

INFORMACIÓN
RELEVANTE

Ventas Netas del 2T-2020
crecieron
Ps. 358.8 millones;
+10.9% año contra año

EBITDA del 2T-2020
creció **+13.1%**
con un margen de **+20.8%**;
una expansión de
+40pbs en el margen
año contra año

Utilidad Neta del 2T-2020
Incrementó
Ps. 117.6 millones;
+48.4% año contra año

El indicador de
apalancamiento
Deuda Neta/EBITDA del
2T-2020 cerró en **1.9x**

**Las Inversiones de
Capital** para los seis meses
terminados el 30 de junio
de 2020 alcanzaron
Ps. 219.1 millones.

Genomma Lab Internacional Reporta Resultados del Segundo Trimestre 2020

Ciudad de México, 22 de julio 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 segundo trimestre terminado el 30 de junio de 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 segundo trimestre 2020, comparado con el mismo periodo de 2019:

	2T 2020	% Ventas	2T 2019	% Ventas	Var. %
Ventas Netas	3,636.3	100%	3,277.5	100.0%	10.9%
Utilidad Bruta	2,178.4	59.9%	2,087.9	63.7%	4.3%
Utilidad de Operación	714.9	19.7%	633.3	19.3%	12.9%
EBITDA⁽¹⁾	754.9	20.8%	667.5	20.4%	13.1%
Utilidad Neta	360.8	9.9%	243.2	7.4%	48.4%

.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: “Aun cuando nos enfrentamos a un segundo trimestre desafiante, en Genomma continuamos capitalizando el aprendizaje que trae una crisis para transformar los retos en oportunidades, con el soporte de nuestros 4 pilares estratégicos de crecimiento y expansión. La innovación fue un motor importante de crecimiento durante el trimestre, alcanzando nuevas extensiones de línea para nuestros productos, así como nuevas categorías y lanzamiento de marcas. Adicionalmente, continuamos con la expansión y crecimiento de nuestra presencia en el canal tradicional y aceleramos la ejecución de nuestra estrategia en canales digitales y plataformas de comercio electrónico, las cuales, bajo el contexto actual, se han convertido en elementos clave para el acceso de nuestros consumidores al portafolio de Genomma. La solidez de nuestra organización y la fortaleza de nuestra cultura corporativa han sido pilares esenciales para el éxito alcanzado en la ejecución durante esta crisis sin precedentes que estamos enfrentando, reafirmando así nuestro compromiso hacia la evolución y transformación constante. Estoy convencido de que saldremos de esta crisis como una compañía mucho más sólida.”

Y añadió: “Estamos muy contentos por la adición de LAB como una de las 29 emisoras de la muestra del nuevo índice “S&P/BMV Total México ESG”. Adicionalmente, durante el trimestre, enfocamos esfuerzos en responsabilidad social, donando más de 950,000 productos a instituciones y repartimos más de 10,000 comidas a personal de salud como parte de la Campaña Genomma Comida para Héroe, reafirmando nuestro compromiso con la responsabilidad social y ambiental, y que nos impulsa a continuar generando valor a todos nuestros socios y accionistas.”

INFORMACIÓN CLAVE

% Ventas por segmento:

 OTC 53.8%

 PC 46.2%



Groomen®
Nueva categoría
en **México**
[\(Ver Video\)](#)

Resumen Corporativo

Genomma Lab cerró con un sólido crecimiento durante el segundo trimestre de 2020, a pesar de un panorama económico y de consumo altamente desafiante, producto de la pandemia mundial por el COVID-19. A pesar del entorno desafiante, los resultados alcanzados representan ya el sexto trimestre consecutivo de crecimiento y rentabilidad para la Compañía.

El incremento de 10.9% en las ventas netas del segundo trimestre es reflejo de una exitosa ejecución por parte de la Compañía, basada en cuatro pilares estratégicos, y el compromiso y dedicación de todo el equipo Genomma. Durante el trimestre, la sólida ejecución de la operación con un portafolio de marcas líderes en ambos segmentos, fue respaldada por un modelo de negocio exitoso, sumado a la capacidad de resiliencia y la habilidad para adaptarse a la continua evolución de las tendencias del consumidor.

El margen EBITDA del segundo trimestre de 2020 cerró en 20.8%, una mejora de 40 puntos base en comparación con el mismo periodo de 2019, resultado de un efecto positivo en la mezcla de ventas, y a los ahorros alcanzados por un estricto control de costos y gastos. Con lo anterior, se reafirma el compromiso de la Compañía hacia un enfoque de crecimiento y rentabilidad. Esta mejora en margen fue parcialmente impactados por la depreciación de distintas monedas y a inversiones extraordinarias para impulsar la estrategia de crecimiento.

Innovación y Optimización del Portafolio

Durante el trimestre, Genomma Lab continuó con la ejecución e iniciativas para lanzar extensiones de línea e innovación de producto, incluyendo nuevas marcas y categorías, reflejo de un amplio entendimiento de las nuevas preferencias del consumidor. En México, Genomma Lab lanzó su nueva línea de rastrillos para afeitar bajo la marca *Groomen®* con positivos resultados iniciales, lo que representa una importante oportunidad de crecimiento a largo plazo.

Adicionalmente, durante el trimestre se continuó con la expansión de la nueva línea antibacterial de Genomma en los EE. UU, así como en México, Argentina y Colombia. En Argentina, aprovechando el inicio de la temporada invernal, Genomma lanzó su línea completa de productos antibacteriales bajo la marca *Next-AB®*, la cual incluye toallitas húmedas desinfectantes, alcohol en gel para manos y jabón antibacterial con un toque de aloe vera.

Otros ejemplos destacados de innovación durante el trimestre incluyen: 1) En Brasil, el lanzamiento de la marca antigripal *Next®*, y el posicionamiento de la marca *OraQuick®*, como primer dispositivo de autodiagnóstico de VIH en la región; 2) la presentación de la crema *Cicatricure® Gold Lift* en los EE. UU., México, Brasil y Chile como extensión a un segmento de productos de lujo a precios accesibles y, 3) el exitoso lanzamiento inicial de la bebida isotónica *Suerox®* para Estados Unidos.



Next-AB®
Nueva línea de productos
antibacteriales en Argentina
[\(Ver video\)](#)



Donación de **comidas** y
productos de Cuidado
Personal a instituciones de
salud y personal médico
[\(Ver video\)](#)



Tío Nacho® Coco
Extensión de línea

Marketing y Ejecución Perfecta del Go-to-market

Genomma Lab continuó desarrollando sus capacidades de comunicación, visibilidad y marketing al nuevo entorno de consumo, buscando un balance entre la capacidad de expansión de la Compañía y la diversificación de su portafolio, para entender mejor el comportamiento del consumidor. Durante el trimestre, la Compañía alcanzó nuevos términos en sus relaciones con farmacias independientes para incrementar su presencia y visibilidad en países como Brasil, Perú y Colombia.

Adicionalmente, la Compañía lanzó nuevas iniciativas y proyectos enfocados en incrementar las ventas y presencia en las diferentes plataformas y canales digitales (“e-commerce”), adaptándose a la demanda creciente que han tenido estos canales por parte del consumidor. Con esta iniciativa se aceleró la contribución de este canal en las ventas consolidadas de la Compañía durante el trimestre.

Cadena de Suministro de Clase Mundial

Durante el segundo trimestre, la instalación para las nuevas líneas de producción de shampoo y bebidas en la planta de manufactura de Cuidado Personal progresó de acuerdo a plan, estimando iniciar operaciones durante el cuarto trimestre. Se continua a la espera de la visita por parte de la COPEFRIS con el fin de obtener la certificación GMP para la planta de OTC.

Durante los primeros seis meses de 2020, las inversiones relacionadas con la planta de manufactura alcanzaron los Ps. 219.1 millones mientras que los gastos pre-operativos y de producción se estimaron en Ps. 30.2 millones.

Cultura Corporativa y Organización

La Compañía mantiene, de manera indefinida, su modelo de trabajo remoto para todas las posiciones corporativas, a raíz de la pandemia actual. El nuevo modelo operativo de Genomma garantiza que todas las posiciones que tienen operación de campo puedan trabajar con los equipos necesarios, y con los más altos estándares de seguridad para continuar con sus actividades sin ningún tipo de interrupción.

Como parte del compromiso social y ambiental que tiene Genomma, durante el trimestre la Compañía donó más de 950,000 productos para el cuidado de la salud e higiene personal a diversas instituciones de salud y, repartió más de 10,000 comidas a personal médico y enfermeras/os que están atendiendo en la crisis del COVID-19.

México

Durante el trimestre, las operaciones de Genomma en México continuaron con una tendencia positiva, logrando un incremento de 5.0% en las ventas netas, para cerrar en Ps. 1,515.7 millones. Este aumento de Ps. 71.5 millones es resultado de las estrategias de expansión y crecimiento implementadas en el país, como, por ejemplo: nuevas categorías como la línea antibacteriana, rastrillos y fórmulas infantiles, así como extensiones de líneas en marcas líderes como Tío Nacho® y Cicatricure®, entre otras.

Asimismo, las ventas alcanzadas en el segundo trimestre se debieron al incremento en los puntos de venta atendidos a través de nuevos acuerdos comerciales y a una mayor presencia de los productos de Genomma en el canal tradicional.

El margen EBITDA del segundo trimestre de 2020 aumentó 50pb, cerrando en 19.2%, principalmente por un mayor efecto de apalancamiento operativo en los costos y gastos fijos debido al aumento de las ventas, una reducción en inversiones de marketing y publicidad, así como un continuo enfoque en el control de costos y gastos.

EE. UU.

Durante el segundo trimestre de 2020 se logró exitosamente revertir la tendencia negativa de los últimos cuatro trimestres en la operación de EE. UU., con un importante crecimiento en las ventas, logrando un aumento del 47.8% año contra año. Esto es resultado de la exitosa ejecución en la nueva estrategia operativa de la Compañía en la región, destacando la innovación y los nuevos lanzamientos del trimestre los cuales incluyen: *Cicatricure® Gold Lift*, *Tío Nacho® Thickening*, *Asepxia® Carbón*, *Teatrical® Pro-Aclarant*, *Bufferin®*, *Next®* antibacterial y la bebida isotónica *Suerox®*.



Suerox®

Lanzamiento inicial de bebida isotónica en los EE. UU.

El Margen EBITDA del trimestre cerró en 10.1%; un decremento de 3.4 puntos porcentuales año contra año, debido principalmente a inversiones extraordinarias, para incrementar la comunicación, el marketing y la visibilidad en el punto de venta como parte de los nuevos lanzamientos y la estrategia operativa.

Latinoamérica

Las ventas de Genomma en Latinoamérica durante el segundo trimestre de 2020 alcanzaron Ps. 1,642.2 millones; un aumento de 8.8% contra el año anterior, debido principalmente a un sólido crecimiento de las ventas en países como Uruguay, Paraguay, Perú, Argentina, Ecuador y Centroamérica, donde, durante el trimestre se implementaron con éxito diversas iniciativas y estrategias, logrando adaptarse a la evolución en tendencias de consumo y a las políticas de distanciamiento social en los países donde opera Genomma.

Estas iniciativas y estrategias incluyen entre otras: una mayor presencia de la marca de shampoo *Revie®* en Brasil, el aumento de las ventas de sachets de shampoo *Vanart®* en Perú y Colombia, la extensión de la presencia de *Asepxia® Carbón* en la región y la introducción de productos *Next®* como parte del portafolio OTC en Brasil, Argentina y Colombia.

Además, el lanzamiento en la región de la marca para la tos *Tuko®*, así como la introducción del shampoo *Tío Nacho®* en toda la región también contribuyeron al crecimiento en ventas del trimestre.

En menor medida, el lanzamiento de la nueva línea antibacterial de Genomma en Argentina y Colombia arrojó resultados iniciales positivos. Estos fueron parcialmente compensados por la reducción del consumo en algunos países de América Latina debido a los diversos grados de distanciamiento social que afectan la demanda del consumidor.

Durante el trimestre Genomma Lab logró mantener un estricto control en los costos y gastos, así como ahorros y eficiencias importantes, lo que resultó en una expansión de margen por 190 puntos base en comparación con 2010. Estos resultados se vieron negativamente impactados por la depreciación de algunas monedas locales.

Nueva Planta de Manufactura para Productos de Cuidado Personal

Planta de Manufactura
Línea de producción para
bebidas y shampoo
en proceso de instalación



Máquinas de Tratamiento de Agua, para planta de Cuidado Personal

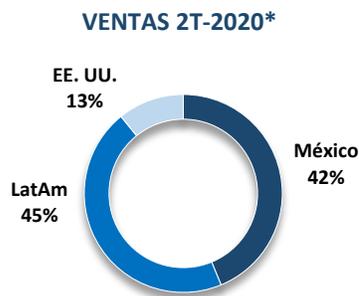


Línea de producción de bebidas isotónicas para la marca Suerox®



Equipos automatizados de última generación

A la **Planta de Cuidado Personal**
ha llegado una Comisión de
expertos italianos y alemanes
para la **fase final** de instalación



*Porcentaje de Ventas Consolidadas por Región al 2T-2020.

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

Resultados Consolidados 2T-2020

Ventas Netas del Segundo trimestre 2020 alcanzaron los Ps. 3,636.3 millones; un aumento de 10.9% año contra año. El aumento de Ps. 358.8 millones se debe principalmente a las diferentes estrategias de innovación implementadas en las tres regiones donde opera la Compañía. Adicionalmente, las ventas de las nuevas categorías contribuyeron a los ingresos consolidados, así como el incremento en el número de puntos de venta atendidos. Estos efectos positivos se vieron parcialmente afectados por el impacto de los distintos niveles de confinamiento implementados en los países donde opera Genomma, lo que influyó significativamente en la movilidad de los consumidores.

EBITDA del Segundo trimestre 2020 alcanzó Ps. 754.9 millones, comparado con Ps. 667.5 millones durante el mismo período de 2019. El margen EBITDA del segundo trimestre de 2020 cerró en 20.8%. Esta mejora de 40pb en el margen es el resultado de un mayor apalancamiento operativo por mayores ventas, al resultado positivo del mix de ventas del portafolio, y a los constantes ahorros y eficiencias alcanzados en la estrategia de contención de costos y gastos. Esto fue parcialmente compensado por las inversiones extraordinarias para nuevos lanzamientos de productos y categorías. En menor medida, la expansión del margen EBITDA del trimestre fue impactada por la depreciación de algunas monedas locales y los gastos pre-operativos de la nueva planta de manufactura.

Ventas por Categoría y Región

(En Millones de Pesos Mexicanos)

	Medicina Venta Libre (OTC)			Cuidado Personal (PC)			Total		
	2T-19	2T-20	% Var.	2T-19	2T-20	% Var.	2T-19	2T-20	% Var
México	755.4	734.7	(2.7%)	688.8	781.0	13.4%	1,444.2	1,515.7	5.0%
LatAm	549.8	823.4	49.8%	959.9	818.8	(14.7%)	1,509.7	1,642.2	8.8%
EE.UU.	173.8	397.2	128.5%	149.8	81.2	(45.8%)	323.6	478.4	47.8%
Total	1,479.0	1,955.3	32.2%	1,798.5	1,681.0	(6.5%)	3,277.5	3,636.3	10.9%

Resultados por Región 2T-2020

México

Las ventas netas del segundo trimestre de 2020 fueron de Ps. 1,515.7 millones; un aumento del 5.0% comparado con el trimestre anterior. El incremento de 71.5 millones se debió a la contribución de ventas por el lanzamiento de nuevas categorías, extensiones de línea de producto, así como al éxito de las campañas publicitarias y de marketing, mejora en los niveles de servicio “fill-rate”, así como a puntos de venta adicionales alcanzados en los diferentes canales de venta.

El EBITDA del trimestre alcanzó los Ps. 290.4 millones; un margen EBITDA de 19.2%, un incremento de 50pb respecto al año anterior. La expansión del margen EBITDA

MÉXICO

Ventas en MXN: 1,515.7 millones

Margen EBITDA: 19.2%

durante el segundo trimestre de 2020 fue apoyada por el resultado en el apalancamiento operativo asociado con el crecimiento en ventas, así como una rigurosa estrategia en el control de costos y gastos.

EE. UU.

Ventas en MXN: 478.4 millones

Margen EBITDA: 10.1%

EE. UU.

Las ventas netas del segundo trimestre de 2020 para las operaciones de Genomma en Estados Unidos aumentó un 47.8%, llegando a Ps. 478.4 millones. El incremento en ventas fue principalmente el resultado de la estrategia de operación implementada el año pasado, la cual incluye una mejor visibilidad en el punto de venta, inversiones en marketing y comunicación, así como nuevas categorías y lanzamientos de productos. En menor medida, las ventas del segundo trimestre de 2020 tuvieron un efecto positivo a consecuencia de un peso mexicano depreciado frente al dólar estadounidense.

El EBITDA del segundo trimestre de 2020 fue de Ps. 48.2 millones, con un margen sobre ventas del 10.1%. La caída de 3.4 puntos porcentuales en el margen es principalmente a consecuencia de las inversiones en marketing, visibilidad y comunicación para impulsar los nuevos lanzamientos de productos y categorías. La mejora en 70pb en el Margen EBITDA respecto al trimestre pasado, es muestra de los beneficios de la nueva estrategia operacional.

Latinoamérica

Las ventas netas para la región en Latinoamérica crecieron un 8.8% año contra año, cerrando en Ps. 1,642.2 millones. El aumento en las ventas se debió principalmente a la innovación de producto y a los lanzamientos de nuevas extensiones de línea en toda la región, aunado con acuerdos alcanzados con clientes y minoristas de la industria farmacéutica con el fin de mejorar la visibilidad de los productos en el punto de venta, así como a un aumento en los puntos de venta atendidos. En menor medida, el efecto positivo en las ventas es el resultado de mayores ventas y presencia en el canal de “e-commerce”. Esto fue negativamente compensado por niveles más estrictos de confinamientos y políticas de movilidad más restrictivas implementadas en las regiones donde se opera.

El EBITDA del segundo trimestre de 2020 alcanzó Ps. 416.4 millones, en comparación con Ps. 354.2 millones para el mismo período de 2019, con un margen EBITDA de 25.4%; un aumento de 190pb con respecto al año anterior. La mejora en el margen se debió principalmente al efecto positivo por el aumento en ventas de SKUs con mejores márgenes, a las diferentes estrategias de optimización de costos y, en menor medida, a las eficiencias alcanzadas en los gastos durante el trimestre. Esto fue parcialmente compensado por la incertidumbre económica y la depreciación de algunas monedas locales en los diferentes países de la región donde Genomma tiene presencia.

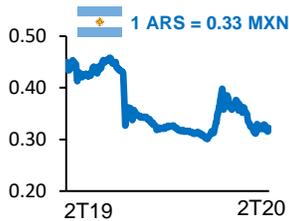
LATINOAMÉRICA

Ventas en MXN: 1,642.2 millones

Margen EBITDA: 25.4%

Tipo de Cambio

ARS (27.8%)



Moneda Local
expresada en MXN



Otros Resultados del Estado de Resultados 2T-2020

La Utilidad Bruta aumentó 4.3%, alcanzando los Ps. 2,178.4 millones en el segundo trimestre de 2020, en comparación con Ps. 2,087.9 millones durante el segundo trimestre de 2019. El margen bruto para el trimestre se impactó en 380pb, cerrando en 59.9%. La contracción del margen bruto durante el trimestre se debió principalmente al aumento de ciertos costos debido a la depreciación de algunas monedas locales en los países donde Genomma opera. Además, la disminución del margen bruto se debió a una acumulación temporal de inventarios de materias primas, así como a los costos relacionados con la planta de manufactura de Genomma Lab.

Los Gastos Generales, de Venta, Mercadotecnia y Administración del trimestre disminuyeron 410pb como porcentaje de las ventas, representando un 39.4%, en comparación con 43.5% para el mismo periodo de 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.

La Utilidad Neta ascendió a Ps. 360.8 millones en el segundo trimestre de 2020, en comparación con Ps. 243.2 millones en el mismo periodo de 2019. El aumento de Ps. 117.6 millones es principalmente el resultado de una mayor utilidad operativa, un menor costo de financiamiento y un resultado positivo en la posición cambiaria.

Utilidad Neta 2T-2020
incrementó en
48.4%,
año contra año

Disminución de
Ps. 126.1 millones
en el
**Resultado Integral de
Financiamiento**

Resultados No-Operativos 2T-2020

El Resultado Integral de Financiamiento representó un gasto de Ps. 111.4 millones en el segundo trimestre de 2020, en comparación con los Ps. 237.5 millones en el segundo trimestre de 2019. La variación positiva de Ps. 126.1 millones se debió principalmente a: i) una variación neta positiva de Ps. 67.1 millones en la posición monetaria durante el segundo trimestre de 2020 en comparación al segundo trimestre de 2019; ii) un decremento en la pérdida cambiaria de Ps. 29.8 millones del segundo trimestre de 2020 contra el mismo periodo en 2019; y a iii) una disminución neta de Ps. 28.7 millones en los gastos financieros durante el segundo trimestre de 2020 en comparación al mismo período de 2019.

Los Impuestos a la Utilidad para el segundo trimestre de 2020 alcanzaron los Ps. 248.3 millones, comparado con Ps. 172.3 millones durante el segundo trimestre de 2019.

Posición Financiera

El Capital de Trabajo se optimizó durante el trimestre y el ciclo de conversión de efectivo fue reducido de 103 días al cierre de junio de 2019 a 102 días al cierre de junio de 2020:

- **Cuentas por Cobrar** alcanzaron los Ps. 4,367.0 millones al 30 de junio de 2020. Los días de cuentas por cobrar consolidadas ascendieron a 118; un

Días de Cuentas por Cobrar
(Clientes)

México	116	121	118
LatAm	95	112	114
EE. UU.	77	93	97
Consolidado	102	114	118



Deuda Neta/EBITDA
cerró en **1.9x** al
2T-2020

Un balance total de
36,085,792 acciones
en el **Programa de Recompra**
al 30 de junio de 2020

incremento de 16 días en comparación con el segundo trimestre de 2019. Esto se debió principalmente al incremento en las ventas hacia el final del trimestre.

- **Inventarios** alcanzaron los Ps. 2,193.2 millones al 30 de junio de 2020. Los días de inventarios ascendieron a 156; una disminución de 7 días en comparación con el segundo trimestre de 2019.
- **Proveedores** alcanzaron los Ps. 1,861.6 millones al 30 de junio de 2020. Durante el segundo trimestre de 2020, los días de proveedores llegaron a 172 días, en comparación con los 162 días alcanzados al cierre de junio de 2019. El aumento de 10 días es el resultado de la nueva estrategia de Genomma apoyado por el sistema S&OP.

Activos Fijos. La Compañía invirtió Ps. 219.1 millones en los primeros seis meses del 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 se redujo en Ps. 56.9 millones durante los últimos doce meses.

Deuda Neta Financiera decreció contra el cierre de diciembre de 2019:

- **Efectivo y Equivalentes** cerró con un balance de Ps. 1,209.5 millones al 30 de junio de 2020, lo que representa un aumento del 31.1% contra cierre 2019.
- **Deuda Bruta Financiera** alcanzó los Ps. 6,201.0 millones al 30 de junio de 2020, en comparación con Ps. 6,034.7 millones al 31 de diciembre de 2019; lo que representa un aumento de Ps. 166.3 millones contra el cierre del año. La deuda a largo plazo de la Compañía representó el 27.8% de la deuda total.
- **Deuda Neta Financiera** alcanzó Ps. 4,991.4 millones al 30 de junio de 2020; una reducción de Ps. 120.3 millones en comparación con el cierre de diciembre de 2019.

Programa de Recompra de Acciones. Durante los tres meses terminados el 30 de junio de 2020, la Compañía recompró un total de 35,000 acciones, lo que representa una inversión estimada de Ps. 0.6 millones.

Flujo Libre de Efectivo de Operaciones. Excluyendo las inversiones realizadas en la nueva planta de manufactura de la Compañía, el flujo para los seis meses terminados el 30 de junio de 2020 habría alcanzado Ps. 535.3 millones. La mayor parte del flujo generado durante el año se reinvertió en la nueva planta de manufactura y en capital de trabajo para impulsar el crecimiento.

Indicadores Financieros

EBITDA / Intereses Pagados	4.8x
Deuda Neta / EBITDA	1.9x

CONFERENCIA DE RESULTADOS 2T-2020

Jueves, 23 de julio 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 2T-2020 Genomma Lab](#)

Para participar, favor de llamar:

Estados Unidos:
+1-877-407-0784

Internacional:
+1-201-689-8560

Recibe la llamada:
[Call Me Link](#)

2T-2020 Eventos Relevantes

- [Marco Francisco Forastieri Muñoz se integró como Miembro Independiente del Consejo de Administración y el Sr. Efraín Tapia Córdova fue designado como Secretario titular no miembro](#)
- [Genomma Lab se integra a la muestra del índice "S&P/BMV Total México ESG"](#)

Impacto por Adopción de Nuevas Normas Contables

- [Impacto de Nuevas Normas de Contabilidad \(29 de abril de 2019\)](#)
- [Re-emisión de Estados Financieros 2018 \(1 de mayo de 2019\)](#)
- [Genomma Lab Internacional Informe Anual Integrado 2019](#)

Cobertura de Analistas

Al 22 de julio 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.

Los riesgos e incertidumbres incluyen, entre otros: riesgos relacionados con el impacto de la pandemia global de COVID-19, como el alcance y la duración del brote, las acciones gubernamentales y las medidas restrictivas implementadas en respuesta, demoras materiales, interrupciones de la cadena de suministro y otros impactos en el negocio, o en la capacidad de la Compañía para ejecutar planes de continuidad comercial como resultado de la pandemia de COVID-19, factores económicos, como las fluctuaciones de la tasa de interés y del tipo de cambio de moneda; competencia, incluidos los avances tecnológicos, nuevos productos alcanzados por los competidores; desafíos inherentes al desarrollo de nuevos productos; la capacidad de la empresa para ejecutar con éxito planes estratégicos; el impacto de combinaciones de negocios; dificultades de fabricación o demoras, internamente o dentro de la cadena de suministro; litigios adversos significativos o acciones gubernamentales, incluso relacionados con reclamos de responsabilidad del producto; cambios a las leyes y regulaciones aplicables, incluidas las leyes fiscales; cambios en el comportamiento y patrones de consumo de los compradores de productos y servicios; Inestabilidad financiera de las economías internacionales y sistemas legales, así como riesgo soberano. Se puede encontrar una lista y descripciones adicionales de estos riesgos, incertidumbres y otros factores dentro de las presentaciones relacionadas de la Compañía con la Bolsa Mexicana de Valores. Cualquier declaración a futuro hecha en este lanzamiento habla solo a partir de la fecha de este lanzamiento. 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

www.genommalab.com/inversionistas/

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 2020 y 2019

Miles de pesos mexicanos	SEGUNDO TRIMESTRE				ACUMULADO			
	2020	%Ventas	2019	%Ventas	2020	%Ventas	2019	%Ventas
Ingresos - Netos	3,636,325	100.0%	3,277,463	100.0%	6,970,861	100.0%	6,415,314	100.0%
Costo de ventas	1,457,955	40.1%	1,189,592	36.3%	2,730,870	39.2%	2,305,338	35.9%
Utilidad bruta	2,178,370	59.9%	2,087,871	63.7%	4,239,991	60.8%	4,109,976	64.1%
Gastos de venta y administración	1,432,883	39.4%	1,424,303	43.5%	2,817,400	40.4%	2,833,428	44.2%
Otros (ingresos) gastos	(9,448)	(0.3)%	(3,949)	(0.1)%	(10,699)	(0.2)%	(15,145)	(0.2)%
EBITDA	754,935	20.8%	667,517	20.4%	1,433,290	20.6%	1,291,693	20.1%
Depreciación y amortización	40,080	1.1%	34,234	1.0%	77,878	1.1%	61,294	1.0%
Utilidad de operación	714,855	19.7%	633,283	19.3%	1,355,412	19.4%	1,230,399	19.2%
Gastos financieros	(113,577)	(3.1)%	(142,288)	(4.3)%	(242,878)	(3.5)%	(304,505)	(4.7)%
Ingresos financieros	6,907	0.2%	6,430	0.2%	12,407	0.2%	14,574	0.2%
Ganancia cambiaria	(11,493)	(0.3)%	(41,309)	(1.3)%	131,201	1.9%	(86,825)	(1.4)%
Pérdida por posición monetaria en subsidiaria inflacionaria	6,725	0.2%	(60,374)	(1.8)%	(86,408)	(1.2)%	(98,201)	(1.5)%
Resultado integral de financiamiento	(111,438)	(3.1)%	(237,541)	(7.2)%	(185,678)	(2.7)%	(474,957)	(7.4)%
Participación en la utilidad de asociadas	5,686	0.2%	19,702	0.6%	19,075	0.3%	29,864	0.5%
Utilidad antes de impuestos	609,103	16.8%	415,444	12.7%	1,188,809	17.1%	785,306	12.2%
Impuestos a la utilidad	248,286	6.8%	172,269	5.3%	454,358	6.5%	289,870	4.5%
Utilidad neta consolidada	360,817	9.9%	243,175	7.4%	734,451	10.5%	495,436	7.7%

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

ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Al 30 de junio de 2020 y 2019 y al 31 de diciembre de 2019

<i>Miles de pesos mexicanos</i>	Al 30 de junio de		Al 31 de diciembre de
	2020	2019	2019
ACTIVO			
Activos circulantes			
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,209,516	1,214,160	922,941
Clientes - Neto	4,366,950	3,469,504	3,439,539
IVA por recuperar	1,579,693	1,636,624	1,556,923
Otras cuentas por cobrar*	1,181,611	1,246,481	1,308,944
Inventarios - Neto	2,193,189	1,958,495	1,907,843
Pagos anticipados	792,025	954,453	681,359
Total de activos circulantes	11,322,984	10,479,717	9,817,549
Activos no circulantes			
Marcas, patentes y otros	4,922,788	4,823,098	4,913,215
Inversión en acciones	1,652,682	1,585,698	1,634,721
Inmuebles, propiedades y equipo - Neto	2,430,377	1,760,761	2,159,455
Impuestos a la utilidad diferidos, activos diferidos y otros	772,935	763,048	729,810
Total de activos no circulantes	9,778,782	8,932,605	9,437,201
TOTAL	21,101,766	19,412,322	19,254,750
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE			
Pasivos circulantes			
Deuda a corto plazo y Porción circulante de la deuda a largo plazo	4,479,627	2,150,196	1,550,006
Proveedores	1,861,594	1,946,071	1,881,177
Otros pasivos circulantes	2,650,067	2,093,249	2,053,049
Impuesto sobre la renta	234,126	114,676	194,307
Total de pasivos circulantes	9,225,414	6,304,192	5,678,539
Pasivos no circulantes			
Créditos bursátiles	-	2,434,328	2,438,806
Préstamos bancarios a largo plazo	1,721,334	1,455,800	2,045,860
Impuestos a la utilidad diferidos y otros pasivos a largo plazo	415,762	496,801	317,437
Dividendos por pagar	800,000	800,000	800,000
Total pasivos	12,162,510	11,491,121	11,280,642
Capital contable			
Capital social	1,912,967	1,914,306	1,912,967
Utilidades retenidas	8,270,565	7,365,773	7,481,907
Efectos de conversión de entidades extranjeras	156,055	18,147	(20,025)
Recompra de acciones - neto	(1,400,331)	(1,377,025)	(1,400,741)
Total del capital contable	8,939,256	7,921,201	7,974,108
TOTAL	21,101,766	19,412,322	19,254,750

*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 2020

<i>Miles de pesos mexicanos</i>	2Q-2020
<i>Efectivo al inicio del período</i>	1,370,093
<i>Utilidad neta consolidada</i>	360,818
<i>Cargos a resultados sin flujo de efectivo:</i>	-
Depreciación y amortización	40,874
Impuestos a la utilidad	248,338
Intereses devengados y otros	102,757
	752,787
<i>Partidas relacionadas con actividades de operación:</i>	
Cuentas por cobrar a clientes	(312,389)
Impuestos por recuperar	(51,743)
Inventarios	(106,170)
Proveedores	149,241
Otros activos circulantes	42,290
Impuestos a la utilidad pagados	(354,189)
Otros pasivos circulantes	(42,907)
	(675,867)
<i>Flujos netos de efectivo de actividades de operación</i>	76,920
<i>Actividades de inversión:</i>	
Adquisición de inmuebles, propiedades y equipo	(167,894)
Ventas de equipo	20,488
Intereses cobrados	(347)
Otros activos	11,556
<i>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión</i>	(136,197)
<i>Actividades de financiamiento:</i>	
Pagos de préstamos de instituciones financieras y bursátiles	(114,605)
Préstamos obtenidos de instituciones financieras y bursátiles	150,000
Intereses pagados	(138,748)
Recompra de acciones	(643)
<i>Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento</i>	(103,996)
<i>Aumento (disminución) neta de efectivo y equivalentes de efectivo</i>	(163,273)
Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio	2,696
<i>Flujo de efectivo acumulado al cierre del período</i>	1,209,516
Menos fondo restringido	23,277
<i>Efectivo y equivalentes de efectivo al final del período</i>	1,186,239