto importantes y el equipo de mantenimiento permanente deben ser clasificados como Propiedad, Planta y Equipo, cuando cumplan la definición de Propiedad, Planta y Equipo de IAS 16 y como inventarios en caso contrario.

Las modificaciones a IAS 32 clarifican que el impuesto a la utilidad relacionado con distribuciones a los tenedores de un instrumento de capital y los costos de las transacciones de una transacción de capital, debe ser contabilizada de acuerdo con IAS 12, *Impuestos a la utilidad*.

## **27. Autorización de la emisión de los estados financieros**

Los estados financieros consolidados por el año que terminó el 31 de diciembre de 2012 fueron autorizados para su emisión el 25 de febrero de 2013 por el Lic. Oscar Villalobos Torres, Vicepresidente Ejecutivo de Finanzas y Administración y están sujetos a la aprobación de la Asamblea Ordinaria de Accionistas de la Entidad, quien puede decidir su modificación de acuerdo con lo dispuesto en la Ley General de Sociedades Mercantiles.

\* \* \* \* \*

## INFORME DEL PRESIDENTE DEL COMITÉ DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS

Ciudad de México, Distrito Federal, a 27 de febrero de 2013

**Al Consejo de Administración y a la Asamblea de Accionistas  
de Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.**

De conformidad con lo establecido en el artículo 43, fracción I, de la Ley Mercado de Valores, el suscrito, Presidente del Comité de Prácticas Societarias de Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. (la "Sociedad"), presento a ustedes el siguiente reporte de actividades:

A. Desempeño de los Directivos Relevantes:

Durante el ejercicio social 2012 obtuvimos resultados satisfactorios y observamos un desempeño favorable de los Directivos Relevantes de la Sociedad, ya que se alcanzaron los objetivos y prioridades presentados por la Sociedad al Consejo de Administración para el año 2012.

B. Operaciones con Partes Relacionadas:

El Comité de Prácticas Societarias ha verificado las operaciones efectuadas por la Sociedad durante el año 2012, concluyendo que no fue celebrada operación alguna con Partes Relacionadas.

C. Paquetes de emolumentos o remuneración integral del Director General y/o de Directivos Relevantes:

El Comité de Prácticas Societarias revisó la remuneración integral del Director General y Directivos Relevantes, y otorgó su opinión favorable al respecto.

D. Dispensas otorgadas por el Consejo de Administración:

Durante el ejercicio social concluido el 31 de diciembre de 2012, no se presentaron operaciones en las que fuera necesario otorgar dispensa alguna a los consejeros, Directivos Relevantes o personas con poder de mando de la Sociedad, para que dichas personas aprovechen oportunidades de negocio para sí o el negocio en favor de terceros, que correspondan a la Sociedad o a las personas morales que ésta controle o en las que tenga una influencia significativa.

E. Otras actividades del Comité de Prácticas Societarias:

Durante el ejercicio social de 2012, el Comité de Prácticas Societarias, ha revisado, analizado y emitido su opinión favorable respecto de los siguientes asuntos:

- Se emitió opinión favorable para llevar a cabo modificaciones en la estructura organizacional de la Sociedad.
- Se presentó una propuesta de plan de incentivos a largo plazo para los ejecutivos y empleados de la Sociedad.
- Se presentó al Consejo de Administración (i) un informe sobre el plan de incentivos para ejecutivos de la Sociedad; y (ii) una propuesta para ajustar el bono anual 2012, como consecuencia de los ajustes realizados a la guía de resultados para el 2012 de la Sociedad.
- Se emitió opinión favorable para la contratación de Medisitca S.A. de C.V. como prestador de servicios de operación, logística y manejo del centro de distribución de la Sociedad para el 2013.

F. Integración del Comité de Prácticas Societarias y reuniones celebradas

El Comité de Prácticas Societarias se integra por los siguientes miembros:

<u>Cargo</u>	<u>Miembro</u>
Gerardo de Nicolás Gutiérrez	Presidente
Arturo José Saval Pérez	Miembro
Juan Alonso	Miembro

Durante el ejercicio social 2012, el Comité de Prácticas Societarias celebró sesiones el 23 de febrero, el 26 de julio y el 25 de octubre, y de cada una de ellas se levantó una minuta respecto de los acuerdos adoptados.

Atentamente,




---

Gerardo de Nicolás Gutiérrez  
 Presidente del Comité de Prácticas Societarias  
 Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.

JOSÉ L. FERNÁNDEZ F.

Contador Público

## INFORME DEL PRESIDENTE DEL COMITÉ DE AUDITORÍA

Ciudad de México  
Corporativo Perseus  
Bosque de Quince 2121  
4<sup>o</sup> Piso, Pte. Perseus Norte 14  
C.P. 06220

Ciudad de México, Distrito Federal, a 27 de febrero de 2013

### **Al Consejo de Administración y a la Asamblea de Accionistas de Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.**

De conformidad con lo establecido en el artículo 43, fracción II, de la Ley Mercado de Valores, el suscrito, Presidente del Comité de Auditoría de Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. (la "Sociedad"), presento a ustedes el siguiente Informe Anual aprobado por la totalidad de los miembros de dicho Comité, correspondiente al ejercicio social concluido el 31 de diciembre de 2012:

En consideración a las disposiciones contenidas en la Ley del Mercado de Valores, el Comité se enfocó en este período, de manera general y principalmente a:

1. Desarrollar las actividades en materia de auditoría y que la ley les confiere para apoyar al Consejo de Administración.
2. Celebrar reuniones periódicas y continuas con la Administración, así como con los auditores externos.

Por lo que respecta a conceptos específicos correspondientes a las funciones aprobadas para este Comité, damos a conocer los siguientes resultados:

#### A. Sistema de Control Interno y Auditoría Interna de la Sociedad y de las personas morales que ésta controle.

Tomando en cuenta las opiniones, informes, comunicados y el dictamen de auditoría externa se continúa desarrollando la verificación del cumplimiento de las autoridades más relevantes de control interno en el manejo de la información financiera, y como consecuencia manifiesto que, la Sociedad mantiene políticas y procedimientos de control interno que ofrecen seguridad razonable en las operaciones que realiza.

Las diferencias en materia de control interno que fueron analizadas en el Comité, no tuvieron impacto significativo en la Sociedad.

La Sociedad ha atendido oportunamente las recomendaciones emitidas por el Comité de Auditoría y sus auditores externos, con el fin de mejorar su sistema de control y auditoría interna, así como para subsanar las deficiencias y desviaciones de dicho sistema.

B. Medidas Preventivas y Correctivas Implementadas en relación con los Lineamientos y Políticas de Operación y de Registro Contable.

El Comité de Auditoría se ha asegurado de la objetividad e integridad de los registros contables, así como del cumplimiento de los Lineamientos y Políticas de Operación y de Registro Contable de la Sociedad, los cuales fueron aplicados consistentemente en la elaboración de los estados financieros de la Sociedad al 31 de diciembre de 2012. Asimismo, fueron revisados y aprobados los planes de trabajo de la función que desarrolla la auditoría interna en la Sociedad.

C. Evaluación de Desempeño del Auditor Externo.

Se ratificó a Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., como auditores externos de la Sociedad para el ejercicio social 2012 y se aprobó la designación del C.P. Walter Giovanni Frascetto Valdés como el socio responsable de dicha firma de auditores en la prestación de dichos servicios.

Para el ejercicio concluido el 31 de diciembre de 2012, por los servicios de auditoría y emisión de dictámenes fiscales, se autorizó un presupuesto de (i) \$2,650,000.00 (Dos millones seiscientos cincuenta mil pesos 00/100 Moneda Nacional) y (ii) EUA\$163,000.00 (Ciento sesenta y tres mil dólares 00/100, moneda de curso legal de los Estados Unidos de América), para servicios a favor de la Sociedad y sus subsidiarias en México y en el extranjero respectivamente, mismos que fueron prestados satisfactoriamente.

Se revisaron los planes de trabajo para dictaminar los estados financieros y cumplimiento de control interno proporcionados por la firma de auditores externos, los cuales fueron aprobados en su totalidad.

En entrevistas y sesiones del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias con los auditores externos, nos cercioramos que cumplieran los requisitos de independencia.

Por el ejercicio 2012 revisamos con los auditores externos y con la Administración de la empresa sus comentarios sobre el control interno y los procedimientos y alcances aplicados en su auditoría.

Como consecuencia de lo anterior, el Comité de Auditoría está de acuerdo con el desempeño y resultados del trabajo de los auditores externos de la Sociedad.

D. Resultado de las Revisiones a los Estados Financieros de la Sociedad y de las Personas Morales que ésta Controle.

El Comité de Auditoría revisó los estados financieros consolidados de la Sociedad y subsidiarias al 31 de diciembre de 2012, los cuales fueron elaborados con base en las Normas de Información Financiera aplicadas consistentemente, y de conformidad con las normas y procedimientos de auditoría aplicables, así como el dictamen del auditor externo correspondiente, el cual fue emitido sin excepciones o salvedades.

El Comité de Auditoría ha recomendado al Consejo de Administración la aprobación de los estados financieros antes mencionados, en virtud de que los mismos reflejan razonablemente la situación financiera y resultados de la Sociedad, que los eventos relevantes han sido adecuadamente revelados y que la aplicación de las políticas y criterios contables han sido consistentes y adecuadas, cumpliendo la administración de la Sociedad con los procesos de implementación y aseguramiento de los sistemas de control interno y con las recomendaciones efectuadas.

E. Opinión del Comité de Auditoría sobre el informe a que se refiere el artículo 28, fracción IV, inciso c) de la Ley del Mercado de Valores para someterla a consideración del Consejo de Administración de la Sociedad.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 42, fracción II, inciso (e) de la Ley del Mercado de Valores, después de haber sostenido diversas reuniones con el Director General de la Sociedad y con los directivos relevantes de la Sociedad y de las sociedades controladas por ésta, respecto del contenido del Informe del Director General en términos de lo previsto en el artículo 44, fracción XI de la Ley del Mercado de Valores, habiendo revisado la información y documentación de soporte necesaria, incluyendo el dictamen emitido por el despacho Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., como Auditor Externo de la Sociedad, el Comité de Auditoría considera que el Informe del Director General que se presentará a la Asamblea de Accionistas es adecuado y suficiente y que: (i) las políticas y criterios contables y de información seguidas por la Sociedad son adecuadas y suficientes tomando en consideración las circunstancias particulares de la misma; (ii) dichas políticas y criterios han sido aplicados consistentemente en la información presentada por el Director General; y (iii) como consecuencia de los incisos (i) y (ii) anteriores, la información presentada por el Director General refleja en forma razonable la situación financiera y los resultados de la Sociedad.

F. Medidas Adoptadas con Motivo de Observaciones Relevantes.

Durante el ejercicio social de 2012, no se formularon observaciones relevantes por parte de los accionistas, consejeros, directivos relevantes, empleados de la Sociedad y, en general, por cualquier tercero, respecto de la contabilidad, controles internos y temas relacionados con la auditoría interna o externa, ni se presentaron denuncias sobre hechos que estimen irregulares en la administración.

G. Seguimiento de los Acuerdos de las Asambleas de Accionistas y del Consejo de Administración.

La Sociedad atendió oportunamente los acuerdos y recomendaciones emitidos por la Asamblea de Accionistas y el Consejo de Administración de la Sociedad durante el ejercicio social de 2012.

#### H. Otras Actividades del Comité de Auditoría.

Durante el ejercicio social 2012, el Comité de Auditoría, revisó, analizó y/o emitió su opinión favorable respecto de los siguientes asuntos:

- Se emitió opinión favorable para la aprobación de los estados financieros anuales auditados de la Sociedad y sus subsidiarias con cifras al 31 de diciembre de 2011.
- Se emitió opinión favorable para la aprobación de la información financiera de la Sociedad correspondiente al cuarto trimestre de 2011, así como la correspondiente al primer, segundo y tercer trimestre de 2012.
- Se emitió opinión favorable para ratificar a Galaz, Yamazaki, Ruíz Urquiza, S.C. como auditores externos de la Sociedad, y para aprobar la designación del C.P. Walter Giovanni Frascchetto Valdés como el socio responsable de dicha firma de auditores en la prestación de dichos servicios.
- Se revisó (i) el plan de trabajo propuesto por Galaz Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C. para la revisión de los estados financieros de la Sociedad por el ejercicio social 2012; (ii) el informe de auditoría interna de la Sociedad; (iii) la implementación de un buzón de quejas y sugerencias; y (iv) la propuesta para contratar un asesor que evalúe el desempeño de la auditoría interna de la Sociedad.

#### I. Integración del Comité de Auditoría y reuniones celebradas.

El Comité de Auditoría se integra por los siguientes miembros:

<u>Nombre</u>	<u>Cargo</u>
José Luis Fernández Fernández	Presidente
Gerardo de Nicolás Gutiérrez	Miembro
Fernando Paiz Andrade	Miembro
Luis Ernesto Maccise Uribe	Miembro

Durante el ejercicio social 2012, el Comité de Auditoría celebró sesiones el 23 de febrero de 2012, 25 de abril de 2012, 26 de julio de 2012 y el 25 de octubre de 2012, y de cada una de ellas se levantó una minuta respecto de los acuerdos adoptados.

Atentamente,

  
José Luis Fernández Fernández  
Presidente del Comité de Auditoría de  
Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.

JLF



**Carta a los Accionistas de GENOMMA LAB INTERNACIONAL, S.A.B. DE C.V.**

Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. ("Genomma Lab" o la "Compañía") ha reportado otro año de resultados positivos. En el 2012 nuestras ventas netas alcanzaron los \$9,799.7 millones de pesos, lo que representa un crecimiento del 21.6% comparado con el 2011. Nuestras ventas en México incrementaron 16.1% alcanzando \$7,169.4 millones de pesos y nuestras ventas internacionales crecieron un 40.0% para alcanzar \$2,630.3 millones de pesos, representando un 26.8% de las ventas netas consolidadas. El EBITDA ajustado aumentó un 25.2%, alcanzando \$2,607.6 millones de pesos, lo que representa un margen de EBITDA ajustado de 26.6%.

La utilidad neta consolidada creció 14.2%, a \$1,606.0 millones de pesos, representando un margen de 16.4% sobre Ventas Netas. Genomma Lab cerró el 2012 con una posición de efectivo neto de \$917.2 millones de pesos. Los estados financieros dictaminados de la sociedad al 31 de diciembre de 2012 y sus correspondientes notas forman parte del presente informe y quedan a disposición de los accionistas de Genomma Lab.

Dado nuestro exitoso modelo de negocio, en Genomma seguimos creciendo sobre bases sólidas. Al día de hoy, continuamos siendo la farmacéutica OTC número 1 de México; en 2012 logramos posicionarnos también como la farmacéutica OTC número 1 en Argentina. Asimismo ocupamos ya uno de los principales lugares en el mercado de Cuidado Personal en México; en donde contamos con un amplio portafolio de marcas líderes, tanto desarrolladas internamente como adquiridas, que hemos logrado posicionar ya en 15 países donde tenemos presencia.

El 2012 fue un año de importantes cambios estratégicos con los cuales logramos ser una Compañía más sólida y hacer más eficientes nuestras operaciones. Entre estos cambios, iniciamos la tercerización de la manufactura de ciertos de nuestros productos en países fuera de México, enviamos colaboradores a nuestras operaciones internacionales para fortalecer nuestra presencia en estos países, implementamos nuevos Sistemas de Gestión tanto Empresariales como de Administración de Almacenes y realizamos adecuaciones en nuestra organización con el fin de eficientar nuestros procesos. Estos cambios estratégicos son parte de lo que nos llevó a obtener sólidos resultados y un fuerte crecimiento durante este año y, de igual manera, fortalecen las bases para seguir soportando el crecimiento que esperamos a futuro.

Asimismo adquirimos varias marcas en México: Femodyl, Zan Zusi, Altiva, Lartzá, Bioskin, Amara y XL-3. Estas marcas serán relanzadas después del proceso de renovación típico de la Compañía con el objetivo de posicionarlas como líderes de sus categorías. De igual manera, este año trasladamos nuestra exitosa estrategia de adquisiciones a otros países. En Argentina adquirimos las marcas Picidex y Babysan y en Brasil firmamos un contrato de licencia de uso de la marca Dermaglós. Con estas adquisiciones buscamos fortalecer nuestras operaciones en estos países.

Nuestro crecimiento se ha visto favorecido cada vez más por la solidez del mercado mexicano en donde seguimos trabajando para consolidar nuestro posicionamiento así como por la expansión de nuestras operaciones internacionales, las cuales estamos convencidos seguirán fortaleciéndose para lograr incrementar nuestro liderazgo en el mercado de OTC y PC de Latinoamérica y convertimos en un importante jugador en el mercado hispano de Estados Unidos.

En Genomma nos espera un gran 2013, en donde desarrollaremos importantes iniciativas que estamos seguros lograrán ser fuertes conductores de crecimiento para la Compañía. Agradecemos la confianza y el apoyo de nuestros colaboradores, clientes, proveedores y accionistas ya que son parte importante del crecimiento obtenido y de nuestro éxito.

Atentamente,



**Rodrigo Alonso Herrera Aspra**  
Presidente del Consejo de Administración y Director General de  
Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.

Ciudad de México, Distrito Federal, a 27 de febrero de 2013

**A la Asamblea de Accionistas de Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.**

De conformidad con lo previsto en el artículo 28, fracción IV, incisos (c), (d) y (e) de la Ley Mercado de Valores, por acuerdo del Consejo de Administración de Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. (la “Sociedad”), presento a ustedes la opinión e informes siguientes, todos ellos relacionados al ejercicio social concluido el 31 de diciembre de 2012.

**A. Opinión elaborada por el Comité de Auditoría sobre el contenido del Informe del Director General de la Sociedad.**

En relación con el informe rendido por el Director General de la Sociedad en términos de lo previsto en el artículo 44, fracción XI de la Ley del Mercado de Valores (el “Informe del Director General”) y en cumplimiento a lo establecido en el artículo 28, fracción IV, inciso (c) de la Ley del Mercado de Valores, después de haber sostenido diversas reuniones con el Director General de la Sociedad y con los directivos relevantes de la Sociedad y de las sociedades controladas por ésta, respecto del contenido del Informe del Director General, habiendo revisado la información y documentación de soporte necesaria, incluyendo el dictamen emitido por el despacho Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., como Auditor Externo de la Sociedad, y la opinión elaborada al respecto por el Comité de Auditoría de conformidad con el artículo 42, fracción II, inciso (e) de la Ley del Mercado de Valores, el Consejo de Administración de la Sociedad considera que el Informe del Director General que se presenta a la Asamblea de Accionistas, es adecuado y suficiente y que: (i) las políticas y criterios contables y de información seguidas por la Sociedad son adecuadas y suficientes tomando en consideración las circunstancias particulares de la misma; (ii) dichas políticas y criterios han sido aplicados consistentemente en la información presentada por el Director General; y (iii) como consecuencia de los incisos (i) y (ii) anteriores, la información presentada por el Director General refleja en forma razonable la situación financiera y los resultados de la Sociedad.

**B. Informe a que se refiere el artículo 172, inciso (b) de la Ley General de Sociedades Mercantiles en relación con las principales políticas y criterios contables y de información seguidos en la preparación de la información financiera.**

El Consejo de Administración revisó los estados financieros de la Sociedad al 31 de diciembre de 2012, el dictamen del Auditor Externo de la Sociedad, así como las políticas de contabilidad utilizadas en su elaboración, incluyendo, en su caso, sus modificaciones y correspondientes efectos.

Después de haber escuchado los comentarios de los auditores externos, quienes son responsables de expresar su opinión sobre la razonabilidad de los estados financieros de la Sociedad y sus subsidiarias y su conformidad con las normas de información financiera aplicables en México, y como resultado de las revisiones realizadas, el Consejo de Administración recomienda a la Asamblea de Accionistas la aprobación de los estados financieros de la Sociedad al 31 de diciembre de 2012, considerando que los mismos reflejan de manera razonable la situación financiera de la Sociedad al 31 de diciembre de 2012.

Asimismo, el Consejo de Administración de la Sociedad informa que las políticas y criterios contables utilizados para la preparación de la información financiera de la Sociedad fueron revisadas en su oportunidad por el Comité de Auditoría y que las mismas se declaran y explican como notas en los estados financieros correspondientes.

C. Informe sobre las operaciones y actividades en las que el Consejo de Administración de la Sociedad intervino durante el ejercicio social de 2012.

Las principales actividades y operaciones en las que intervino el Consejo de Administración de la Sociedad durante el ejercicio social de 2012, fueron las siguientes:

- a) Discusión, revisión y aprobación de los informes operativos sometidos a consideración del Consejo por el Director General de la Sociedad, en los cuales se destacaron, entre otros aspectos, las principales operaciones de la Sociedad y sus subsidiarias, así como las oportunidades de negocio que se presentaron en los mercados que éstas operan.
- b) Discusión, revisión y aprobación de la información financiera de la Sociedad, elaborada y presentada conjuntamente por la Dirección General y la Dirección de Administración y Finanzas de la Sociedad.
- c) Análisis y discusión de los informes y asuntos que fueron sometidos a su consideración por el Director General y los Comités de Auditoría, Prácticas Societarias y Ejecutivo de la Sociedad.
- d) Revisión de los informes sobre relación con inversionistas y recompras de acciones representativas del capital social de la Sociedad presentados al Consejo.
- e) Autorizar a la Sociedad para realizar una oferta pública no solicitada de adquisición de acciones en los Estados Unidos de América respecto de la totalidad de las acciones representativas del capital social de Prestige Brands Holding, Inc. ("Prestige") (la "Oferta Pública de Compra"), sujeto a la obtención de la autorización correspondiente de la Asamblea General de Accionistas de la Sociedad, y aprobar la contratación de financiamientos para que la Sociedad obtuviera los recursos necesarios para llevar a cabo la Oferta Pública de Compra.
- f) Aprobar someter a consideración de las asambleas de accionistas/socios de las subsidiarias de la Sociedad la aprobación de (i) pago de dividendos a los accionistas/socios de dichas sociedades y (ii) la reestructuración de sus respectivos Consejos de Administración/Directorios.
- g) Aprobar los estados financieros anuales auditados de la Sociedad y sus subsidiarias con cifras al 31 de diciembre de 2011; así como la aprobación y presentación a la Asamblea de Accionistas de (i) los informes de los Presidentes del Comité de Auditoría y de Prácticas Societarias preparados en términos de las fracciones I y II del artículo 43 de la Ley del Mercado de Valores; (ii) el informe del Director General de la Sociedad preparado en términos de la fracción XI del artículo 44 de la Ley del Mercado de Valores; y (iii) la opinión e informes del Consejo de Administración rendidos en términos de los incisos (c), (d) y (e) de la fracción IV del artículo 28 de la Ley del Mercado de Valores.
- h) Aprobar el informe sobre los procedimientos y acuerdos relacionados con la adquisición y colocación de acciones propias, preparado en términos de lo dispuesto en la fracción III del artículo 60 de las Disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores.
- i) Aprobar someter a consideración de la Asamblea General Anual Ordinaria de Accionistas de la Sociedad el monto máximo de recursos que la Sociedad podrá destinar a la adquisición de acciones propias durante el ejercicio social comprendido entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2012.

- j) Autorizar la constitución de una subsidiaria de la Sociedad en los Estados Unidos de América.
- k) Renuncia, designación y ratificación de miembros de los Comités de la Sociedad.
- l) Presentación de los informes del Secretario no miembro del Consejo de Administración sobre (a) las obligaciones, responsabilidades y recomendaciones que derivan de (i) el Código de Ética Profesional de la Comunidad Bursátil Mexicana, (ii) el Código de Mejores Prácticas Corporativas emitido por el Consejo Coordinador Empresarial, y (iii) el Reglamento Interior de la Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V., así como de las demás leyes, reglamentos y disposiciones de carácter general aplicables; y (b) el estado de actualización de los libros corporativos de la Sociedad.
- m) Aprobación para retirar la propuesta de la Sociedad para adquirir hasta la totalidad de las acciones representativas del capital social de Prestige, y autorización para realizar todos los actos necesarios para dar por terminados los compromisos de financiamiento obtenidos para llevar a cabo dicha adquisición.
- n) Ratificar a Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., como auditores externos de la Sociedad para el ejercicio social 2013, y aprobar la designación del C.P. Walter Giovanni Frascchetto Valdés como el socio responsable de dicha firma de auditores en la prestación de dichos servicios.
- o) Aprobar la adquisición de la marca "XL-3" y sus derivaciones.
- p) Aprobar modificaciones a la estructura organizacional de la Sociedad y sus subsidiarias.
- q) Aprobar la contratación por la Sociedad de una línea de crédito destinada a nuevos negocios y futuras adquisiciones, entre otros.
- r) Aprobar la terminación del contrato de formador de mercado celebrado por la Sociedad con UBS Casa de Bolsa, S.A. de C.V., UBS Grupo Financiero.
- s) Revocar, ratificar y otorgar poderes y autorizaciones.
- t) Aprobar la actualización de la guía de resultados del ejercicio social de 2012, así como la guía de resultados de la Sociedad para el ejercicio social 2013.
- u) Aprobar someter a consideración de la Asamblea General de Accionistas de la Sociedad una propuesta para cancelar la totalidad de las acciones representativas de su capital social adquiridas en términos del artículo 56 de la Ley del Mercado de Valores.

La información relevante relacionada con las actividades del Consejo de Administración de la Sociedad ha sido, en su caso, debidamente divulgada por la Sociedad de conformidad con la normatividad aplicable.

#### D. Integración del Consejo de Administración.

El Consejo de Administración de la Sociedad se integra por los siguientes miembros:

Consejeros Propietarios	Consejeros Suplentes	Cargo
-------------------------	----------------------	-------

Rodrigo Alonso Herrera Aspra	Renata Virginia Herrera Aspra	Presidente
Sabrina Lucila Herrera Aspra	Renata Virginia Herrera Aspra	Miembro
Arturo José Saval Pérez	Alejandro Diazayas Oliver	Miembro
Luis Alberto Harvey MacKissack	Alejandro Diazayas Oliver	Miembro
Gerardo de Nicolás Gutiérrez*	No designado	Miembro Independiente
Fernando Paiz Andrade*	No designado	Miembro Independiente
Juan Alonso*	No designado	Miembro Independiente
Luis Ernesto Maccise Uribe*	No designado	Miembro Independiente
José Manuel Sainz González*	No designado	Miembro Independiente
José Luis Fernández Fernández*	No designado	Miembro Independiente
Andrés Conesa Labastida*	No designado	Miembro Independiente

Atentamente,

---

Rodrigo Alonso Herrera Aspra  
 Presidente del Consejo de Administración de  
 Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.