

INFORMACIÓN RELEVANTE

Ventas Netas del 4T-2019

crecieron

Ps. 139.2 millones;
+4.5% año contra año

El margen EBITDA para

4T-2019 alcanzó **20.3%**,
una expansión de
170 pbs año contra año

Ventas Netas a 12M 2019

crecieron

Ps. 961.5 millones;
+8.2% año contra año

BMV: LAB B

mejor rendimiento en 2019
del Índice S&P/BMV IPC

Las Inversiones de Capital

en la Planta de Manufactura
al 31 de diciembre de 2019,
alcanzaron

Ps. 625.6 millones.

Genomma Lab Internacional Reporta Resultados del Cuarto Trimestre y Año Completo 2019

Ciudad de México, 26 de febrero de 2020 – **Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. (BMV: LAB B)** (“Genomma Lab” o “la Compañía”), da a conocer los resultados correspondientes al cuarto trimestre y año completo terminado el 31 de diciembre 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 de cada periodo en 2019, comparado con el mismo periodo de 2018:

	4T 2019	% Ventas	4T 2018	% Ventas	Var. %
Ventas Netas	3,263.3	100.0%	3,124.1	100.0%	4.5%
Utilidad Bruta	2,058.1	63.1%	2,007.3	64.3%	2.5%
Utilidad de Operación	623.1	19.1%	552.0	17.7%	12.9%
EBITDA⁽¹⁾	662.4	20.3%	580.7	18.6%	14.1%
Utilidad Neta	257.9	7.9%	205.8	6.6%	25.3%

	12M 2019	% Ventas	12M 2018	% Ventas	Var. %
Ventas Netas	12,755.9	100.0%	11,794.4	100.0%	8.2%
Utilidad Bruta	8,130.1	63.7%	7,764.7	65.8%	4.7%
Utilidad de Operación	2,435.0	19.1%	2,301.1	19.5%	5.8%
EBITDA⁽¹⁾	2,571.2	20.2%	2,378.4	20.2%	8.1%
Utilidad Neta	986.7	7.7%	1,109.5	9.4%	(11.1)%

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: "2019 se caracterizó por tener grandes desafíos, logros y nuevas oportunidades para Genomma Lab. Comenzamos el año con la implementación del plan estratégico de Genomma, encabezado por cuatro pilares, los cuales han mejorado y fortalecido de manera significativa nuestro modelo de negocio, logrando así grandes resultados y mostrando un fuerte compromiso en toda la organización." **Y añadió:** "Para 2020 estimamos nuevos retos y oportunidades que nos permitan expandir nuestro alcance para seguir impulsando nuestro crecimiento futuro, aprovechando nuestro sólido portafolio de productos y la capacidad de innovación, sin dejar de lado nuestras ventajas competitivas en mercadotecnia y cadena de suministro que nos caracterizan como Compañía. Mantendremos nuestro enfoque en el crecimiento, el desempeño operativo y nuestra gente, para crear aún más valor para nuestros socios, empleados e inversionistas".

INFORMACIÓN CLAVE

% Ventas por segmento Año Completo 2019:

 OTC 48.1%

 PC 51.9%



Revie®

Adicionales PDV con la expansión de la marca en nuevas cadenas minoristas en **Brasil**

Resumen Corporativo

2019 fue un año significativo para Genomma Lab, ya que se mostraron sólidos avances y logros importantes alineados con los cuatro pilares de nuestra renovada estrategia para llevar a Genomma al siguiente nivel. Estos pilares son: Innovación de Producto y Optimización del Portafolio, Perfecta Ejecución del “go-to-market”, Cadena de Suministro de Clase Mundial y una sólida Cultura Corporativa. A pesar de diversos factores externos adversos en el año, las ventas netas de 2019 alcanzaron Ps. 12,755.9 millones; un crecimiento de 8.2% contra 2018, convirtiéndose en el crecimiento anual más significativo de los últimos 6 años. Las ventas netas del Cuarto Trimestre de 2019 alcanzaron Ps. 3,263.3 millones; una expansión del 4.5% año contra año, lo que refleja la tendencia positiva de todo 2019 a pesar de factores externos tales como, entorno macroeconómico y político adverso, así como impactos negativos por tipo de cambio en toda la región.

Asimismo, el margen EBITDA de 2019 alcanzó 20.2%, manteniendo los niveles de rentabilidad proyectados para el año. El Margen EBITDA del Cuarto Trimestre 2019 cerró en 20.3%, un aumento de 170 pbs en comparación con el mismo período del año anterior. Exitosas iniciativas implementadas a lo largo de 2019, fueron piezas fundamentales del crecimiento alcanzado y, un reflejado de la estabilidad financiera.

Los desafíos macroeconómicos e inestabilidad sociopolítica en algunos de los países en los que opera la Compañía, contrarrestaron el crecimiento en ventas y rentabilidad. Sin embargo, la excelencia en la capacidad de ejecución a lo largo de toda la operación y la exitosa implementación de la nueva estrategia de crecimiento, ayudaron a contener dichos impactos. A continuación, la actualización sobre el progreso del plan estratégico y sus 4 pilares durante el trimestre:

Innovación de Producto y Optimización del Portafolio

Durante el trimestre, Genomma continuó ejecutando iniciativas enfocadas en la innovación y optimización de todo el portafolio de productos en México y América Latina. Este enfoque, respaldado por una disciplina en la operación, dio lugar a importantes extensiones de línea, desarrollos y lanzamientos de nuevos productos que contribuyeron al fortalecimiento del portafolio. Entre otros destacan: *Tuko® Miel*, *Cicatricure® Gold Lift*, *Allivix®*, *Teatrical®*, *Suerox®*, *Tio Nacho®*, *Vanart®* y *Revie®* así como el acuerdo de licencia exclusiva para comercializar toda la gama de productos de nutrición infantil bajo las marcas de *Novamil®* y *Novalac®* en México.

Adicionalmente, la marca *Bufferin®*, adquirida en 2018, fue relanzada a finales de año en los Estados Unidos con una nueva y mejorada presentación. Este importante relanzamiento es un reflejo de la nueva estrategia de Genomma en Estados Unidos, que incluye una reestructuración integral del modelo de negocio para incrementar la presencia y, al mismo tiempo, hacer más eficiente la manera en que nos acercamos al consumidor. La marca *Bufferin®* combina los beneficios de la aspirina con tres agentes mitigadores, lo que lo hace más suave para el estómago.



Visibilidad en el Punto de Venta
Estrategia en el punto de venta para incrementar el número de consumidores



Actualización SAP S/4 HANA
Con nuevas herramientas y módulos enfocados en Planeación de la Demanda



Temporada Invernal
Con una fuerte ejecución en visibilidad y mercadotecnia

Marketing y Ejecución Perfecta del Go-to-market

Genomma continuó fortaleciendo su estrategia de mercadotecnia y su impacto en el punto de venta, reforzando la publicidad para la temporada invernal, entre otras iniciativas. El incremento de puntos de venta y oferta del portafolio de Genomma en el canal de venta informal continuó durante el cuarto trimestre de 2019, resultando en una tendencia positiva en ventas para este canal en México; esta estrategia comenzará a expandirse a otros países donde Genomma tiene presencia.

Adicionalmente, durante el segundo semestre de 2019 Genomma lanzó su estrategia de comunicación digital en redes sociales. La cuenta de Instagram, [@genomma](https://www.instagram.com/genomma), alcanzó más de 2.3 millones de seguidores al cierre de 2019, impulsado por una estrategia para mejorar la salud y el bienestar de nuestros seguidores a través de consejos compartidos por importantes “influencers” en Latinoamérica.

Cadena de Suministro de Clase Mundial

La cadena de suministro para Genomma es un pilar clave del nuevo modelo de negocio. El enfoque de mantener los niveles más altos de servicio y “fill-rate” continuó durante el cuarto trimestre de 2019, asegurando que los productos y marcas del portafolio alcanzaran al mayor número de consumidores. Como parte de este proceso evolutivo, la Compañía actualizó sin contratiempos su sistema de gestión ERP “SAP S/4HANA” en 2019, con nuevas herramientas y módulos para mejorar la planificación de la demanda, distribución y logística.

Estas actualizaciones del sistema permiten la mejor capacidad de su tipo, ya que proporcionará soporte a las inversiones realizadas en la nueva planta. La fase de aprobación para obtener las certificaciones GMP para la planta OTC por parte de la autoridad gubernamental en México está progresando considerando las condiciones regulatorias actuales.

Cultura Corporativa y Organización

El cuarto pilar de Genomma se centra en una cultura y organización corporativa ganadora. Durante el año, se implementó una nueva estructura de gestión regional en las operaciones de Genomma, fusionando los países en “clusters regionales”. La nueva estructura consta de cinco grupos: Estados Unidos, México y Centroamérica, Región Andina (Colombia, Ecuador, Perú), Brasil y Cono Sur (Argentina, Bolivia Chile, Paraguay y Uruguay). Esta nueva estructura permitirá a la Compañía compartir las mejores prácticas y eliminar las operaciones innecesarias.

México

Para México, tanto en ventas como en EBITDA, el cuarto trimestre 2019 continuó con un sólido desempeño, alcanzando un crecimiento en ventas de 11.6% para cerrar en 1,318.3 millones de pesos y un margen EBITDA de 19.8%, lo que se traduce en una expansión de 515 puntos base contra el cuarto trimestre de 2018. La ejecución de la estrategia de crecimiento en México soporta los resultados positivos en donde, se resalta el éxito de las iniciativas de innovación y optimización del portafolio, así como

la creciente visibilidad de marca en los puntos de venta y al incremento en el número de estos mismos.



Bufferin®

Relanzamiento en el mercado de EE. UU.

EE. UU.

Durante el trimestre, la Compañía continuó la implementación de la nueva estrategia en Estados Unidos. Al cierre del trimestre, las ventas cayeron en un 8.0% principalmente como resultado de la reconfiguración del portafolio y de los puntos de venta para poder ejecutar sobre la nueva estrategia y, en menor medida, como resultado de la apreciación del peso frente al dólar. El margen EBITDA se contrajo en 9.9 puntos porcentuales año contra año. La Compañía confía en que el nuevo acercamiento al mercado, con un enfoque específico en estados clave, un nuevo equipo de administración especializado en esos mercados y sus consumidores, así como con un portafolio de marcas ampliado y renovado, brindará en el corto plazo, un crecimiento sostenido.



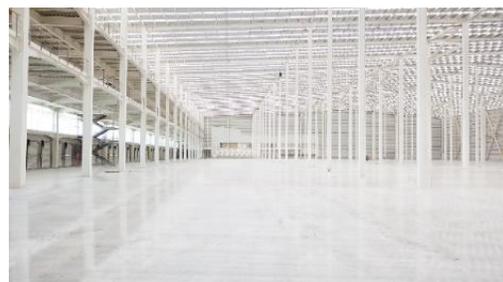
Tio Nacho® Anti-Daño

Extensión de línea para el Mercado en Argentina

América Latina

Las ventas en el cuarto trimestre de 2019 para las operaciones de Genomma en América Latina fueron de Ps. 1,636.6 millones; un aumento de 1.8% contra 2018. El crecimiento en ventas se atribuyó principalmente a la ejecución de las nuevas estrategias e iniciativas de productos de Genomma, y a nivel del margen EBITDA, Genomma fue capaz de capturar oportunidades y eficiencias en la región cerrando el año con una expansión de 140 pbs año contra año. Estos efectos positivos se vieron afectados por el entorno macroeconómico y social de la región y, en menor medida, por la depreciación de las monedas locales.

Nueva Planta de Manufactura



Planta de Manufactura PC

Inicia el proceso de preinstalación para la línea de shampoo y bebidas

Resultados Consolidados Año Completo 2019

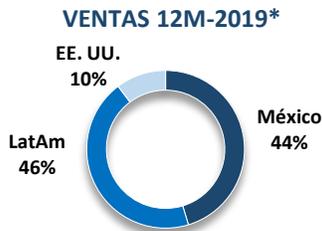
Las Ventas Netas del Año Completo 2019 alcanzaron Ps. 12,755.9 millones; un aumento del 8.2% en comparación con el mismo período de 2018. Este incremento se debe principalmente a la implementación de la nueva estrategia de crecimiento de Genomma. La mejora en los niveles de “sell-out”, el aumento en el número de puntos de venta, las estrategias de comercialización implementadas, así como las campañas de publicidad y mercadotecnia fueron factores clave para el crecimiento de las ventas, sin mencionar las iniciativas de innovación de productos y el aumento de las ventas de productos de temporada. Las ventas en el año se vieron parcialmente afectadas por los efectos negativos en la situación macroeconómica, político social y de tipo de cambio en la región.

El EBITDA del Año Completo 2019 fue de Ps. 2,571.2 millones, en comparación con Ps. 2,406.5 millones en 2018. El margen EBITDA de 2019 alcanzó 20.2%. Lo anterior, es el resultado del efecto de apalancamiento operativo sobre los gastos fijos debido al crecimiento alcanzado, así como a los efectos positivos asociados con la ejecución de la nueva estrategia de la Compañía. Estos efectos fueron parcialmente impactados de forma negativa por el costo de venta debido al aumento de las ventas de productos de bajo margen, así como a los gastos extraordinarios contabilizados durante el año, incluidos los gastos preoperativos de la nueva planta, e inversiones asignadas al lanzamientos de nuevos productos, estrategias de innovación, iniciativas de comercialización y a nuevas plataformas digitales y operativas para impulsar el crecimiento de la Compañía.

Resultados Consolidados 4T-2019

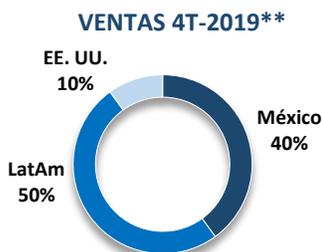
Ventas Netas del Cuarto Trimestre 2019 alcanzaron Ps. 3,263.2 millones; un aumento de 4.5% comparado con el mismo período de 2018. El crecimiento de las ventas para el trimestre se debe principalmente a exitosas estrategias de comercialización en punto de venta, implementadas en todas las regiones, así como a campañas exitosas de publicidad y marketing para mejorar las ventas en las operaciones de la Compañía para México y Latinoamérica. En menor medida, las ventas fueron apoyadas por iniciativas de innovación de productos y al aumento de ventas de productos de temporada. Esto permitió a la Compañía compensar el impacto negativo regional por variaciones en tipo de cambio.

EBITDA del Cuarto Trimestre 2019 alcanzó 662.4 millones, en comparación con los Ps. 580.7 millones de 2018. El margen EBITDA del cuarto trimestre de 2019 cerró en 20.3%. La mejora de 170 pbs en el margen es resultado del efecto de apalancamiento operativo sobre los gastos fijos debido al crecimiento en ventas logrado durante el trimestre, así como a la ejecución de la nueva estrategia de la Compañía. Estos efectos positivos fueron parcialmente afectados por las variaciones del tipo de cambio que impactan en el costo de venta, al aumento de las ventas de productos de menor margen, así como a los gastos extraordinarios realizados a lo largo del trimestre, incluyendo los Ps. 31.5 millones en gastos pre operativos para la nueva planta.



*Porcentaje de Ventas Consolidadas de los 12 meses de 2019.

EBITDA 12M 2019
incrementó
Ps. 192.8 millones,
año contra año



**Porcentaje de Ventas Consolidadas de los últimos 3 meses de 2019.

Ventas por Categoría y Región

(En millones de Pesos mexicanos)

	Libre Venta (OTC)			Cuidado Personal (PC)			Total		
	4T2018	4T2019	% Var.	4T2018	4T2019	% Var.	4T2018	4T2019	% Var.
México	757.4	791.0	4.4%	423.7	527.3	24.5%	1,181.1	1,318.3	11.6%
LatAm	703.6	597.1	(15.1)%	904.4	1,039.5	14.9%	1,608.0	1,636.6	1.8%
EE. UU.	189.7	178.7	(5.8)%	145.4	129.6	(10.9)%	335.1	308.3	(8.0)%
Total	1,650.7	1,566.8	(5.1)%	1,473.5	1,696.4	15.1%	3,124.2	3,263.2	4.4%

	Libre Venta (OTC)			Cuidado Personal (PC)			Total		
	2018	2019	% Var.	2018	2019	% Var.	2018	2019	% Var.
México	2,940.3	3,263.0	11.0%	1,967.2	2,349.5	19.4%	4,907.5	5,612.5	14.4%
LatAm	2,137.2	2,086.3	(2.4)%	3,386.7	3,746.7	10.6%	5,523.9	5,833.0	5.6%
EE. UU.	766.3	792.3	3.4%	596.7	518.1	(13.2)%	1,363.0	1,310.4	(3.9)%
Total	5,843.8	6,141.6	5.1%	5,950.6	6,614.3	11.2%	11,794.4	12,755.9	8.2%

Resultados por Región 4T-2019

México

Las Ventas Netas para el cuarto trimestre de 2019 alcanzaron Ps. 1.318.3 millones; un aumento de 11.6% año contra año. El aumento de Ps. 137.2 millones se debió a la mejora en las iniciativas de visibilidad en puntos de venta, así como al efecto por la operación del nuevo sistema S&OP para planeación de la demanda y a puntos de venta adicionales debido a los nuevos clientes de Genomma, y por el incremento en la presencia dentro del canal de ventas tradicional. Este incremento en ventas también fue positivo por los resultados de la estrategia de reconfiguración del portafolio de la Compañía, que extiende el alcance de ciertas marcas a una base de consumidores más amplia, así como a nuevas iniciativas de marketing para algunas marcas clave y al efecto positivo por las ventas de la temporada invernal.

El EBITDA del trimestre alcanzó Ps. 261.3 millones; un margen de 19.8% y una expansión de 515 pbs. La mejora del margen EBITDA en el cuarto trimestre de 2019 se debió al apalancamiento operativo asociado con el crecimiento de doble dígito en las ventas, así como el ahorro por eficiencias operativas logradas durante el trimestre. Esto fue parcialmente compensado por los gastos asociados con los procesos de preproducción y pre operación relacionados con la nueva planta de manufactura.

EE. UU.

Las ventas netas del cuarto trimestre de 2019 en Estados Unidos disminuyeron un 8.0%, a Ps. 308.3 millones. La disminución de las ventas durante el trimestre se vio parcialmente afectada por la reconfiguración del portafolio y las operaciones en la región. En menor medida, las ventas se vieron afectadas negativamente como resultado de la apreciación del peso mexicano en relación con el dólar estadounidense. Asimismo, algunas cadenas de farmacias sufrieron una caída en el tráfico de consumidores por la presión de los nuevos canales de venta operados por gigantes digitales.

MÉXICO

Ventas (MXN): 1.318.3 millones

Margen EBITDA: 19.8%

EE. UU.

Ventas (MXN): 308.3 millones

Margen EBITDA: 7.7%

El EBITDA del trimestre alcanzó Ps. 23.6 millones; un decremento de Ps. 35.4 millones año contra año. El margen EBITDA para el trimestre se contrajo 9.9 puntos porcentuales en comparación con 2018. Esta contracción en el margen es el resultado de inversiones no recurrentes en iniciativas de visibilidad, que a su vez respaldan el lanzamiento de nuevos productos. Adicionalmente, las inversiones en marketing digital, investigación de mercado de plataformas digitales, “influencers” en redes sociales y en plataformas con información de los consumidores, que permitieron a la Compañía obtener una comprensión profunda de los diferentes datos demográficos de los consumidores de EE. UU., y fortalecer la estrategia en el país.

América Latina

Las ventas netas del trimestre aumentaron un 1.8% o Ps. 1,636.6 millones comparado con 2018. Expresado en moneda local, las ventas netas aumentaron doble dígito año contra año. Las iniciativas en comercialización, una mayor visibilidad en el punto de venta, los lanzamientos de productos innovadores, así como una mayor base de puntos de venta como resultado de nuevas relaciones con importantes minoristas, impulsaron el crecimiento y ayudaron a compensar parcialmente los impactos por hiperinflación y tipo de cambio en Argentina y otros mercados de la región. Durante el trimestre, Brasil, Ecuador, Uruguay y Centroamérica alcanzaron resultados sobresalientes, mismos que fueron contrarrestados por el impacto negativo de las operaciones en Chile, Colombia y Bolivia debido a los disturbios político sociales que tuvieron lugar durante el trimestre.

El EBITDA del cuarto trimestre de 2019 alcanzó Ps. 377.5 millones, en comparación con Ps. 347.8 millones para el mismo período en 2018. El margen EBITDA del trimestre cerró en 23.1%; una expansión de 140 pbs en comparación con 2018. La mejora en el margen se produjo por el efecto positivo del crecimiento de doble dígito en las operaciones que tienen márgenes más altos y, en menor medida, a las oportunidades y eficiencias realizadas durante el período. El crecimiento del EBITDA se vio negativamente compensado por la depreciación de la moneda local en algunos de los mercados donde opera Genomma.

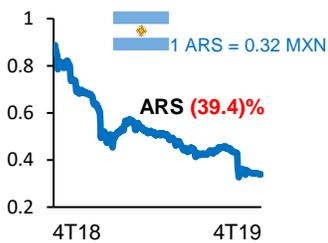
Otros Resultados del Estado de Resultados 4T-2019

La utilidad Bruta incrementó 2.5% para cerrar en Ps. 2,058.1 millones en el cuarto trimestre de 2019, comparado con Ps. 2,007.3 millones de 2018. El Margen Bruto disminuyó 120 puntos base, para cerrar en 63.1%. La contracción en margen bruto fue principalmente resultado de un efecto en la mezcla de ventas, debido a que, ciertos productos de mayor costo contribuyeron de manera más significativa a las ventas del trimestre, y en menor medida, a un incremento en costos asociados al impacto por tipo de cambio al consolidar las diferentes monedas, las cuales se depreciaron durante el trimestre.

AMÉRICA LATINA

Ventas (MXN): 1,636.6 millones
Margen EBITDA: 23.1%

Depreciación tipos de cambio



Moneda Local expresada en MXN



Los Gastos Generales, de Venta, Mercadotecnia y Administración disminuyeron **73.3 millones** año contra año

Los Gastos Generales, de Venta, Mercadotecnia y Administración, disminuyeron 430 puntos base como porcentaje de ventas, a 44.0%, comparado con un 48.3% para el mismo periodo de 2018. Esta disminución del margen se debe al apalancamiento operativo relacionado con el crecimiento en ventas durante el trimestre y a un continuo enfoque en el control de gastos por parte de la Compañía.

Utilidad Neta alcanzó Ps. 257.9 millones en el cuarto trimestre de 2019, comparado con Ps. 205.8 millones de utilidad neta mayoritaria en el cuarto trimestre de 2018. El aumento de Ps. 52.1 millones en utilidad neta se debe principalmente a una mayor utilidad antes de impuestos comparada al mismo periodo del año pasado.

Resultado No-Operativo 4T-2019

El Resultado Integral de Financiamiento representó un gasto de Ps. 257.6 millones en el cuarto trimestre de 2019, comparado con Ps. 106.0 millones de 2018. La variación negativa de 151.6 millones se debe principalmente a: i) una variación negativa neta de Ps. 130.3 millones en el resultado cambiario durante el cuarto trimestre de 2019, en comparación con una ganancia de Ps. 93.9 millones de 2018; ii) un incremento de Ps. 41.6 millones en la pérdida relacionada a la posición monetaria en Argentina en comparación con la pérdida de Ps. 45.5 millones del año anterior; iii) un decremento neto de Ps. 0.77 millones en ingresos financieros durante el cuarto trimestre de 2019. Esto fue positivamente compensado por una disminución de Ps. 21.1 millones en el gasto financiero durante el cuarto trimestre de 2019 en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Los Impuestos a la Utilidad para el cuarto trimestre de 2019 alcanzaron Ps. 126.1 millones, comparado con Ps. 270.2 millones durante el cuarto trimestre del 2018.

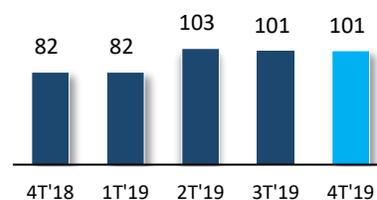
Días de Cuentas por Cobrar (Clientes)

	4T18	3T19	4T19
México	105	104	118
Latinoamérica	85	91	86
EE. UU.	51	70	73
Consolidado	89	95	99

Posición Financiera

El Capital de Trabajo se mantuvo controlado durante el trimestre resultado de un ciclo de conversión de efectivo estable cerrando en 101 días a diciembre de 2019.

Ciclo de Conversión de Efectivo (Días)



- **Cuentas por Cobrar** alcanzaron Ps. 3,496.3 millones al 31 de diciembre de 2019. Los días de cuentas por cobrar alcanzaron 99 días; un incremento de 4 días comparado con el tercer trimestre de 2019.
- **Inventarios** alcanzaron Ps. 1,902.2 millones al 31 de diciembre de 2019. Los días de inventarios alcanzaron 148 días; un decremento de 15 días comparado con el tercer trimestre de 2019 y un decremento de 4 días comparados con el cuarto trimestre de 2018.
- **Proveedores** alcanzaron Ps. 1,870.6 millones al 31 de diciembre de 2019. Al cuarto trimestre de 2019, los días de proveedores disminuyeron a 146 días, de 156 días al 30 de septiembre de 2019.

Activos Fijos. La Compañía invirtió Ps. 245.7 millones en los tres meses que terminaron el 31 de diciembre de 2019, principalmente relacionados a la construcción de la nueva planta de manufactura ubicada en el Estado de México.

Impuestos por Recuperar, principalmente saldos en proceso de recuperar de IVA impuestos a la utilidad. La posición decreció Ps. 30.1 millones al cierre de 2019.

Deuda Financiera Neta incrementó durante el trimestre debido principalmente a las inversiones para la nueva planta de manufactura:

- **Efectivo y Equivalentes** alcanzaron Ps. 922.9 millones al 31 de diciembre de 2019, lo que representó un decremento de 34.8% contra el cierre de 2018.
- **Deuda Bruta Financiera** alcanzó Ps. 6,034.7 millones al 31 de diciembre de 2019, comparado con Ps. 5,873.4 millones en diciembre de 2018, lo que representó un incremento de Ps. 161.3 millones año contra año. La deuda a largo plazo de la Compañía representó 74.3% de la deuda total al cierre de 2019.
- **Deuda Neta Financiera** alcanzó Ps. 5,111.7 millones; un incremento de Ps. 653.0 millones comparado con el 31 de diciembre de 2018.

Programa de Recompra de Acciones. Durante los tres meses que terminaron el 31 de diciembre de 2019, la Compañía vendió 100,000 acciones, representando un ingreso de Ps. 1.9 millones.

Flujo Libre de Efectivo de Operaciones. Excluyendo las inversiones en la nueva planta de manufactura de la Compañía, el flujo libre de efectivo hubiera alcanzado Ps. 790.9 millones para los primeros doce meses de 2019. La mayoría del flujo de efectivo generado durante el año fue invertido en la planta de manufactura de la Compañía.

Ratios Financieros

	4T-2019
EBITDA / Interés Pagados	3.5x
Deuda Neta / EBITDA	2.00x

Un balance total de
36,060,792 acciones
en el **Programa de Recompra**
al 31 de diciembre de 2019

CONFERENCIA DE RESULTADOS

Jueves 27 de febrero de 2020
11:00 a.m. ET /
10:00 a.m. CST

Participantes:

Jorge Luis Brake
Director General

Antonio Zamora

VP Ejecutivo de Administración
y Finanzas

Enrique González

Relación con Inversionistas

Webcast:

[Conferencia de Resultados 4T-
2019 Genomma Lab](#)

**Para participar,
favor de llamar:**

Estados Unidos:
+1 877-407-8031

Internacional:
+1 201-689-8031

4T-2019 Eventos Relevantes

- **Colocación de Ps. 800.0 millones en dos emisiones de deuda bursátil de corto plazo**
Las ofertas fueron sobre suscritas; La emisión se realizó bajo el programa dual Emisor Recurrente

Impacto por Adopción de Nuevas Normas Contables

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

Cobertura de Analistas

Al 26 de febrero de 2020, LAB B cuenta con 14 coberturas: Casa de Bolsa Credit Suisse; Banco Itaú BBA; 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); Actinver Casa de Bolsa, Invex Grupo Financiero, JP Morgan Securities. Y Monex Grupo Financiero.

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, Director de RI
Tel: +52 (55) 5081-0075
investor.relations@genommalab.com

Barbara Cano, InspiR Group
Tel: +1 (646) 452-2334
barbara@inspigroup.com

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

Para los tres y doce meses terminados el 31 de diciembre de 2019 y 2018

<i>Miles de pesos mexicanos</i>	CUARTO TRIMESTRE				ACUMULADO			
	2019	%Ventas	2018	%Ventas	2019	%Ventas	2018	%Ventas
Ingresos - Netos	3,263,274	100.0%	3,124,066	100.0%	12,755,893	100.0%	11,794,419	100.0%
Costo de ventas	1,205,214	36.9%	1,116,775	35.7%	4,625,801	36.3%	4,029,685	34.2%
Utilidad bruta	2,058,060	63.1%	2,007,291	64.3%	8,130,092	63.7%	7,764,734	65.8%
Gastos de venta y administración	1,436,274	44.0%	1,509,617	48.3%	5,616,004	44.0%	5,500,597	46.6%
Otros (ingresos) gastos	(40,617)	(1.2)%	(83,036)	(2.7)%	(57,077)	(0.4)%	(114,217)	(1.0)%
EBITDA	662,403	20.3%	580,710	18.6%	2,571,165	20.2%	2,378,354	20.2%
Depreciación y amortización	39,275	1.2%	28,720	0.9%	136,191	1.1%	77,258	0.7%
Utilidad de operación	623,128	19.1%	551,990	17.7%	2,434,974	19.1%	2,301,096	19.5%
Gastos financieros	(140,274)	(4.3)%	(161,405)	(5.2)%	(606,676)	(4.8)%	(554,634)	(4.7)%
Ingresos financieros	6,186	0.2%	6,954	0.2%	28,775	0.2%	31,769	0.3%
Ganancia cambiaria	(36,428)	(1.1)%	93,918	3.0%	(151,573)	(1.2)%	901	0.0%
Pérdida por posición monetaria en subsidiaria inflacionaria	(87,077)	(2.7)%	(45,485)	(1.5)%	(214,032)	(1.7)%	(79,854)	(0.7)%
Resultado integral de financiamiento	(257,593)	(7.9)%	(106,018)	(3.4)%	(943,506)	(7.4)%	(601,818)	(5.1)%
Participación en la utilidad de asociadas	18,459	0.6%	29,988	1.0%	44,733	0.4%	64,162	0.5%
Utilidad antes de impuestos	383,994	11.8%	475,960	15.2%	1,536,201	12.0%	1,763,440	15.0%
Impuestos a la utilidad	126,112	3.9%	270,162	8.6%	549,495	4.3%	653,975	5.5%
Utilidad neta consolidada	257,882	7.9%	205,798	6.6%	986,706	7.7%	1,109,465	9.4%

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

Para los doce meses terminados el 31 de diciembre de 2019 y 2018 y al 30 de septiembre de 2019

<i>Miles de pesos mexicanos</i>	Al 31 de diciembre de		Al 30 de septiembre de
	2019	2018	2019
ACTIVO			
Activos circulantes			
Efectivo y equivalentes de efectivo	922,946	1,414,641	1,133,191
Clientes - Neto	3,496,266	2,923,135	3,314,220
IVA por recuperar	1,556,986	1,587,097	1,633,237
Otras cuentas por cobrar*	1,430,303	808,944	1,167,803
Inventarios - Neto	1,902,567	1,697,032	2,057,041
Pagos anticipados	681,360	566,715	620,686
Total de activos circulantes	9,990,428	8,997,564	9,926,178
Activos no circulantes			
Marcas, patentes y otros	4,754,093	4,858,774	4,747,335
Inversión en acciones	1,600,702	1,555,834	1,582,108
Inmuebles, propiedades y equipo - Neto	2,200,591	1,870,234	2,063,247
Impuestos a la utilidad diferidos, activos diferidos y ot	786,777	794,851	786,694
Total de activos no circulantes	9,342,163	9,079,693	9,179,384
TOTAL	19,332,591	18,077,257	19,105,562
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE			
Pasivos circulantes			
Deuda a corto plazo y Porción circulante de la deuda a largo plazo	1,550,006	676,022	1,336,062
Proveedores	1,870,566	1,774,441	1,749,237
Otros pasivos circulantes	2,010,186	1,866,678	2,203,715
Impuesto sobre la renta	196,501	168,177	183,872
Total de pasivos circulantes	5,627,259	4,485,318	5,472,886
Pasivos no circulantes			
Créditos bursátiles	2,438,806	3,928,961	2,436,405
Préstamos bancarios a largo plazo	2,045,860	1,268,389	2,185,043
Impuestos a la utilidad diferidos y otros pasivos a larg	175,837	166,770	193,860
Dividendos por pagar	800,000	800,000	800,000
Total pasivos	11,087,762	10,649,438	11,088,194
Capital contable			
Capital social	1,914,306	1,914,306	1,914,306
Utilidades retenidas	7,752,494	6,806,180	7,474,638
Efectos de conversión de entidades extranjeras	(19,891)	27,606	32,401
Recompra de acciones - neto	(1,402,080)	(1,320,273)	(1,403,977)
Total del capital contable	8,244,829	7,427,819	8,017,368
TOTAL	19,332,591	18,077,257	19,105,562

*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 y doce meses terminados el 31 de diciembre de 2019

<i>Miles de pesos mexicanos</i>	4T-2019	2019
<i>Efectivo al inicio del período</i>	1,133,192	1,414,641
<i>Utilidad neta consolidada</i>	257,883	986,706
<i>Cargos a resultados sin flujo de efectivo:</i>		
Depreciación y amortización	39,593	137,462
Impuestos a la utilidad	125,815	549,199
Intereses devengados y otros	138,013	680,808
	561,304	2,354,175
<i>Partidas relacionadas con actividades de operación:</i>		
Cuentas por cobrar a clientes	(353,772)	(744,858)
Impuestos por recuperar	305,055	9,359
Inventarios	6,284	(354,859)
Proveedores	(30,322)	166,928
Otros activos circulantes	(426,643)	(419,358)
Impuestos a la utilidad pagados	(39,925)	(324,475)
Otros pasivos circulantes	257,346	317,240
	(281,977)	(1,350,023)
<i>Flujos netos de efectivo de actividades de operación</i>	279,327	1,004,152
<i>Actividades de inversión:</i>		
Adquisición de inmuebles, propiedades y equipo	(340,735)	(838,857)
Ventas de equipo	1,614	6,349
Otros activos	(31,306)	(14,872)
<i>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión</i>	(370,427)	(847,380)
<i>Actividades de financiamiento:</i>		
Pagos de préstamos de instituciones financieras y bursátiles	(367,669)	(3,437,102)
Préstamos obtenidos de instituciones financieras y bursátiles	441,336	3,587,463
Intereses pagados	(188,981)	(626,455)
Recompra de acciones	-	(90,900)
Venta de acciones recompradas	1,897	6,755
<i>Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento</i>	(14,797)	(56,509)
	(128,214)	(616,748)
<i>Aumento (disminución) neta de efectivo y equivalentes de efectivo</i>	(219,314)	(459,976)
Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio	9,068	(31,719)
<i>Flujo de efectivo acumulado al cierre del período</i>	922,946	922,946
Menos fondo restringido	23,279	23,279
<i>Efectivo y equivalentes de efectivo al final del período</i>	899,667	899,667