

INFORMACIÓN RELEVANTE

Las Ventas del 2T-2019 crecieron **Ps. 352.8 millones**, un incremento de **+12.1%** año contra año

El margen EBITDA para 2T-2019 alcanzó **20.4%**, una expansión de **20pb** año contra año

COFEPRIS otorgó la **Licencia Sanitaria** para la nueva **Planta de Manufactura OTC** de Genomma Lab

CAPEX para los seis meses terminados el 30 de junio de 2019, alcanzaron **Ps. 187.2 millones**.

Genomma Lab Internacional Reporta Resultados del Segundo Trimestre 2019

Ciudad de México, 24 de julio de 2019 – **Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.** (BMV: LAB B) (“Genomma Lab” o “la Compañía”), da a conocer los resultados correspondientes al segundo trimestre terminado el 30 de junio de 2019. Todas las cifras incluidas en este reporte se encuentran en pesos nominales mexicanos y han sido preparadas de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF o IFRS por sus siglas en inglés).

La siguiente tabla proporciona un Estado de Resultados abreviado, en millones de pesos. El margen para cada cifra representa la razón a ventas netas y el cambio porcentual del segundo trimestre 2019, comparado con el mismo periodo de 2018:

	2T-2019	% Ventas	2T-2018	% Ventas	Var. %
Ventas Netas	3,277.5	100.0%	2,924.7	100.0%	+12.1%
Utilidad Bruta	2,087.9	63.7%	1,908.6	65.3%	+9.4%
Utilidad de Operación	633.3	19.3%	574.4	19.6%	+10.2%
EBITDA⁽¹⁾	667.5	20.4%	591.0	20.2%	+13.0%
Utilidad Neta	243.2	7.4%	304.3	10.4%	(20.1)%

(1) EBITDA por sus siglas en inglés, se define como la utilidad de operación antes de la depreciación y amortización.

Comentarios del Director General

Jorge Brake, Director General, comentó: “Durante el trimestre, Genomma continuó con un sólido desempeño operativo soportado por la implementación de iniciativas claves asociadas a la nueva estrategia de crecimiento. La ejecución exitosa de nuestras operaciones en México y en los países de Latino América donde tenemos presencia, reafirmó una vez más, que vamos en el camino correcto de crecimiento, soportado por nuestros 4 pilares estratégicos: Optimización del Portafolio e Innovación de Producto, Go-to-market perfecto, Cadena de suministro de clase mundial y una Cultura Corporativa reforzada. Estoy convencido que, manteniendo la disciplina y ejecución correcta de estos pilares estratégicos, seremos capaces de mantener Genomma Lab con un crecimiento constante.”

Y añadió: “Estamos entusiasmados con la obtención de la Licencia Sanitaria para nuestra planta de manufactura OTC, lo cual representa un avance clave en el proceso de este proyecto. Con esta certificación, Genomma está lista para continuar con el proceso regulatorio para obtener las primeras GMP’s de las líneas de manufactura OTC para productos sólidos y semi-sólidos.”

INFORMACIÓN CLAVE

% Ventas por Segmento:

 OTC 45.1%

 PC 54.9%



Nueva fórmula de Suerox
para adultos con
Tecnología Infinitri

Resumen Corporativo

Durante el segundo trimestre de 2019, la Compañía alcanzó un sólido incremento de 12.1% en ventas netas. El desempeño creciente alcanzado en el trimestre, reafirma la tendencia positiva del primer semestre del año, para cerrar con un incremento de 8.1% en las ventas de los primeros seis meses de 2019, en comparación con 2018⁽²⁾.

El crecimiento de Ps. 352.7 millones en las ventas netas consolidadas durante el segundo trimestre de 2019, demuestra los resultados iniciales de la nueva estrategia de crecimiento de la Compañía, implementada a finales de 2018, entre las que destacan, iniciativas clave como: el nuevo sistema para planeación de la demanda (“S&OP” por sus siglas en inglés), la optimización del portafolio de marcas y canales de distribución en todos los mercados, las iniciativas *go-to-market* para incrementar la visibilidad en el punto de venta y un enfoque fortalecido en la cultura corporativa.

Adicionalmente, el enfoque de la Compañía en crecimiento de ventas y control de costos y gastos en los diferentes mercados que se operan, impactaron positivamente el EBITDA del segundo trimestre de 2019, compensando el impacto negativo por tipo de cambio (principalmente por la depreciación del peso argentino), así como, el impacto de ciertos gastos no recurrentes y los gastos pre-operativos relacionados con la nueva planta de manufactura de la Compañía. El margen EBITDA para el segundo trimestre de 2019 cerró en 20.4%, una expansión de 20 puntos base año contra año.

Durante el trimestre, se continuó con la implementación del Modelo de Innovación de Genomma y los primeros COI’s (Centros de Innovación), con más de 30 iniciativas en desarrollo, las cuales permitirán a la Compañía establecer las bases sólidas para el crecimiento e innovación a futuro.

Nueva Planta de Manufactura

El 15 de julio de 2019, Genomma anunció que la planta de manufactura OTC, recibió la Licencia Sanitaria por COFEPRIS, lo que representa un avance clave que permitirá a la Compañía seguir con el proceso de obtener la certificación GMP para la fabricación de sólidos (pastillas) y semi-sólidos (ungüentos) en las líneas de producción OTC. Simultáneamente, Genomma iniciará los procesos para la certificación GMP en cada uno de los mercados a los que exportará.

Durante el segundo trimestre de 2019, las inversiones relacionadas con el proyecto de manufactura, alcanzaron los Ps. 80.8 millones, principalmente relacionadas a la construcción de la planta de Cuidado Personal y para completar la instalación del piso con una losa de concreto súper plana en el almacén de producto terminado. La losa de concreto súper plana es construida usando un sistema de tolerancia especializada y optimizando el desempeño de la operación de carga y descarga. Durante los primeros seis meses del 2019, la Compañía invirtió Ps. 187.2 millones en la nueva planta de manufactura.

(2) Los resultados por trimestre del 2018 fueron re expresados conforme a la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (“IFRS” por sus siglas en inglés) IAS-29 y IAS-21 para la contabilidad hiperinflacionaria en Argentina, en línea con los Estados Financieros Auditados de 2018.



Lanzamiento de **Cicatricure® Aqua Defense** en E.U.A.



Lanzamiento de **Cicatricure® Gold Lift** en Argentina.



Lanzamiento de **Revie® Premium Shampoo** en Brasil

México

Durante el segundo trimestre de 2019, la operación en México alcanzó un crecimiento en ventas de doble dígito para cerrar en 12.1%, comparado con el segundo trimestre de 2018. El incremento de Ps. 155.4 millones se debe al continuo éxito en la optimización del portafolio de marcas y al incremento de la presencia y visibilidad en el punto de venta, así como al refuerzo en la distribución del canal tradicional y en las principales cadenas de farmacias en México.

Adicionalmente, las marcas de temporada tuvieron una demanda superior a la esperada durante el verano, las cuales impulsaron los resultados del segundo trimestre de 2019, impulsadas por agresivas campañas de TV y publicidad. Los niveles de servicio ("fill-rates") en México continuaron con una mejora sostenida durante el segundo trimestre del año.

E.U.A.

Las ventas de Genomma en E.U.A. incrementaron 1.6% en moneda local en comparación con el año anterior, y fueron impactadas por la apreciación del peso mexicano contra el dólar estadounidense, lo que resultó en una caída de 0.4% en pesos mexicanos. Las ventas en el trimestre fueron impulsadas por el progreso inicial de las primeras etapas relacionadas con iniciativas de *go-to-market* y visibilidad en el punto de venta, así como por la optimización de estrategias en mercadotecnia.

Adicionalmente, nuevas extensiones de línea para productos de cuidado personal fueron lanzadas durante el segundo trimestre de 2019, entre las que destacan: Asepxia® Baking Soda, Teatrical® Tone Correcting y Cicatricure® Aqua Defense & Skin Brightening. Estos nuevos lanzamientos, impulsaron la optimización del portafolio de Genomma en línea con las tendencias y desarrollos globales. Estas iniciativas son parte importante para el crecimiento de los siguientes trimestres.

Latinoamérica

Las ventas en Latinoamérica alcanzaron un crecimiento de 27.1% en moneda local; lo que representa un crecimiento de 15.2% en pesos mexicanos. La depreciación de algunas monedas locales explica la diferencia en las tasas de crecimiento. Adicional a la devaluación del peso argentino, otras monedas también se vieron depreciadas respecto al peso mexicano, incluyendo Colombia, Brasil, Uruguay y Paraguay.

Las operaciones de Genomma en Brasil, Centroamérica y Chile tuvieron un desempeño sobresaliente en el segundo trimestre de 2019, logrando mitigar parcialmente los impactos por tipo de cambio e impulsando el crecimiento de doble dígito en la región.

Estrategias en mercadotecnia y punto de venta fueron implementadas durante el segundo trimestre de 2019. La expansión de Teatrical®, Tío Nacho® y Asepxia® Carbón alcanzaron crecimientos de doble dígito en el trimestre, así como el lanzamiento de Cicatricure® Gold Lift. En Brasil, se lanzó Revie®, una línea premium de shampoo, a través de la cadena Lojas Americanas. En Chile el relanzamiento de Tío Nacho® y Cicatricure® logró duplicar su participación de mercado.

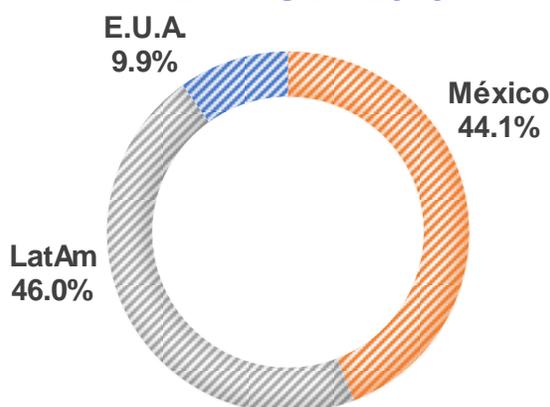
Ventas por Categoría y Región

(En millones de pesos mexicanos)

	Medicamentos de Libre Venta (OTC)			Cuidado Personal (PC)			Total		
	2T-2018	2T-2019	% Var	2T-2018	2T-2019	% Var	2T-2018	2T-2019	% Var
México	705.7	755.4	7.0%	583.1	688.8	18.1%	1,288.8	1,444.2	12.1%
Latam	501.1	549.8	9.7%	809.9	959.9	18.5%	1,311.0	1,509.7	15.2%
E.U.A.	169.6	173.8	2.5%	155.3	149.8	(3.6)%	324.9	323.6	(0.4)%
Total	1,376.3	1,479.0	7.5%	1,548.4	1,798.5	16.2%	2,924.7	3,277.5	12.1%

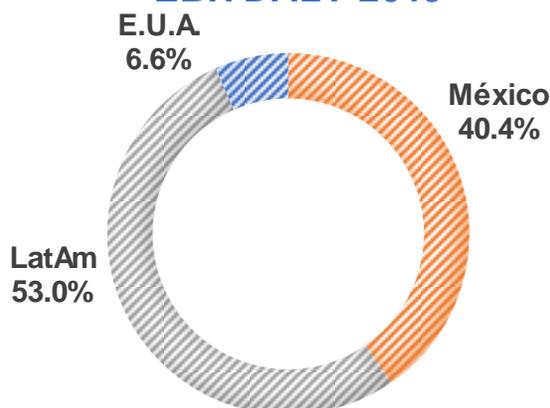
Resultados por Región

VENTAS 2T-2019



*Porcentaje de Ventas Netas Consolidadas por Región al 2T-2019.

EBITDA 2T-2019



*Porcentaje de EBITDA Consolidado por Región al 2T-2019.

AVANCES

- Obtención de la **Licencia Sanitaria** para Planta de Manufactura OTC
- **70,000 m²** para producción y operaciones de almacén
- **A 2 millas** de **“Puerta México”**, el **tren intermodal** más grande de México
- Más de **80,000 m²** de terreno reservado para **futuras expansiones**
- **Capacidad de Exportación** a **16 países** de la región **Latinoamérica**.

Nueva Planta de Manufactura



Vista Frontal Planta OTC y Área de descarga



Cuarto de Máquinas Planta OTC Vista Frontal



Dentro del Almacén de Producto Terminado (Equipo de Cuidado Personal pendiente de instalación)



Almacén de Producto Terminado Área de Carga y Descarga



Contenedores para mover y guardar producto en proceso



Brazo robótico para mezclar materia prima

Resultados Consolidados 2T-2019

Ventas Netas de 2T-2019
con **crecimiento** de
12.1% año contra año

Ventas Netas del Segundo Trimestre 2019 alcanzaron Ps. 3,277.5 millones; un incremento de 12.1% comparado con el mismo periodo de 2018. Este crecimiento en ventas se debe principalmente a una mejora en las cifras de “*sell-out*” en la región de México, impulsado por el nuevo sistema de planeación de la demanda (S&OP), a importantes estrategias de *go-to-market* y punto de venta implementadas a lo largo de todas las regiones en las que la Compañía opera, así como a campañas de publicidad y mercadotecnia exitosas. En menor medida, las ventas netas del segundo trimestre de 2019 fueron impulsadas por iniciativas de innovación de producto y a un incremento en ventas de productos de temporada. Lo anterior compensó el efecto negativo por tipo de cambio en algunos mercados.

El EBITDA de T2-2019
incrementó
Ps. 76.5 millones
año contra año

EBITDA del Segundo Trimestre 2019 alcanzó Ps. 667.5 millones comparado con Ps. 591.0 millones para el mismo periodo de 2018. El margen EBITDA del segundo trimestre de 2019 cerró en 20.4%. La mejora de 20 puntos base en el margen se debe principalmente al efecto de apalancamiento operativo en gastos fijos debido al crecimiento en ventas netas alcanzado durante el trimestre, así como a los efectos positivos por la ejecución de la nueva estrategia de crecimiento. Estos efectos positivos fueron parcialmente contrarrestados por el impacto de tipo de cambio en los costos, por mayores ventas de productos con menor margen, así como por los gastos extraordinarios reconocidos en el trimestre, incluyendo Ps. 25.8 millones de gastos pre-operativos en la nueva planta de manufactura, así como a inversiones realizadas para investigación de mercado, nuevos lanzamientos de productos y nuevas plataformas digitales y operacionales para soportar el crecimiento a futuro.

Resultados por Región

México

Las Ventas Netas para el Segundo trimestre de 2019 alcanzaron Ps. 1,444.2 millones; un incremento de 12.1% año contra año. Este incremento de Ps. 155.4 millones es resultado principalmente de la continuidad en las iniciativas *go-to-market* y de visibilidad en el punto de venta, así como al nuevo sistema S&OP y al incremento en los puntos de venta debido a la renovación de la relación con una de las cadenas de farmacias más grandes en México. La mejora en las ventas también fue impulsada por los resultados de la estrategia de reconfiguración del portafolio, el cual permite expandir el alcance de ciertas marcas a una mayor base de consumidores.

El EBITDA en el trimestre alcanzó Ps. 269.6 millones, lo que representa un margen sobre ventas de 18.7%, alcanzando una expansión de 480 puntos base. La mejora en margen se debió principalmente al efecto de apalancamiento operativo debido al crecimiento en ventas alcanzado. El EBITDA del segundo trimestre de 2019 se vio afectado por los gastos pre-operativos asociados a la nueva planta de manufactura.

MÉXICO

Ventas: +12.1%

Margen EBITDA: 18.7%

E.U.A.

Ventas moneda local: +1.6%

Margen EBITDA: 13.5%

E.U.A.

Las Ventas Netas del segundo trimestre en E.U.A. disminuyeron 0.4%, para alcanzar Ps. 323.6 millones. Expresado en dólares estadounidenses, el crecimiento en ventas fue de 1.6% año contra año. La Compañía continúa enfocada en fortalecer sus operaciones en la región. Durante el trimestre, Genomma fortaleció su equipo de operaciones con contrataciones clave para las áreas de ventas y mercadotecnia, quienes se enfocarán en el crecimiento y expansión de la presencia de Genomma Lab en Estados Unidos.

El EBITDA del segundo trimestre de 2019 alcanzó Ps. 43.8 millones; comparado con Ps. 65.7 millones durante el mismo periodo de 2018, cerrando con un margen EBITDA de 13.5%. La contracción de margen EBITDA se debe principalmente al incremento en gastos de distribución relacionados a un incremento del costo logístico debido a la continua huelga transportista en E.U.A. El margen EBITDA incrementó 370 puntos base trimestre contra trimestre, representando una tendencia positiva.

LATINOAMÉRICA

Ventas moneda local: +27.1%

Margen EBITDA: 23.5%

Latinoamérica

Las Ventas Netas del segundo trimestre de 2019 incrementaron 15.2% año contra año, a Ps. 1,509.6 millones. Expresado en moneda local, las ventas crecieron 27.1% contra el año anterior. El incremento de Ps. 198.7 millones fue impulsado por iniciativas exitosas de *go-to-market* y visibilidad en el punto de venta, por lanzamientos e innovación de productos, así como a una mayor base de puntos de venta resultando de nuevas relaciones firmadas con clientes clave en la región. Brasil y Centroamérica alcanzaron crecimientos de doble dígito, impulsando el crecimiento de la región. Lo anterior, fue parcialmente contrarrestado por la hiperinflación en Argentina y el tipo de cambio en ciertos mercados en los que Genomma tiene presencia, incluyendo Argentina, Colombia, Brasil, Uruguay y Paraguay.

El EBITDA del segundo trimestre de 2019 alcanzó Ps. 354.2 millones, comparado con Ps. 347.5 millones para el mismo periodo de 2018. El margen EBITDA del trimestre cerró en 23.5%; una caída de 300 puntos base comparado con un margen EBITDA de 26.5% en el segundo trimestre de 2018. Esto se debe a la depreciación de la moneda local y la hiperinflación en Argentina, y en menor medida, a los gastos por lanzamientos de productos en Brasil, a las inversiones en investigación de mercado en la mayoría de los mercados y a las iniciativas de publicidad digital y *go-to-market*.

Depreciación Tipo de Cambio



Moneda Local expresada en MXN

	BRL (9.4)%
	CLP (11.5)%
	COP (13.5)%
	UYU (15.3)%
	PYG (11.5)%

Otros Resultados del Estado de Resultados

La Utilidad Bruta incrementó 9.4% para alcanzar Ps. 2,087.96 millones en el segundo trimestre de 2019, comparado con Ps. 1,908.6 millones en el segundo trimestre de 2018. El Margen Bruto del segundo trimestre de 2019 disminuyó 160 puntos base, para cerrar en 63.7%. La contracción en margen bruto fue principalmente resultado de un efecto en la mezcla de ventas, debido a que, ciertos SKUs con mayores costos contribuyeron de manera más significativa a las ventas,

así como al impacto por tipo de cambio en el costo de ventas. En menor medida, la caída en margen bruto se debe al efecto temporal de adquisición de inventarios de materia prima, así como a costos relacionados con la producción en la planta.

Los Gastos Generales, de Venta, Mercadotecnia y Administración, disminuyeron 1.7 puntos porcentuales como porcentaje de ventas, a 43.5%, comparado con un 45.2% para el mismo periodo de 2018. Esta contracción se debe al apalancamiento operativo relacionado con el crecimiento en ventas durante el trimestre.

Utilidad Neta alcanzó Ps. 243.2 millones en el segundo trimestre de 2019, comparado con Ps. 304.3 millones de utilidad neta en el segundo trimestre de 2018. La disminución de Ps. 61.1 millones en utilidad neta se debe principalmente a la caída de Ps. 56.6 millones en Utilidad Antes de Impuestos durante el segundo trimestre de 2019, comparada con el mismo periodo del año anterior, así como a un incremento de Ps. 4.5 millones año contra año en Impuestos a la Utilidad (*ver nota más adelante*).

Resultados No-Operativos

El Resultado Integral de Financiamiento representó una pérdida de Ps. 237.5 millones en el segundo trimestre de 2019, comparado con la pérdida de Ps. 107.8 millones en el segundo trimestre de 2018. Este cambio se atribuye principalmente a: i) una pérdida cambiaria neta de Ps. 70.0 millones en el segundo trimestre de 2019 relacionado con el efecto de conversión por tipo de cambio de las operaciones internacionales; ii) un incremento de Ps. 37.8 millones en la pérdida neta que no afecta el efectivo, relacionada a la posición monetaria en Argentina; iii) un incremento neto de Ps. 16.9 millones en gastos financieros durante el segundo trimestre de 2019; iv) y a una disminución de Ps. 5.0 millones en ingreso financiero durante el segundo trimestre de 2019 en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Los Impuestos a la Utilidad para el segundo trimestre de 2019 alcanzaron Ps. 172.3 millones, comparado con Ps. 167.7 millones durante el mismo periodo de 2018. Al 30 de junio del 2019 no se han cumplido las condiciones precedentes establecidas por la Ley de Impuestos a la Utilidad de Argentina que permite a las compañías la deducción de pérdidas fiscales derivadas de la hiperinflación⁽³⁾, lo que resultó en un incremento temporal de la tasa efectiva reportada en el trimestre.

Balance General

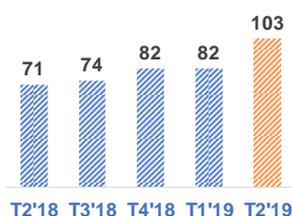
El Capital de Trabajo se ajustó durante el trimestre y el ciclo de conversión de efectivo incrementó de 82 días al final del trimestre pasado a 103 días a fines de junio de 2019:

- **Cuentas por Cobrar** alcanzaron Ps. 3,469.5 millones al 30 de junio de 2019. Los días de cuentas por cobrar alcanzaron 102 días; un incremento de 13 días comparado con el primer trimestre de 2019.

(3) La Ley 27.468 de Argentina introdujo cambios a la Ley del Impuesto a la Utilidad para los años fiscales iniciados el 1ero. de enero de 2018. Estos cambios establecen que los ajustes a los impuestos por inflación solo podrán ser aplicados si la inflación en el primer año alcanza 55% (no se ha alcanzado) o, la inflación acumulada excede el 85% para o antes del 31 de diciembre de 2019 o, 100% para el cierre de 2020.

Los Gastos Generales, de Venta, Mercadotecnia y Administración disminuyeron **170 puntos base**

Ciclo de Conversión de Efectivo (Días)



Días de Cuentas por Cobrar

	2T'18	4T'18	2T'19
México	91	105	116
LatAm	79	85	95
E.U.A.	60	51	77
Consolidado	82	89	102

- **Inventarios** alcanzaron Ps. 1,958.5 millones al 30 de junio de 2019. Los días de inventarios alcanzaron 163 días; un incremento de tres días comparado con el 31 de marzo de 2019. Este incremento temporal fue planeado y requerido para mejorar el nivel de servicio como parte de las etapas iniciales del programa S&OP para sincronizar todas las funciones en la organización.
- **Proveedores** alcanzaron Ps. 1,946.1 millones al 30 de junio de 2019. Al segundo trimestre de 2019, los días de proveedores incrementaron a 162 días, de 159 días al 31 de diciembre de 2018. Esto también formo parte de las etapas iniciales del programa S&OP.

Activos Fijos. La Compañía invirtió Ps. 80.8 millones en los tres meses que terminaron el 30 de junio de 2019, principalmente relacionados a la construcción de la nueva planta de manufactura ubicada en el Estado de México.

Impuestos por Recuperar, principalmente de IVA. La posición incrementó Ps. 49.5 millones durante los primeros seis meses de 2019.

Deuda Financiera Neta incrementó durante el trimestre debido a las inversiones para la nueva planta y a la recompra de acciones:

- **Efectivo y Equivalentes** alcanzaron Ps. 1,214.2 millones al 30 de junio de 2019, lo que representó un incremento de 2.3%.
- **Deuda Bruta Financiera** alcanzó Ps. 6,040.3 millones al 30 de junio de 2019, comparado con Ps. 4,919.1 millones en junio de 2018, lo que representó un incremento de Ps. 1,121.3 millones año contra año. El incremento de 22.8% en deuda bruta financiera se debe principalmente a inversiones realizadas durante los últimos doce meses en la nueva planta de manufactura de la Compañía.
- **Deuda Neta Financiera** alcanzó Ps. 4,826.2 millones; un incremento de Ps. 1,094.0 millones comparado con junio de 2018. La deuda a largo plazo de la Compañía representó 64.4% de la deuda total al cierre de junio de 2019.

Programa de Recompra de Acciones. Durante los tres meses que terminaron el 30 de junio de 2019, la Compañía recompró 772,677 acciones, por un monto total de Ps. 12.1 millones.

Flujo Libre de Efectivo de Operaciones. Excluyendo las inversiones en la nueva planta de manufactura, el flujo libre de efectivo hubiera alcanzado Ps. 138.2 millones para los primeros seis meses de 2019. La mayoría del flujo de efectivo generado fue invertido de la planta y en capital de trabajo para soportar el crecimiento futuro.

Métricas Financieras

	2T-2019
EBITDA / Intereses Pagados	3.92x
Deuda Neta / EBITDA	2.00x

Efectivo y Equivalentes alcanzaron **Ps. 1,214.2 millones** al 30 de junio de 2019

Un balance total de **34,567,322 acciones** en el **Programa de Recompra** al 30 de junio de 2019

CONFERENCIA DE RESULTADOS

Jueves 25 de julio de 2019

12:00 p.m. ET /

11:00 a.m. CST

Participantes:

Jorge Brake

CEO

Antonio Zamora

CFO

Enrique González

IRO

Webcast:

[Conferencia de Resultados
2T'19 Genomma Lab](#)

Para participar,
favor de llamar:

Estados Unidos:

+1 877-407-8031

Internacional:

+1 201-689-8031

2T-2019 Eventos Relevantes

Planta de Manufactura

- [Planta de Manufactura de Genomma Recibe Licencia Sanitaria por COFEPRIS \(julio 15, 2019\)](#)

Calificación de Corto Plazo para Deuda Corporativa

- **Fitch Ratings** asignó la calificación **F1+(mex)'** y **HR Ratings** asignó la calificación **HR1** para emisiones de corto plazo nacionales para Genomma Lab. Estas calificaciones son el reflejo de una capacidad fortalecida para pagar en 12 meses los compromisos de deuda adquiridos.

Impacto por Adopción de Nuevas Normas Contables

- [Impacto de Nuevas Normas de Contabilidad \(abril 29, 2019\)](#)
- [Re-emisión de Estados Financieros 2018 \(mayo 1, 2019\)](#)

Cobertura de Análisis

Al 30 de junio de 2018, LAB B cuenta con 15 coberturas: Casa de Bolsa Credit Suisse; Banco Itaú BBA; Santander Investment Securities; BBVA Bancomer.; UBS Casa de Bolsa; Vector Casa de Bolsa; Barclays Bank; BTG Pactual US Capital; GBM Grupo Bursátil Mexicano.; Grupo Financiero Banorte; HSBC Securities (USA); Invex Grupo Financiero; Bradesco BBI, Actinver Casa de Bolsa y JP Morgan Securities.

Descripción de la Compañía

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

Las acciones de Genomma Lab cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores bajo el símbolo de cotización **"LABB"** (Bloomberg: **LABB.MM**).



Información sobre estimaciones y riesgos asociados

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

Información de Contacto:

Enrique González Casillas +52 (55) 5081 0075
inversion@genommalab.com

Bárbara Cano +1 (646) 452 23 34
barbara@inspirgroup.com

GENOMMA LAB INTERNACIONAL, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO

Para los tres y seis meses terminados el 30 de junio de 2019 y 2018

Miles de pesos mexicanos	SEGUNDO TRIMESTRE					ACUMULADO				
	2019	%Ventas	2018	%Ventas	Var %	2019	%Ventas	2018	%Ventas	Var %
Ingresos - Netos	3,277,463	100.0%	2,924,736	100.0%	12.1%	6,415,314	100.0%	5,935,526	100.0%	8.1%
Costo de ventas	1,189,592	36.3%	1,016,095	34.7%	17.1%	2,305,338	35.9%	1,998,028	33.7%	15.4%
Utilidad bruta	2,087,871	63.7%	1,908,641	65.3%	9.4%	4,109,976	64.1%	3,937,498	66.3%	4.4%
Gastos de venta y administración	1,424,303	43.5%	1,321,845	45.2%	7.8%	2,833,428	44.2%	2,705,031	45.6%	4.7%
Otros (ingresos) gastos	(3,949)	(0.1)%	(4,235)	(0.1)%	(6.8)%	(15,145)	(0.2)%	(25,300)	(0.4)%	(40.1)%
EBITDA	667,517	20.4%	591,031	20.2%	12.9%	1,291,693	20.1%	1,257,767	21.2%	2.7%
Depreciación y amortización	34,234	1.0%	16,591	0.6%	106.3%	61,294	1.0%	32,785	0.6%	87.0%
Utilidad de operación	633,283	19.3%	574,440	19.6%	10.2%	1,230,399	19.2%	1,224,982	20.6%	0.4%
Gastos financieros	(142,288)	(4.3)%	(125,357)	(4.3)%	13.5%	(304,505)	(4.7)%	(244,235)	(4.1)%	24.7%
Ingresos financieros	6,430	0.2%	11,404	0.4%	(43.6)%	14,574	0.2%	19,567	0.3%	(25.5)%
Ganancia cambiaria	(41,309)	(1.3)%	28,723	1.0%	(243.8)%	(86,825)	(1.4)%	(13,807)	(0.2)%	528.8%
Pérdida por posición monetaria en subsidiaria inflacionaria	(60,374)	(1.8)%	(22,553)	(0.8)%		(98,201)	(1.5)%	(36,187)	(0.6)%	
Resultado integral de financiamiento	(237,541)	(7.2)%	(107,783)	(3.7)%	120.4%	(474,957)	(7.4)%	(274,662)	(4.6)%	72.9%
Participación en la utilidad de asociadas	19,702	0.6%	5,319	0.2%	270.4%	29,864	0.5%	16,095	0.3%	85.5%
Utilidad antes de impuestos	415,444	12.7%	471,976	16.1%	(12.0)%	785,306	12.2%	966,415	16.3%	(18.7)%
Impuestos a la utilidad	172,269	5.3%	167,725	5.7%	2.7%	289,870	4.5%	286,471	4.8%	1.2%
Utilidad neta consolidada	243,175	7.4%	304,251	10.4%	(20.1)%	495,436	7.7%	679,944	11.5%	(27.1)%

GENOMMA LAB INTERNACIONAL, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Miles de pesos mexicanos	Al 30 de junio de		Al 31 de diciembre de
	2019	2018	2018
ACTIVO			
Activos circulantes			
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,214,160	1,186,892	1,414,641
Clientes - Neto	3,469,504	2,711,302	2,923,135
IVA por recuperar	1,636,624	1,580,348	1,587,097
Otras cuentas por cobrar*	1,246,481	974,398	808,944
Inventarios - Neto	1,958,495	1,130,732	1,697,032
Pagos anticipados	954,453	871,060	566,715
Total de activos circulantes	10,479,717	8,454,732	8,997,564
Activos no circulantes			
Marcas, patentes y otros	4,823,098	4,920,938	4,858,774
Inversión en acciones	1,585,698	1,488,900	1,555,834
Inmuebles, propiedades y equipo - Neto	1,760,761	858,704	1,870,234
Impuestos a la utilidad diferidos, activos diferidos y ot	763,048	652,097	794,851
Total de activos no circulantes	8,932,605	7,920,639	9,079,693
TOTAL	19,412,322	16,375,371	18,077,257
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE			
Pasivos circulantes			
Porción circulante de la deuda a largo plazo	2,150,196	426,022	676,022
Proveedores	1,946,071	1,257,697	1,774,441
Otros pasivos circulantes	2,093,249	1,760,344	1,866,678
Impuesto sobre la renta	114,676	203,576	168,177
Total de pasivos circulantes	6,304,192	3,647,639	4,485,318
Pasivos no circulantes			
Créditos bursátiles	2,434,328	3,923,998	3,928,961
Préstamos bancarios a largo plazo	1,455,800	569,044	1,268,389
Impuestos a la utilidad diferidos y otros pasivos a larg	496,801	193,982	166,770
Dividendos por pagar	800,000	800,000	800,000
Total pasivos	11,491,121	9,134,663	10,649,438
Capital contable			
Capital social	1,914,306	1,914,306	1,914,306
Utilidades retenidas	7,365,773	6,226,459	6,806,180
Efectos de conversión de entidades extranjeras	18,147	297,822	27,606
Recompra de acciones - neto	(1,377,025)	(1,197,879)	(1,320,273)
Total del capital contable	7,921,201	7,240,708	7,427,819
TOTAL	19,412,322	16,375,371	18,077,257

*Incluye depósitos en garantía, impuestos diferidos, proyectos de inversión, registros sanitarios y licencias.

GENOMMA LAB INTERNACIONAL, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO CONSOLIDADO

Para los tres meses terminados el 30 de junio de

Miles de pesos mexicanos	2T-2019
<i>Efectivo al inicio del período</i>	1,401,542
<i>Utilidad neta consolidada</i>	243,175
<i>Cargos a resultados sin flujo de efectivo:</i>	
Depreciación y amortización	33,930
Impuestos a la utilidad	172,270
Intereses devengados y otros	154,784
	604,159
<i>Partidas relacionadas con actividades de operación:</i>	
Cuentas por cobrar a clientes	(282,524)
Inventarios	(105,954)
Proveedores	(61,154)
Otros activos circulantes	(58,768)
Impuestos a la utilidad pagados	(193,830)
Otros pasivos circulantes	74,299
	(592,591)
<i>Flujos netos de efectivo de actividades de operación</i>	11,568
<i>Actividades de inversión:</i>	
Adquisición de inmuebles, propiedades y equipo	(135,931)
Ventas de equipo	10,273
Intereses cobrados	6,429
Otros activos	(126)
	(119,355)
<i>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión</i>	(119,355)
<i>Actividades de financiamiento:</i>	
Pagos de préstamos de instituciones financieras y bursátiles	(269,006)
Préstamos obtenidos de instituciones financieras y bursátiles	300,000
Intereses pagados	(141,524)
Recompra de acciones	(12,043)
	(122,573)
<i>Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento</i>	(122,573)
<i>Aumento (disminución) neta de efectivo y equivalentes de efectivo</i>	(230,360)
Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio	42,978
<i>Flujo de efectivo acumulado al cierre del período</i>	1,214,160
Menos fondo restringido	22,419
<i>Efectivo y equivalentes de efectivo al final del período</i>	1,191,741