

INFORMACIÓN RELEVANTE

Ventas Netas del 1T-2020
 crecieron
Ps. 196.6 millones;
+6.3% año contra año

EBITDA del 1T-2020
 creció **+8.7%**
 con un margen de **+20.3%;**
 una expansión de
+40pbs en el margen
 año contra año

Utilidad Neta del 1T-2020
 Incrementó
Ps. 121.3 millones;
+48.1% año contra año

El indicador de
 apalancamiento
Deuda Neta/EBITDA del
1T-2020 cerró en **1.8x**

**Las Inversiones de
 Capital** para los tres meses
 terminados el 31 de marzo
 de 2020 alcanzaron
Ps. 108.5 millones.

Genomma Lab Internacional Reporta Resultados del Primer Trimestre 2020

Ciudad de México, 22 de abril de 2020 – **Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. (BMV: LAB B)** (“Genomma Lab” o “la Compañía”), hoy anuncia sus resultados para el primer trimestre terminado el 31 de marzo del 2020. 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 mexicanos. El margen para cada cifra representa, la razón a ventas netas y el cambio porcentual del primer trimestre 2020, comparado con el mismo periodo de 2019:

	1T 2020	% Ventas	1T 2019	% Ventas	Var. %
Ventas Netas	3,334.5	100.0%	3,137.9	100.0%	6.3%
Utilidad Bruta	2,061.6	61.8%	2,022.1	64.4%	2.0%
Utilidad de Operación	640.6	19.2%	597.1	19.0%	7.3%
EBITDA⁽¹⁾	678.4	20.3%	624.2	19.9%	8.7%
Utilidad Neta	373.6	11.2%	252.3	8.0%	48.1%

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: “La crisis sin precedentes que estamos viviendo, resultado del virus COVID-19, ha puesto a Genomma Lab ante importantes desafíos, y a su vez ante grandes oportunidades tales como, la de incrementar la producción y distribución de productos con alta demanda, particularmente en las categorías de salud e higiene. La Compañía tiene una larga historia que respalda su capacidad única para adaptarse ágilmente frente a la adversidad e identificar formas nuevas e innovadoras para satisfacer las necesidades y demandas de nuestros consumidores, las cuales evolucionan constantemente.” **Y añadió:** “Nunca he estado tan orgulloso de nuestro equipo Genomma, que ha trabajado incansablemente para satisfacer la demanda de nuestros productos, y a la vez ayudar a las comunidades donde operamos a mantenerse sanos. La sólida posición de nuestra cadena de suministro, sumada a una cultura corporativa revitalizada, refleja la capacidad de nuestra Compañía para actuar con rapidez y agilidad ante las oportunidades que se nos presentan. Como empresa, nuestras principales prioridades son, la salud y bienestar de nuestros empleados y sus familias, así como el de mantener la rentabilidad de nuestro negocio, buscando siempre el mayor retorno de inversión para nuestros accionistas y grupos de interés, al mismo tiempo que contribuimos en mejorar y preservar la salud y bienestar de las personas.”

INFORMACIÓN CLAVE

% Ventas por segmento:

 **OTC 51.0%**

 **PC 49.0%**



XL-3® Gel Antibacterial
Nueva línea de productos
antibacteriales en **México**

Resumen Corporativo

Genomma Lab inició 2020 con un sólido desempeño, sin embargo, rápidamente enfrentó un entorno macro económico y de salud adverso como resultado de la pandemia del virus COVID-19 que ha requerido aplicar medidas de distanciamiento social, así como diversos grados de cuarentena en todo el mundo.

La rápida propagación del virus ha impactado de manera grave las diferentes economías e industrias del mundo, dando como resultado cambios sin precedentes en el comportamiento de consumo, las fuentes de ingresos, el incremento del desempleo, las operaciones de logística y distribución, así como, el desabastecimiento de productos básicos y materias primas. Sin embargo, Genomma con un modelo de negocio único y su capacidad para reaccionar y readaptarse rápidamente a los cambios en los hábitos y la demanda de los consumidores, ha logrado ejecutar diversas estrategias, mitigando así interrupciones en la operación y garantizando la resiliencia de su modelo, y al mismo tiempo, capitalizar importantes oportunidades a corto y largo plazo.

Las ventas netas del primer trimestre de 2020 alcanzaron Ps. 3,334.5 millones; un aumento del 6.3% en comparación con el mismo periodo de 2019, con una expansión de 40pbs en el margen EBITDA. El crecimiento en Ventas Netas y EBITDA es principalmente resultado de exitosa ejecución de la estrategia de crecimiento implementada por la Compañía a inicios de 2019 basada en cuatro pilares fundamentales, con resultados que demuestran consistencia con la tendencia de trimestres anteriores y sobre los cuales se detallan algunos logros alcanzados durante el primer trimestre del 2020:

Innovación y Optimización del Portafolio

La capacidad de innovación y adaptación que caracteriza a Genomma durante el trimestre se vio reflejada en la ágil respuesta a los cambios en patrones de consumo asociados a la pandemia del COVID-19. Hacia finales del trimestre, la Compañía inició la producción y distribución de la nueva línea de productos antibacteriales bajo las marcas XL-3® para México y Next® para Estados Unidos. Los primeros lotes de producción han sido para gel antibacterial, producto con una alta demanda, y ya se encuentran en los principales supermercados y farmacias en México y EE.UU. Genomma durante los siguientes meses, continuará con el lanzamiento de nuevos productos para la línea antibacterial incluyendo, jabón de manos, toallas y aerosoles desinfectantes, entre otros productos, mismos que serán lanzados conforme se alcancen las innovaciones y desarrollos, en los diferentes países donde opera la Compañía. Como parte del compromiso de Genomma Lab con la responsabilidad social, el equipo directivo de la Compañía tomó la decisión de donar un porcentaje de la producción inicial a instituciones locales de salud y bienestar.



Vanart®

Nuevas presentaciones de uso individual en forma de “sachets” para Colombia y Perú

Esta línea de nuevos lanzamientos ha permitido a Genomma atraer nuevos consumidores, de los cuales, se analiza sus cambios en el estilo de vida y necesidades. La Compañía buscará llevar esta línea antibacterial a todas las regiones en las que opera. Adicionalmente, la comunicación y marketing de marcas clave del portafolio, también se ha modificado y adaptado rápidamente al escenario actual, específicamente para productos antivirales y medicamentos para aliviar los síntomas relacionados con la gripe, dentro del segmento OTC en México y América Latina, así como para los productos para la higiene y cuidado de la piel. La nueva estrategia de publicidad lanzada para la marca Asepxia®, es un buen ejemplo de esta nueva comunicación dentro del segmento de Cuidado Personal.

Durante el primer trimestre del 2020, Genomma Lab continuó con el lanzamiento de nuevos productos y presentaciones en los mercados donde opera, así como, expandiendo marcas clave en mercados donde antes no tenían presencia. Algunos ejemplos incluyen el lanzamiento de shampoo Vanart® en Chile y Nicaragua, así como nuevas presentaciones de uso individual “sachets” para el canal tradicional en Colombia y Perú. El shampoo Tio Nacho® “Coco” continuó su expansión en diferentes mercados de Latinoamérica donde Genomma tiene presencia, con sólidos resultados iniciales. Adicionalmente se continuó con la expansión de presencia para las marcas Teatrical® y Revie® en Brasil. El lanzamiento de Bufferin® en Estados Unidos, al cierre del último trimestre del 2019, mostró un continuo y fuerte progreso durante el primer trimestre de 2020, con un aumento secuencial del 147% en las ventas, y presencia en más de 7,800 puntos de venta.

En México, la marca Novamil®, la cual Genomma comenzó a distribuir y vender en octubre de 2019, logró un importante incremento en ventas durante el primer trimestre de 2020, superando las expectativas iniciales de la Compañía. Este es otro claro ejemplo de Genomma ejecutando con éxito su estrategia de aprovechar la sólida capacidad operativa que lo caracteriza para ingresar a nuevas categorías que representan un importante potencial de crecimiento.

Marketing y Ejecución Perfecta del Go-to-market

El Programa de Distribución Directa de Genomma, que permite a la Compañía vender a través del canal tradicional, demostró ser una importante ventaja competitiva ante los desafíos que permean el entorno actual, con un menor tráfico en tiendas de conveniencia y fuertes medidas de distanciamiento social. Durante el primer trimestre de 2020, Genomma continuó expandiendo su presencia dentro del canal tradicional en México. En los próximos trimestres, la Compañía continuará con sus planes para ejecutar un Programa de Distribución Directa específicamente adaptado y alineado a los países de Centroamérica.

Asepxia®

Nueva comunicación para generar conciencia en el consumidor respecto a hábitos de higiene y limpieza
(Ver Video)



Next® Go
Nuevo producto OTC en
Argentina para reforzar el
sistema inmunológico
([Ver video](#))



Tafirol®
Incremento en ventas durante
el trimestre debido a una
fuerte demanda por
Paracetamol



**Nueva Planta de
Manufactura**
([Ver video](#))

Genomma ha capitalizado con éxito las nuevas tendencias de consumo y la alta demanda relacionada con las compras en plataformas “e-commerce” ha consecuencia del aislamiento social, presentando una oportunidad para conectar mejor con sus clientes. La Compañía ha monitoreando de cerca los diferentes canales de ventas “e-commerce” asegurando que los productos de Genomma estén actualizados y disponibles en estas plataformas. Adicionalmente, Genomma sigue enfocado en explorar nuevos canales de venta de alta demanda que aborden de manera más efectiva el comportamiento actual y evolutivo de los consumidores, incluidos los canales digitales y las plataformas de “e-commerce”.

Cadena de Suministro de Clase Mundial

Genomma Lab se mantuvo enfocado en la productividad y la planificación de la demanda durante el trimestre, para continuar con niveles de servicio (“fill-rate”) en sus niveles más altos posibles, aprovechando las importantes inversiones hechas en tecnologías de la información, así como la incursión de la Compañía en inteligencia artificial.

En este sentido, de manera proactiva Genomma ha implementado todas las medidas sanitarias y reglamentarias relacionadas con su cadena de suministro, específicamente en logística y distribución para hacer frente a la situación del COVID-19. Esto ha permitido a la Compañía mantener niveles óptimos de operación, al tiempo que monitorea de cerca tanto los niveles actuales de suministro como de la demanda de productos, para garantizar una distribución adecuada y efectiva del producto, y a su vez, crea inventarios de productos clave de alta demanda. La Compañía continúa desarrollando sus sólidas relaciones con proveedores claves, y trabaja en estrecha colaboración para minimizar potenciales riesgos de suministro y precio.

Adicionalmente, durante el trimestre se continuó con los procesos de pre-instalación de los equipos de última generación para las líneas de producción en la Planta de Cuidado Personal; se estima que la etapa inicial de operación ocurra durante la segunda mitad del año.

A raíz de la situación por el COVID-19, se estima que la autoridad regulatoria en México (COFEPRIS) re programe una nueva fecha para continuar el proceso de certificación GMP para la planta de manufactura OTC.

Durante los primeros tres meses de 2019, las inversiones relacionadas con la planta de manufactura, alcanzaron los Ps 108.5 millones y los gastos pre operativos y de producción se estimaron en Ps. 33.3 millones.

Cultura Corporativo y Organización

Genomma continuó desarrollando el talento interno y promoviendo las posiciones clave de colaboradores dentro de la Compañía, continuando con su estrategia para impulsar la productividad en toda la organización.

La Compañía continúa enfocada en garantizar la seguridad de sus empleados, comunidades y clientes, así como salvaguardar el entorno ambiental en donde opera. Por lo tanto, Genomma ha implementado una serie de medidas de acuerdo a los requisitos locales y en el marco del Plan de Respuesta ante Pandemias de la Compañía, que incluyen:

- Establecer un Comité de Crisis que sesiona diariamente, compuesto por el Director General y sus principales directores adjuntos, para evaluar las operaciones regionales y locales y permanecer informados en tiempo real
- Las mejores prácticas globales y los protocolos locales fueron activados para prevenir el contagio, tales como: detener los viajes no esenciales; limitar reuniones y eventos grupales; dividir y asignar equipos para alternar horarios o sitios de trabajo y establecer protocolos de trabajo desde casa; proteger el servicio de proveedores críticos; mejorar las medidas de desinfección
- Todos los puestos que se consideran no esenciales para la operación de campo han recibido la instrucción de trabajar desde casa, aprovechando el uso de las tecnologías actuales proporcionadas por la Compañía
- Incremento en la comunicación del personal sobre prevención, cuidado personal y familiar
- Los estándares de distanciamiento social fueron implementados en todos los espacios de trabajo para empleados esenciales para el negocio; incluyendo equipo de salud proporcionado y medidas de limpieza y desinfección.



**Cultura Corporativa
Ganadora**



Novamil® Rice
Fórmula Infantil para
lactantes con necesidades
especiales de nutrición

México

Las operaciones de Genomma en México lograron un aumento del 9.7% en las Ventas Netas durante el primer trimestre de 2020, para cerrar en Ps. 1,459.4 millones. Este aumento de Ps. 129.1 millones en las ventas se debe principalmente al aumento en el número de puntos de venta atendidos, a las ventas adicionales como resultado de nuevas categorías, a nuevas presentaciones y líneas de productos, así como un aumento temporal en las ventas en algunas categorías del portafolio relacionada con demanda específica por el COVID-19. El margen EBITDA para el trimestre se expandió 880pbs; un aumento año contra año del 76.0%, debido principalmente a un mayor apalancamiento operativo en los gastos fijos por el crecimiento de las ventas y a un estricto control de costos y gastos.



Bufferin®

Relanzamiento del producto
en EE. UU. con presencia en
+7,800 Puntos de Venta

EE. UU.

La operación de Genomma en Estados Unidos cerró con una contracción en las ventas netas en pesos mexicanos del 0.7% para el trimestre. La disminución de las ventas se debe principalmente a una reducción significativa de consumidores en la calle debido a las políticas de distanciamiento social implementadas recientemente por el COVID-19. Este impacto negativo fue parcialmente compensado por los efectos de conversión cambiaria, derivado de la depreciación del peso mexicano en relación al dólar estadounidense.

El margen EBITDA del primer trimestre de 2020 cerró en 9.4%, una contracción de 40pbs contra el mismo periodo de 2019, principalmente como resultado de mayores inversiones realizadas en publicidad en medios y en el punto de venta.

Genomma comenzó a implementar una nueva estrategia para su operación en los EE. UU. durante la segunda mitad de 2019, que incluye una reestructuración integral del modelo de negocios para acelerar el crecimiento al mismo tiempo que aumenta su eficiencia y presencia con el consumidor en mercados estratégicos. Esto incluye un enfoque en estados y ciudades específicas y en el consumidor hispano y consumidor general, así como con una cartera ampliada y renovada de marcas, con un nuevo y talentoso equipo. Se espera que los resultados positivos y el arranque inicial de esta estrategia se reflejen en los próximos trimestres.

América Latina

Durante el trimestre, las ventas por parte de las operaciones de Genomma en América Latina cerraron en Ps. 1,514.3 millones, un incremento de 4.8%, año con año. Lo anterior es el resultado del crecimiento en los ingresos de las operaciones en Argentina, Bolivia, Uruguay, Paraguay y Centroamérica, mismas que fueron negativamente compensadas por la disminución de las ventas en Brasil, Chile y Colombia durante el trimestre.

Los ingresos del trimestre se vieron afectadas principalmente por el impacto adverso del COVID-19 en las ventas de ciertos productos del portafolio en la región, y en menor medida, por el impacto derivado de la depreciación de algunas monedas locales de los países en la región.

El margen EBITDA para el trimestre se contrajo 730pbs contra el año anterior, esto es resultado de un menor aumento de las ventas del trimestre y a los impactos en los costos y gastos en algunas de las operaciones resultado del efecto negativo del COVID-19 en la región, así como a los incrementos en los precios de materias primas como resultado de las depreciaciones de algunas monedas locales.



Teatrical®

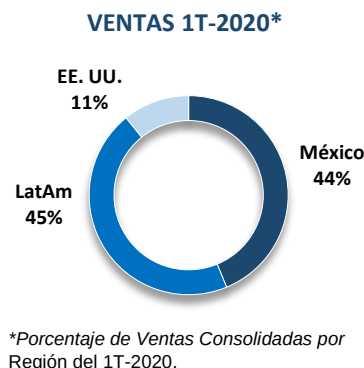
Exitoso lanzamiento para el
mercado brasileño

Nueva Planta de Manufactura



Nueva Planta de Manufactura en Toluca (San Cayetano) Estado de México

Planta de Manufactura
En proceso de obtener las **certificaciones** para líneas de producción de semisólidos en la categoría **OTC**



40pbs de expansión en el **Margen EBITDA** año contra año

Resultados Consolidados 1T-2020

Ventas Netas del Primer Trimestre 2020 alcanzaron Ps. 3,334.5 millones; un aumento del 6.3% año contra año. Este incremento de Ps. 196.6 millones se debe principalmente a la ejecución de iniciativas clave de comercialización, a las ventas atribuidas a la nueva categoría de fórmula infantil, a un incremento en el número de puntos de venta atendidos y a una mejora en los niveles de servicio ("fill-rate"). Estos efectos positivos fueron parcialmente compensados por los nuevos comportamientos de consumo y restricciones en toda la región debido a las políticas de distanciamiento social derivadas de la pandemia COVID-19.

EBITDA del Primer Trimestre 2020 alcanzó Ps. 678.4 millones, comparado con Ps. 624.2 millones para el mismo período de 2019. El margen EBITDA del primer trimestre de 2020 cerró en 20.3%. La mejora de 40pbs en el margen es resultado del efecto de apalancamiento operativo en los costos y gastos fijos, y al enfoque continuo de la Compañía en estrategias de eficiencias de costos y gastos. Estos efectos fueron parcialmente contrarrestados por el impacto por tipo de cambio en el costo de ventas, así como ciertos gastos extraordinarios durante el trimestre, incluyendo los gastos pre-operativos de la nueva planta de manufactura de Genomma Lab.

Ventas por Categoría y Región

(En Millones de Pesos Mexicanos)

	Medicina Venta Libre (OTC)			Cuidado Personal (PC)			Total		
	1T-19	1T-20	% Var.	1T-19	1T-20	% Var.	1T-19	1T-20	% Var
México	786.8	870.8	10.7%	543.5	588.6	8.3%	1,330.3	1,459.4	9.7%
LatAm	556.9	611.6	9.8%	887.4	902.6	1.7%	1,444.3	1,514.2	4.8%
EE.UU.	203.7	223.1	9.5%	159.6	137.8	(13.7)%	363.3	360.9	(0.7)%
Total	1,547.4	1,705.5	10.2%	1,590.5	1,629.0	2.4%	3,137.9	3,334.5	6.3%

Resultados por Región 1T-2020

México

Las Ventas Netas para el primer trimestre de 2020 alcanzaron Ps. 1,459.4 millones; un aumento anual del 9.7%. Este incremento de Ps. 129.1 millones se debe a la suma de las ventas de la nueva categoría de fórmula infantil, así como a los resultados alcanzados por la reconfiguración del portafolio de marcas, a la ejecución e incremento en la de visibilidad en el punto de venta, a la mejora en los niveles de servicio “fill-rate”, y al incremento en el número de puntos de venta resultantes del programa de Distribución Directa para operar en el canal tradicional. El crecimiento en las ventas del trimestre también es resultado de una mayor demanda de productos Genomma por parte de los consumidores al final del trimestre antes del período de cuarentena con compras de medicamentos de libre venta y productos de cuidado personal, acelerando las ventas de algunas marcas dentro de la cartera.

El EBITDA del trimestre alcanzó Ps. 341.8 millones; un margen de 23.4% que refleja una expansión anual de 880pbs. La expansión del margen EBITDA en el primer trimestre de 2020 fue el resultado del apalancamiento operativo asociado con el crecimiento en ventas, así como por los impactos positivos de una estricta estrategia de control de costos y gastos, y por las eficiencias operativas alcanzadas en el trimestre. Esta mejora también es resultado de un efecto de mezcla en las ventas, dado el crecimiento productos con márgenes más altos.

EE. UU.

Las Ventas Netas del primer trimestre de 2020 para las operaciones de Genomma en EE. UU. disminuyeron un 0.7%, quedando en Ps. 360.9 millones. La disminución de las Ventas fue principalmente el resultado de un entorno de consumo desafiante y una reducción significativa del tráfico peatonal debido a las políticas de distanciamiento social relacionadas con el COVID-19, limitando la capacidad de la Compañía para ejecutar plenamente su nueva estrategia de crecimiento. Esto fue parcialmente compensado por una depreciación del peso mexicano frente al dólar estadounidense.

El EBITDA del trimestre alcanzó los Ps. 33.8 millones; una disminución anual de Ps. 2.0 millones que representa una contracción del margen EBITDA en 40 pbs. La

MÉXICO

Ventas en MXN: 1,459.4 millones

Margen EBITDA: 23.4%

EE. UU.

Ventas en MXN: 360.9 millones

Margen EBITDA: 9.4%

disminución del EBITDA en el trimestre se debió al incremento en las inversiones para publicidad, marketing y a visibilidad en el punto de venta, así como a importantes inversiones en marketing para medios digitales e “influencers” para redes sociales. En menor medida, la disminución en el EBITDA fue resultado de un menor apalancamiento operativo como resultado de la disminución en Ventas.

Latinoamérica

Las Ventas Netas del trimestre crecieron 4.8% año contra año, alcanzando los Ps. 1,514.2 millones. Los nuevos lanzamientos de productos y extensiones de línea combinados con iniciativas exitosas de innovación y de visibilidad en tienda, así como a una mayor base de tiendas resultado de las nuevas relaciones con clientes, impulsaron el crecimiento en Ventas durante el trimestre. La mejora en las ventas en operaciones como Argentina y Centoamérica compensó parcialmente la disminución de las ventas de países como Brasil, Chile y Colombia, donde las operaciones y economías correspondientes se vieron afectadas por la crisis del COVID-19. En menor medida, los ingresos se impactaron por la depreciación de algunas monedas.

El EBITDA para el primer trimestre de 2020 alcanzó los Ps. 302.8 millones, en comparación con Ps. 394.2 millones para el mismo período del 2019, alcanzando un margen EBITDA del 20.0%; una disminución de 730pbs en el margen contra el año pasado. La contracción del margen EBITDA se debió a un aumento en el costo de ventas resultado de un incremento en los precios de algunas materias primas afectados por las variaciones del tipo de cambio y el entorno macroeconómico adverso. Adicionalmente, el EBITDA del trimestre se vio afectado por importantes inversiones en mercadotecnia para televisión y en iniciativas de visibilidad en el punto de venta para impulsar el crecimiento, así como los gastos relacionados a nuevos lanzamientos de productos y extensiones de línea.

Otros Resultados del Estado de Resultados 1T-2020

La Utilidad Bruta aumentó 2.0%, alcanzando los Ps. 2,061.6 millones en el primer trimestre de 2020, en comparación con Ps. 2,022.1 millones durante el primer trimestre de 2019. El margen bruto para el trimestre tuvo una reducción de 260 pbs, cerrando en 61.8%. La contracción del margen bruto durante el trimestre se debió principalmente al aumento de los costos de algunas materias primas debido a la depreciación de varias monedas en los países donde opera Genomma.

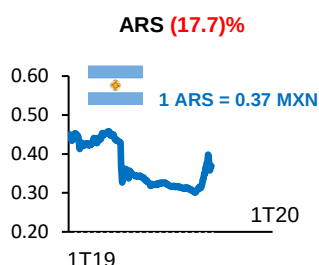
Los Gastos Generales, de Venta, Mercadotecnia y Administración del trimestre disminuyeron 340 pbs como porcentaje de las ventas netas, representando un 41.5% en el trimestre, en comparación con 44.9% para el mismo periodo en 2019. La mejora en margen se debe principalmente al apalancamiento operativo resultante del crecimiento de en ventas y al enfoque continuo de la Compañía en el control de gastos.

LATINOAMÉRICA

Ventas en MXN: 1,514.2 millones

Margen EBITDA: 20.0%

Depreciación del tipo de cambio



Moneda Local expresada en MXN

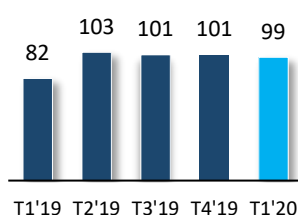


Utilidad Neta 1T-2020
incrementó en
Ps. 121.3 millones,
año contra año

Días de Cuentas por Cobrar
(Clientes)

	1T19	4T19	1T20
México	106	118	121
LatAm	90	86	112
EE. UU.	82	73	93
Consolidado	96	99	114

Ciclo de Conversión de
Efectivo
(Días)



La Utilidad Neta ascendió a Ps. 373.6 millones en el primer trimestre de 2020, en comparación con Ps. 252.3 millones del mismo periodo en 2019. El aumento de Ps. 121.3 millones es principalmente el resultado de una mayor utilidad operativa, un menor costo de financiamiento y un resultado positivo en la ganancia cambiaria.

Resultados No-Operativos 1T-2020

El Resultado Integral de Financiamiento representó un gasto de Ps. 74.2 millones en el primer trimestre de 2020, en comparación con los Ps. 237.4 millones en el primer trimestre de 2019. La variación positiva de Ps. 163.2 millones se debió a: i) una variación positiva de Ps. 188.2 millones en el resultado de divisas durante el primer trimestre de 2020 en comparación al primer trimestre de 2019; ii) una disminución de Ps. 32.9 millones en los gastos financieros del primer trimestre de 2020 contra el mismo periodo en 2019. Lo anterior fue compensado por a i) Una disminución neta por Ps. 2.6 millones en los ingresos por intereses durante el primer trimestre de 2020 en comparación al mismo período de 2019 y ii) un incremento de Ps. 55.3 millones en la pérdida neta relacionada a la posición monetaria de la Compañía en sus subsidiarias durante el primer trimestre de 2020 en comparación a la pérdida de 37.8 millones en el primer trimestre de 2019.

Los Impuestos a la Utilidad para el primer trimestre de 2020 alcanzaron los Ps. 206.1 millones, comparado con los Ps. 117.6 millones durante el primer trimestre de 2019.

Posición Financiera

El Capital de Trabajo se optimizó durante el trimestre y el ciclo de conversión de efectivo fue reducido en 2 días: de 101 días a finales de 2019 a 99 días al cierre de marzo de 2020:

- **Cuentas por Cobrar** alcanzaron los Ps. 4,097.7 millones al 31 de marzo de 2020. Los días de las cuentas por cobrar consolidadas ascendieron a 114; un aumento de 15 días en comparación con el cuarto trimestre de 2019. Esto se debió principalmente al incremento en las ventas hacia el final del trimestre.
- **Inventarios** llegaron a los Ps. 2,073.4 millones al 31 de marzo de 2020. Los días de inventarios ascendieron a 156; un aumento de 8 días en comparación con el 31 de diciembre de 2019 y una disminución de 4 días en comparación con el primer trimestre de 2019.
- **Proveedores** alcanzaron los Ps. 1,714.0 millones al 31 de marzo de 2020. A partir del primer trimestre de 2020, los días pendientes de pago aumentaron a

171 días, contra los 146 días al 31 de diciembre de 2019. El aumento de 25 días es el resultado de la nueva fase de Genomma con respaldo del sistema S&OP e inteligencia artificial.

Activos Fijos. La Compañía invirtió Ps. 108.5 millones en los primeros tres meses del año 2020, principalmente en inversiones relacionadas con la construcción de la Nueva Planta de Manufactura de la Compañía ubicada en el Estado de México.

Impuestos por Recuperar. Está compuesto de saldos en proceso de recuperar de IVA y los impuestos a la utilidad. La posición disminuyó en Ps. 144 millones en los últimos doce meses.

Deuda Neta Financiera aumentó contra el primer trimestre de 2019 principalmente debido a las inversiones realizadas en la nueva planta, pero contra el cierre de 2019 disminuyó:

- **Efectivo y Equivalentes** cerró con un balance de Ps. 1.370.1 millones al 31 de marzo de 2020, lo que representa una disminución del 2.2% contra 2019.
- **Deuda Bruta Financiera** alcanzó los Ps. 6,177.8 millones al 31 de marzo de 2020, en comparación con Ps. 6,006.8 millones al 31 de marzo de 2019; lo que representa un aumento de Ps. 171,0 millones año contra año. La deuda a largo plazo de la Compañía representó el 68.4% de la deuda bruta financiera al cierre del primer trimestre de 2020.
- **Deuda Neta Financiera** alcanzó Ps. 4,807.7 millones al 31 de marzo de 2020; un aumento de Ps. 202.4 millones en comparación al cierre de marzo de 2019.

Programa de Recompra de Acciones. Durante los tres meses terminados el 31 de marzo de 2019, la Compañía recompró un total de 190,000 acciones, lo que representa una inversión estimada de Ps. 3.3 millones. Adicionalmente, la Compañía vendió 200,000 de sus acciones desde la posición propia de Recompra de Acciones, lo que representa un ingreso estimado por Ps. 4.4 millones.

Flujo Libre de Efectivo de Operaciones. Excluyendo las inversiones realizadas en la nueva planta de manufactura de la Compañía, el flujo para los tres meses terminados el 31 de marzo de 2019 habría alcanzado Ps. 515.7 millones. La mayor parte del flujo generado durante el año se reinvertió en la nueva planta de manufactura y en capital de trabajo de la Compañía para impulsar el crecimiento.

Indicadores Financieros

	1T-2020
EBITDA / Intereses Pagados	4.6x
Deuda Neta / EBITDA	1.8x

Deuda Neta/EBITDA
cerró en **1.8x** al
1T-2020

Un balance total de
36,050,792 acciones
en el **Programa de Recompra**
al 31 de marzo de 2020

Indicador de
Deuda a Capital
Al 31 de marzo de 2020
es de **0.71x**

CONFERENCIA DE RESULTADOS 1T-2020

Jueves, 23 de abril 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
1T-2020 Genomma Lab](#)

**Para participar,
favor de llamar:**

Estados Unidos:

+1 877-407-8031

Internacional:

+1 201-689-8031

1T-2020 Eventos Relevantes

- Genomma Lab Internacional S.A.B. de C.V. celebrará su Asamblea Anual de Accionistas el próximo 30 de Abril de 2020

- [Acceso a Documentos PROXY para Asamblea Anual 2020](#)

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 22 de abril 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@inspirgroup.com

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

ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO

Para los tres meses terminados el 31 de marzo de 2020 y 2019

Miles de pesos mexicanos

	PRIMER TRIMESTRE				
	2020	%Ventas	2019	%Ventas	Var %
Ingresos - Netos	3,334,536	100.0%	3,137,851	100.0%	6.3%
Costo de ventas	1,272,916	38.2%	1,115,745	35.6%	14.1%
Utilidad bruta	2,061,620	61.8%	2,022,106	64.4%	2.0%
Gastos de venta y administración	1,384,517	41.5%	1,409,129	44.9%	(1.7)%
Otros (ingresos) gastos	(1,251)	(0.0)%	(11,196)	(0.4)%	(88.8)%
EBITDA	678,354	20.3%	624,173	19.9%	8.7%
Depreciación y amortización	37,798	1.1%	27,059	0.9%	39.7%
Utilidad de operación	640,556	19.2%	597,114	19.0%	7.3%
Gastos financieros	(129,301)	(3.9)%	(162,217)	(5.2)%	(20.3)%
Ingresos financieros	5,500	0.2%	8,145	0.3%	(32.5)%
Ganancia cambiaria	142,694	4.3%	(45,516)	(1.5)%	-
Pérdida por posición monetaria en subsidiaria inflacionaria	(93,133)	(2.8)%	(37,827)	(1.2)%	-
Resultado integral de financiamiento	(74,240)	(2.2)%	(237,415)	(7.6)%	(68.7)%
Participación en la utilidad de asociadas	13,389	0.4%	10,162	0.3%	31.8%
Utilidad antes de impuestos	579,705	17.4%	369,861	11.8%	56.7%
Impuestos a la utilidad	206,072	6.2%	117,600	3.7%	75.2%
Utilidad neta consolidada	373,633	11.2%	252,261	8.0%	48.1%

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

ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Para los tres meses terminados el 31 de marzo de 2020 y 2019 y al 31 de diciembre de 2019

Miles de pesos mexicanos	Al 31 de marzo de 2020	2019	Al 31 de diciembre de 2019
ACTIVO			
Activos circulantes			
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,370,093	1,401,542	922,946
Clientes - Neto	4,097,748	3,186,979	3,496,266
IVA por recuperar	1,527,950	1,671,964	1,556,986
Otras cuentas por cobrar	1,343,610	958,246	1,430,303
Inventarios - Neto	2,073,425	1,852,501	1,902,567
Pagos anticipados	863,667	416,092	681,360
Total de activos circulantes	11,276,493	9,487,324	9,990,428
Activos no circulantes			
Marcas, patentes y otros	4,937,800	4,821,824	4,754,093
Inversión en acciones	1,613,417	1,565,996	1,600,702
Inmuebles, propiedades y equipo - Neto	2,273,139	2,102,959	2,200,591
Impuestos a la utilidad diferidos, activos diferidos y otros	754,776	840,662	786,777
Activos por derechos de uso	50,822	66,870	-
Total de activos no circulantes	9,629,954	9,398,311	9,342,163
ACTIVOS TOTALES	20,906,447	18,885,635	19,332,591
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE			
Pasivos circulantes			
Deuda a corto plazo y Porción circulante de la deuda a largo plazo	1,952,456	1,992,042	1,550,006
Proveedores	1,714,008	2,007,226	1,870,566
Otros pasivos circulantes	2,601,460	1,955,415	2,010,186
Impuesto sobre la renta	331,150	302,543	196,501
Pasivos por arrendamientos a corto plazo	15,243	25,978	-
Total de pasivos circulantes	6,614,317	6,283,204	5,627,259
Pasivos no circulantes			
Créditos bursátiles	2,441,044	2,432,089	2,438,806
Préstamos bancarios a largo plazo	1,784,307	1,582,717	2,045,860
Impuestos a la utilidad diferidos y otros pasivos a largo plazo	543,822	144,101	175,837
Dividendos por pagar	800,000	800,000	800,000
Pasivos por arrendamientos a largo plazo	39,507	40,307	-
Total de pasivos	12,222,997	11,282,418	11,087,762
Capital contable			
Capital social	1,914,306	1,914,306	1,914,306
Utilidades retenidas	7,973,563	7,045,739	7,752,494
Efectos de conversión de entidades extranjeras	196,608	8,154	(19,891)
Recompra de acciones - neto	(1,403,365)	(1,367,320)	(1,404,418)
Ganancias a valor razonable a través del ORI	2,338	2,338	2,338
Total del capital contable	8,683,450	7,603,217	8,244,829
TOTAL	20,906,447	18,885,635	19,332,591

*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 31 de marzo de 2020

Miles de pesos mexicanos

1T- 2020

Efectivo al inicio del período	922,946
Utilidad neta consolidada	373,633
Cargos a resultados sin flujo de efectivo:	
Depreciación y amortización	38,666
Impuestos a la utilidad	206,072
Intereses devengados y otros	195,534
	813,905
Partidas relacionadas con actividades de operación:	
Cuentas por cobrar a clientes	(613,067)
IVA por recuperar	28,973
Inventarios	(201,463)
Proveedores	(164,886)
Otros activos circulantes	224,899
Impuestos a la utilidad pagados	(139,975)
Otros pasivos circulantes	617,224
	(248,295)
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	565,610
Actividades de inversión:	
Adquisición de inmuebles, propiedades y equipo	(158,369)
Ventas de equipo	7,417
Intereses cobrados	14,647
Otros activos	-
	(136,305)
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(136,305)
Actividades de financiamiento:	
Pagos de préstamos de instituciones financieras y bursátiles	(652,315)
Préstamos obtenidos de instituciones financieras y bursátiles	800,000
Intereses pagados	(129,504)
Recompra de acciones	(3,317)
Venta de acciones recompradas	4,371
Pago de pasivos por arrendamiento	(11,542)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	7,693
Aumento (disminución) neta de efectivo y equivalentes de efectivo	436,998
Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio	10,149
Flujo de efectivo acumulado al cierre del período	1,370,093
Menos fondo restringido	23,274
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del período	1,346,819