

INFORMACIÓN  
RELEVANTE

**Ventas Netas del 1T-2021**  
crecieron  
**Ps. 213.2 millones;**  
**+6.4%** año contra año

**EBITDA del 1T-2021**  
alcanzó  
**Ps. 724.7 millones;**  
**+6.8%** año contra año

**Efectivos y equivalentes**  
al 1T-2021 cerró en  
**Ps. 1,824.3**

**Deuda Neta/EBITDA al**  
**1T-2021** cerró en  
**1.52x**

**CAPEX**  
al 31 de marzo de 2021,  
alcanzó  
**Ps. 178.7 millones**

## Genomma Lab Internacional Reporta Resultados del Primer Trimestre 2021

Ciudad de México, 28 de abril de 2021 – 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 2021. 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 2021, comparado con el mismo periodo de 2020:

	1T 2021	% Ventas	1T 2020	% Ventas	Var. %
<b>Ventas Netas</b>	<b>3,547.7</b>	<b>100.0%</b>	<b>3,334.5</b>	<b>100.0%</b>	<b>6.4%</b>
Utilidad Bruta	2,180.5	61.5%	2,061.6	61.8%	5.8%
Utilidad de Operación	686.8	19.4%	640.6	19.2%	7.2%
<b>EBITDA <sup>(1)</sup></b>	<b>724.7</b>	<b>20.4%</b>	<b>678.4</b>	<b>20.3%</b>	<b>6.8%</b>
Utilidad Neta	319.4	9.0%	373.6	11.2%	(14.5%)

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

### Comentarios del Director General

**Jorge Luis Brake, Director General de Genomma Lab, comentó:**

*“Cerramos con un sólido primer trimestre en 2021 a pesar de los impactos significativos que ha dejado el COVID-19. Es importante destacar que los resultados de Genomma permanecieron alineados con nuestras metas y objetivos estratégicos para impulsar el crecimiento sostenible a largo plazo y a su vez lograr sólidos niveles de rentabilidad y liquidez. Continuamos identificando oportunidades para capitalizar el increíble potencial de nuestra Compañía, particularmente en relación con la innovación tecnológica y de productos, mientras aprovechamos las tendencias de consumo actuales, que incluyen la busca continua hacia el bienestar y cuidado personal, a través de marcas confiables con tendencia creciente en el mundo digital; directrices que confiamos persistirán más allá de la actual pandemia.”*

**Añadió:** *“Me gustaría nuevamente reconocer a los empleados de Genomma que nos han permitido superar un sinnúmero de desafíos, demostrando que el poder colectivo de nuestra gente es el impulso y la clave de nuestro éxito. Nuestro equipo ha actuado eficaz y decisivamente con el objetivo de servir a nuestros clientes y comunidades en momentos críticos. El 2021 es el año de nuestra gente, por lo tanto, permanecemos alineados con la principal misión de nuestra Compañía: «empoderar a las personas para tener excelente salud y bienestar.»”*

## INFORMACIÓN CLAVE

### % Ventas por segmento:

 OTC 49.9%

 PC 50.1%



**Groomen®**

Nuevo rastrillo desechable

## Resumen Corporativo

Durante el primer trimestre de 2021, Genomma Lab ejecutó con éxito su estrategia de crecimiento basada en cuatro pilares, demostrando una operación resiliente a pesar de la coyuntura actual condicionada por la crisis sanitaria de la pandemia COVID-19.

Las Ventas Netas cerraron en Ps. 3,547.7 millones durante el primer trimestre de 2021, lo que representó un incremento de 6.4% comparado contra el mismo periodo de 2020. El incremento en ventas netas fue impulsado por la ejecución continua de las estrategias de crecimiento de la empresa, impulsadas por innovación y lanzamientos exitosos de productos durante el trimestre. Estos resultados se vieron afectados por impactos en la capacidad de consumo relacionados a la pandemia de COVID-19, así como al impacto negativo sin precedentes en las ventas de la categoría de antigripales por una inusual temporada débil de resfríos y casos de influenza. Asimismo, los resultados se vieron afectados por una base comparativa retardadora del primer trimestre de 2020, la cual incluyó un efecto de ventas de pánico ante la incertidumbre generada por la pandemia. En menor medida, los resultados se vieron afectados negativamente por la depreciación de algunas monedas locales en la región.

El margen EBITDA del trimestre alcanzó 20.4%; una mejora de margen de 10pbs en comparación con el mismo trimestre de 2020. El margen positivo es resultado de los ahorros alcanzados por el continuo enfoque en control de costos y gastos. El efecto positivo fue contrarrestado por un gasto extraordinario de Ps. 63.0 millones asociado a la migración de operaciones logísticas en México, así como a la reubicación del almacén central en Brasil. El margen de EBITDA del primer trimestre también se vio afectado por un incremento en los gastos operativos asociados con estrategias de innovación de producto y el lanzamiento de nuevos proyectos, así como a los gastos asociados con el inicio de operaciones en la Nueva Planta de Cuidado Personal en México y, en menor medida, por un efecto negativo en la mezcla de ventas debido a una disminución en ventas de categorías de mayor margen.

Los siguientes cuatro pilares continúan guiando la evolución de Genomma como parte de la Estrategia de Crecimiento e Innovación de la Compañía:

### **Innovación y Optimización del Portafolio**

Durante el primer trimestre de 2021, la Compañía ejecutó diferentes proyectos de innovación y optimización de portafolio, así como nuevos lanzamientos de productos. Algunos ejemplos destacables en México incluyen: el lanzamiento de la nueva línea de shampoo para el cuidado del cabello *Fermody® Keratina* y el relanzamiento de la marca *Sistema GB®* como tratamiento para la caída del cabello. Igualmente, durante el trimestre Genomma lanzó su nueva línea *Tío Nacho® Anti-daño*, shampoo de reparación profunda, y el relanzamiento de *Suerox® Infantil*, buscando cumplir con los

requerimientos regulatorios para quitar edulcorantes al producto final sin afectar el sabor ni los beneficios añadidos. Adicionalmente, la marca *Groomen*<sup>®</sup> consiguió posicionarse en el canal tradicional como un producto accesible, disruptivo y de excelente calidad, apoyado con el lanzamiento de sus nuevos rastrillos desechables.

Genomma en EE. UU. lanzó extensiones de línea adicionales durante el trimestre incluyendo, el gel antibacterial bajo la marca *Bufferin*<sup>®</sup> así como la nueva línea de vitaminas y suplementos bajo la marca *Next*<sup>®</sup> *Immune*.

Asimismo, durante el trimestre en Latinoamérica se ejecutaron importantes iniciativas como: la expansión de la línea de aguas micelares bajo las marcas *Teatrical*<sup>®</sup> y *Asepxia*<sup>®</sup>; el lanzamiento del nuevo SKU de *Piecidex*<sup>®</sup> en Argentina, crema antimicótica que proporciona una mejor absorción y secado de la piel y; el lanzamiento de *Tío Nacho*<sup>®</sup> *Reconstructor* en Brasil, con resultados importantes en su etapa de lanzamiento.

### Marketing y Ejecución Perfecta del Go-to-market

La Compañía logró un progreso continuo enfocado en expandir su presencia dentro de los canales de ventas con alto potencial de crecimiento, mediante estrategias disruptivas en marketing digital, incluyendo un especial enfoque en plataformas “e-commerce”. De igual forma, la Compañía amplió su presencia dentro del canal tradicional en sus operaciones de México, Sudamérica y Centroamérica alcanzando más de 400,000 puntos de venta al cierre del primer trimestre de 2021.

Durante el trimestre, la Compañía completó en México la prueba beta para lo que será su plataforma digital “*Gen-Order*”, herramienta diseñada para conectar directamente con los clientes, así como con puntos de venta dentro del canal tradicional, buscando impulsar la cartera de productos de Genomma con base en un disruptivo modelo logístico. Mediante esta implementación, la Compañía espera alcanzar de manera más rápida y eficiente un mayor número de puntos de venta.

### Cadena de Suministro de Clase Mundial

La planta de manufactura de cuidado personal y el almacén logístico central de Genomma Lab comenzaron formalmente operaciones durante el trimestre, tal como se informó el 24 de febrero de 2021. La línea de bebidas isotónicas de la marca *Suerox*<sup>®</sup> comenzó su producción con más de 2.4 millones de botellas producidas durante el trimestre. Se espera que los lotes iniciales de producción para las marcas de shampoo *Vanart*<sup>®</sup> y *Tío Nacho*<sup>®</sup> comiencen en las próximas semanas, así como líneas de producción adicionales a lo largo del año. La Compañía continua a la espera la certificación GMP por parte de la autoridad de sanitaria en México la “COFEPRIS”, para iniciar la operación de su planta OTC.

Como ya se reportó, el nuevo almacén logístico central de Genomma inició operaciones durante el trimestre con una exitosa migración y sin mayores interrupciones en la operación. De igual forma, el nuevo centro de distribución y almacén de la Compañía en Brasil comenzó operaciones de manera exitosa. El nuevo



GenOrder<sup>®</sup>  
Plataforma digital en México  
enfocado en el  
canal tradicional



Reubicación de las  
operaciones logísticas en  
Brasil

centro de distribución está ubicado en Extrema, Minas Gerais, un importante centro logístico en la región Sureste de Brasil, la cual permite el acceso a importantes vías logísticas hacia las regiones Sur, Sureste y Centro-Este de Brasil. Esta ubicación ayuda a garantizar de manera eficaz el abastecimiento de las compras en línea desde el almacén de Genomma, con base en la estrategia de la Compañía tanto para el canal “e-commerce” como en punto de venta, así como un mayor ahorro de costos a través de la implementación de procesos más eficientes.

## Cultura Corporativo y Organización

Genomma Lab dio a conocer su Estrategia de Sostenibilidad 2025: “*Un compromiso con el futuro*” durante el primer trimestre de 2021, alineada con la cultura y misión corporativa de la Compañía. La estrategia revisa las 10 áreas principales de operación de Genomma e incluye metas y objetivos claramente delineados, así como fechas específicas basadas en una evaluación exhaustiva del modelo de negocios de Genomma referentes a asuntos sociales, ambientales y de gobernanza.



**Estrategia de Sostenibilidad 2025**  
[\(Ver documento\)](#)

## México

Los ingresos de Genomma en México durante el primer trimestre de 2021 cerraron en Ps. 1,520.7 millones; una incremento año contra año del 4.2%, debido principalmente a nuevos lanzamientos y categorías, así como a las estrategias de crecimiento implementadas en el canal tradicional. Lo anterior fue contrarrestado por una disminución histórica en las ventas de la categoría antigripal, así como una base comparativa desafiante debido al efecto de ventas de pánico reportadas durante el primer trimestre de 2020. En menor medida, las ventas del primer trimestre de 2021 se vieron afectadas por un evento extraordinario en los niveles inventario, asociado con la migración al nuevo almacén y centro de distribución.

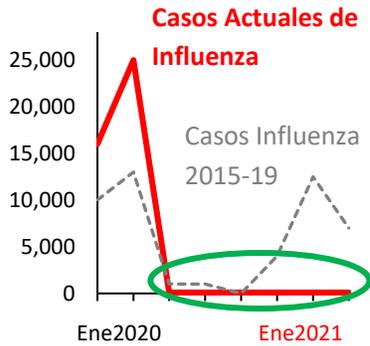
El margen EBITDA del trimestre cerró en 20.2%; una contracción del margen de 320pbs año contra año. La disminución del margen se debe principalmente a los gastos extraordinarios relacionados con las operaciones del nuevo Complejo Industrial Genomma, así como a las inversiones realizadas para estrategias de crecimiento y optimización durante el trimestre. En menor medida, la contracción del margen fue el resultado de una disminución en las ventas que derivó en un menor apalancamiento operativo, así como a un efecto negativo en la mezcla de ventas.

## EE. UU.

Genomma reportó durante el trimestre ventas netas de Ps. 336.8 millones, una disminución de 6.7% comparado al mismo periodo del año anterior. Esta disminución se debió principalmente a un impacto negativo por la disminución histórica en las ventas de la categoría antigripales, así como una base comparativa desafiante debido a las ventas de pánico relacionadas con la pandemia durante el primer trimestre de



**Tío Nacho®**  
extensión de línea  
en México  
[\(Ver video\)](#)



2020. En menor medida, se debe al efecto negativo en ventas por una menor depreciación del peso en relación con el dólar estadounidense durante el periodo.

El EBITDA para el primer trimestre de 2021 cerró con un margen negativo de 3.7%, debido principalmente a una disminución en las ventas que resultó en un menor apalancamiento operativo y, a un impacto negativo por el efecto en la mezcla de ventas, donde las ventas de las categorías de mayor margen, como aquellas relacionadas a la categoría antigripal disminuyeron durante el trimestre. En menor medida, el margen EBITDA del primer trimestre de 2021 se vio impactado por el incremento de los gastos relacionados con iniciativas de marketing digital y por un incremento en los gastos extraordinarios relacionados con ciertos costos operativos y logísticos.

## América Latina

Las Ventas Netas de las operaciones de Genomma en Latinoamérica alcanzaron los Ps. 1,690.2 millones; un incremento año contra año del 11.6%. El incremento en ventas fue impulsado por una sólida ejecución en toda la región liderada por la estrategia de los Cuatro Pilares de la Compañía, incluyendo lanzamientos de nuevos productos y extensiones de línea respaldadas por una excelente ejecución en el punto de venta y una mayor presencia y visibilidad dentro de los principales canales comerciales y de “e-commerce” de la región. En la región, países como Chile, Colombia, Perú y Bolivia alcanzaron un doble-digito de crecimiento. El crecimiento en ventas fue negativamente compensado por el impacto de la depreciación de las monedas en países como Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay, entre otros.



Nueva línea de **Aguas Micelares** para Latinoamérica  
[\(Ver video\)](#)

El margen EBITDA cerró en 23.9%, un incremento de 390pbs comparado con el mismo periodo del año 2020. Este incremento se debe principalmente al continuo enfoque por controlar los costos y gastos, así como al efecto positivo en la mezcla de ventas derivado del aumento en las ventas de productos de mayor margen así como al creciente apalancamiento operativo durante el primer trimestre de 2021.

## Nuevo Complejo Industrial Genomma

1er. **Town Hall** en el **Complejo Industrial** para reunirse y conectar con empleados



**+2.4 millones** de botellas de **Suerox<sup>®</sup>** producidas en 1T-2021



Línea de producción de bebidas isotónicas **Suerox<sup>®</sup>**

Se alcanzó una **capacidad de operación** del **+36%** en la Planta de Cuidado Personal



**Lotes de prueba finales**  
para las marcas de shampoo  
Tío Nacho® y Vanart®



**Línea de producción para Shampoo**

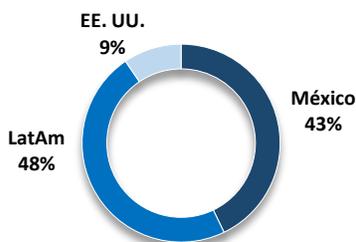


**+2,800 horas de operación**  
en planta de manufactura de  
Cuidado Personal

**Línea de producción para Shampoo Vanart®**



## Ventas Netas 1T-2021



\*Porcentaje de Ventas Consolidadas por Región del 1T-2021.

## Resultados Consolidados 1T-2021

**Ventas Netas del Primer Trimestre 2021** alcanzaron Ps. 3,547.7 millones; un aumento del 6.4% año contra año. El aumento se debe principalmente a la ejecución de estrategias de innovación de productos, extensiones de línea, e iniciativas de “go-to-market” para los diferentes canales de venta. Estos efectos fueron parcialmente compensados por una complicada base comparativa por las ventas de pánico relacionadas a la pandemia, registradas en 2020, así como al efecto por menores ventas de la categoría antigripal. En menor medida, las ventas netas se vieron afectadas por las depreciaciones de las monedas locales en diferentes regiones donde opera Genomma.

**EBITDA del Primer Trimestre 2021** incrementó Ps. 46.3 millones a Ps. 724.7 millones, comparado con el mismo período de 2020. El margen EBITDA del primer trimestre de 2021 cerró en 20.4%, un mejora en el margen de 10pbs en comparación con el margen del primer trimestre 2020. La mejora en el margen se debe al apalancamiento operativo resultado del crecimiento en ventas. Este efecto fue contrarrestado por los Ps. 63.0 millones de gasto extraordinario, asociado con la migración de las operaciones logísticas en México y Brasil, así como por las inversiones realizadas en plataformas digitales, visibilidad en el punto de venta y estrategias de crecimiento.

## Ventas por Categoría y Región

(En Millones de Pesos Mexicanos)

	Over-the-counter (OTC)			Cuidado Personal			Total		
	1T'21	1T'20	% Var.	1T'21	1T'20	% Var.	1T'21	1T'20	% Var.
México	803.3	870.8	(7.8)%	717.4	588.6	21.9%	1,520.7	1,459.4	4.2%
LatAm	803.5	611.6	31.4%	886.7	902.6	(1.8)%	1,690.2	1,514.2	11.6%
EE.UU.	164.0	223.1	(26.5)%	172.8	137.8	25.4%	336.8	360.9	(6.7)%
<b>Total</b>	<b>1,770.8</b>	<b>1,705.5</b>	<b>3.8%</b>	<b>1,776.9</b>	<b>1,629.0</b>	<b>9.1%</b>	<b>3,547.7</b>	<b>3,334.5</b>	<b>6.4%</b>

## Resultados por Región 1T-2021

### México

Las ventas netas para el primer trimestre de 2021 alcanzaron Ps. 1,520.7 millones; un incremento anual de 4.2%. El incremento de Ps. 61.3 millones se atribuye principalmente a la venta por nuevas categorías y extensiones de línea de productos. Estos efectos fueron parcialmente contrarrestados por el resultado de un entorno de consumo desafiante con una reducción significativa en consumo de productos antigripales, resultado de una temporada invernal históricamente débil de contagios de resfriados e influenza. En menor medida, las ventas fueron impactadas por una difícil base comparativa respecto al mismo trimestre del año anterior que incluían un incremento en ventas debido a compras de pánico por el inicio de la pandemia, así como, por el impacto temporal en los inventarios y venta, resultado de los movimientos logísticos realizados durante el primer trimestre del año.

### MÉXICO

Ventas en MXN: 1,520.7 millones

Margen EBITDA: 20.2%

El EBITDA del trimestre cerró en Ps. 307.7 millones con un margen EBITDA de 20.2%. El decremento de 320pb respecto al mismo periodo del año anterior se debe a los gastos de distribución no recurrentes asociados a la migración de operaciones logísticas en México por Ps. 63.0 millones, así como por inversiones asociadas a lanzamientos de nuevos productos y estrategias de marketing digital. Finalmente, el margen se vio afectado por un menor apalancamiento operativo y a un efecto negativo por mezcla de ventas.

## EE. UU.

**Ventas en MXN: 336.8 millones**

**Margen EBITDA: 3.7%**

## EE. UU.

Las ventas netas del primer trimestre de 2021 para las operaciones de Genomma en EE. UU. disminuyeron 6.7%, quedando en Ps. 336.8 millones. La Compañía sigue enfocada en fortalecer sus operaciones dentro de la región con lanzamientos de nuevos productos y nuevas categorías, así como una sólida estrategia de marketing digital. El desempeño de la categoría OTC durante el trimestre se vio afectada negativamente por una histórica debilidad en el consumo de productos relacionados a la temporada invernal. En menor medida, las ventas fueron impactadas por una complicada base comparativa de 2020, en donde, hubo un incremento en las ventas de productos antigripales como efecto al pánico por la pandemia COVID-19.

El EBITDA del trimestre cerró con un margen negativo de 3.7%, una contracción causada por un menor apalancamiento operativo, debido a un decremento en las ventas de productos de mayor contribución al margen, así como por las inversiones realizadas en innovación, expansión y estrategias de marketing; así como por los gastos extraordinarios relacionados con distribución y operaciones logísticas.

## LATINOAMÉRICA

**Ventas en MXN: 1,690.2 millones**

**Margen EBITDA: 23.9%**

## Latinoamérica

Las ventas netas del trimestre crecieron 11.6% año contra año, alcanzando los Ps. 1,690.2 millones. Expresado en moneda local, las ventas durante el trimestre también tuvieron un aumento de doble dígito. El incremento en ventas se debió principalmente a una ejecución exitosa en el punto de venta con iniciativas de visibilidad, así como a estrategias de lanzamiento de productos y extensiones de líneas en toda la región. En menor medida, se debe al incremento en los puntos de venta atendidos dentro del canal tradicional. Esto fue negativamente compensado por el impacto derivado de la depreciación de algunas monedas locales en la región.

El EBITDA para el primer trimestre de 2021 alcanzó los Ps. 404.3 millones, en comparación con Ps. 302.8 millones para el mismo periodo del 2020, alcanzando un margen de EBITDA del 23.9%; una expansión de +390pbs en el margen en comparación con el mismo periodo del año anterior. Esto se debió principalmente a las eficiencias alcanzadas en costos y gastos, así como a una mezcla positiva de ventas y un mayor apalancamiento operativo resultado del incremento de ventas en el trimestre.

### Moneda Local Expresada en MXN

	<b>ARS* (39.8%)</b>
	<b>BRL (19.7%)</b>
	<b>UYU (6.8%)</b>
	<b>PYG (1.3%)</b>

\* Variación del tipo de cambio al final del periodo

## Otros Resultados del Estado de Resultados 1T-2021

**La Utilidad Bruta** aumentó 5.8%, alcanzando los Ps. 2,180.5 millones en el primer trimestre de 2021, en comparación con Ps. 2,061.6 millones durante el mismo periodo en 2020. El margen bruto para el trimestre tuvo un decremento de 30pbs, cerrando en 61.5%, debido principalmente a un incremento en los costos por la depreciación de las monedas locales de algunos países donde opera la Compañía

**Los Gastos Generales, de Venta, Mercadotecnia y Administración** del trimestre decrecieron como porcentaje de las ventas netas, representando un 41.0% de las ventas en el trimestre, en comparación con 41.5% para el mismo periodo en 2020. La mejora en margen se debe principalmente al enfoque continuo de la Compañía en el control de gastos.

**La Utilidad Neta** cerró en Ps. 319.4 millones durante el primer trimestre de 2021, una disminución de Ps. 54.2 millones en comparación con la utilidad neta de 2020. Dicha disminución es principalmente resultado del incremento en los impuestos a la utilidad por los efectos fiscales derivados de la repatriación de dividendos de subsidiarias internacionales. En menor medida, el decremento se debe a un aumento en el costo integral de financiamiento, como resultado de las pérdidas reconocidas por tipo de cambio.

## Resultados No-Operativos 1T-2021

**El Resultado Integral de Financiamiento** representó un gasto de Ps. 129.1 millones en el primer trimestre de 2021, en comparación con los Ps. 74.2 millones en el primer trimestre de 2020. La variación negativa de Ps. 54.9 millones se debe principalmente a: i) un decremento neto de Ps. 119.4 millones año contra año en la utilidad (pérdida) cambiaria; y en menor medida a ii) una disminución neta de Ps. 2.1 millones en los ingresos financieros. Lo anterior fue compensado por i) una disminución neta por Ps. 40.9 millones en los gastos por intereses durante el primer trimestre de 2021 en comparación al mismo período de 2020 y, ii) un decremento de Ps. 25.7 millones en la posición monetaria de la Compañía en sus subsidiarias hiperinflacionarias durante el primer trimestre de 2021 en comparación al primer trimestre de 2020.

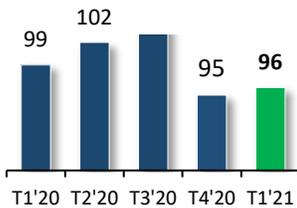
**Los Impuestos a la Utilidad** para el primer trimestre de 2021 alcanzaron los Ps. 262.2 millones, en comparación con los Ps. 206.1 millones registrados durante el primer trimestre de 2020. El incremento se debe principalmente a los efectos fiscales derivados de la repatriación de dividendos de subsidiarias en el extranjero.

Disminución de  
**Ps. 40.9 millones** en  
**Gastos por Intereses**

Días de Cuentas por Cobrar (Clientes)

	1T20	4T20	1T21
México	121	144	132
LatAm	112	80	111
EE.UU.	93	55	75
<b>Consolidado</b>	<b>114</b>	<b>105</b>	<b>107</b>

Ciclo de Conversión de Efectivo (Días)



**Deuda Neta/EBITDA** cerró en **1.52x**

Un balance total de **37,988,578 acciones** en el **Fondo de Recompra** al 31 de marzo de 2021

## Posición Financiera

**El Capital de Trabajo** se ajustó durante el trimestre y el ciclo de conversión de efectivo cerró en 96 días; una variación positiva de 3 días en comparación con el 31 de marzo de 2020:

- **Cuentas por Cobrar** alcanzaron los Ps. 4,175.5 millones al 31 de marzo de 2021. Los días de las cuentas por cobrar consolidadas ascendieron a 107; un decremento de 3 días en comparación con el cierre de marzo de 2020.
- **Inventarios** alcanzaron los Ps. 2,336.4 millones al 31 de marzo de 2021. Los días de inventarios ascendieron a 156; sin variación en comparación con el cierre de marzo de 2020.
- **Proveedores** alcanzaron los Ps. 1,972.7 millones al 31 de marzo de 2021. Los días de proveedores decrecieron a 167 días, contra los 171 días registrados al 31 de marzo de 2020. La reducción de 4 días se debe a la aceleración de los acuerdos de pago para aprovechar ciertas oportunidades de descuento.

**Activos Fijos.** La Compañía invirtió Ps. 178.7 millones en los primeros tres meses del año 2021, principalmente en inversiones relacionadas con la construcción del nuevo Complejo Industrial Genomma, ubicado en el Estado de México.

**Deuda Neta Financiera** decreció en comparación con el 31 de marzo de 2020:

- **Efectivo y Equivalentes** alcanzó Ps. 1.824.3 millones al 31 de marzo de 2021, lo que representa un incremento año contra año del 33.1%.
- **Deuda Bruta Financiera** alcanzó los Ps. 6,329.9 millones al 31 de marzo de 2021 en comparación con Ps. 6,177.8 millones en marzo de 2020; un aumento de Ps. 152.1 millones año contra año. La deuda a largo plazo de la Compañía representó el 67.6% de la deuda bruta financiera al final del primer trimestre de 2021.
- **Deuda Neta Financiera** alcanzó Ps. 4,505.6 millones al 31 de marzo de 2021; un decremento de Ps. 302.1 millones en comparación al cierre de marzo de 2020.

**Programa de Recompra de Acciones.** Durante los tres meses terminados el 31 de marzo de 2021, la Compañía recompró un total de 1,322,786 acciones, lo que representó una inversión total estimada de Ps. 27.5 millones.

**Flujo Libre de Efectivo de Operaciones.** Excluyendo las inversiones realizadas en el nuevo Complejo Industrial Genomma, el flujo para los tres meses terminados el 31 de marzo de 2021 habría alcanzado Ps. 166.6 millones. La mayor parte del flujo generado durante el año se invirtió en proyectos industriales y de capital de trabajo de la Compañía para impulsar el crecimiento.

## Ratios Financieros

	T1-2021
EBITDA / Intereses Pagados	7.0x
Deuda Neta / EBITDA	1.5x

**Acciones contra el COVID-19.** Con el fin de garantizar una mínima interrupción en la operación, se han implementado una serie de iniciativas y estrategias de crecimiento, basadas en la estrategia de 4 pilares de la Compañía, con un enfoque de mitigar los potenciales impactos del COVID-19 y alcanzar las metas de crecimiento sostenible planteadas.

**Responsabilidad social.** Genomma refrenda su compromiso con el entorno a través del lanzamiento de su nueva estrategia de Sostenibilidad 2025 “*Un compromiso con el futuro*”, documento alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) planteados por la ONU.

## CONFERENCIA DE RESULTADOS 1T-2021

**Jueves, 29 de abril de 2021**  
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-2021 Genomma Lab](#)

**Para participar,  
favor de llamar:**

**Estados Unidos:**

+1 877-407-0784

**Internacional:**

+1 201-689-8560

**Recibe una llamada:**

[Call Me Link](#)

## 1T-2021 Otros Eventos Relevantes

- [Genomma Lab Internacional presenta su Estrategia de Sostenibilidad 2025 “Un compromiso con el futuro”](#)  
“Este plan de sostenibilidad refleja el compromiso a mediano y largo plazo que tiene Genomma Lab con el entorno, considerando aspectos sociales, ambientales y de gobernanza”
- [Acceso a documentos Proxy para Asamblea Anual 2020](#)  
“La Asamblea General Ordinaria Anual de Accionistas de Genomma Lab Internacional S.A. de C.V. se celebrará el próximo 30 de abril de 2021”

### Información adicional

- [Impacto de Nuevas Normas de Contabilidad \(29 de abril de 2019\)](#)
- [Genomma Lab Internacional Informe Anual Integrado 2019](#)
- [Estados Financieros Auditados 2019 \(Formato XBRL\)](#)

### Cobertura de Analistas

Al 28 de abril de 2020, LAB B cuenta con 14 coberturas: Actinver Casa de Bolsa, Banco Itaú BBA, Barclays Bank, BBVA Bancomer, BTG Pactual US Capital, Credit Suisse Casa de Bolsa, GBM Grupo Bursátil Mexicano, Grupo Financiero Banorte, HSBC Securities (USA), Invex Grupo Financiero, J.P. Morgan Securities, Monex Grupo Financiero, UBS Casa de Bolsa y Vector Casa de Bolsa.

### 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](mailto:investor.relations@genommalab.com)

**Barbara Cano, InspiR Group**

Tel: +1 (646) 4|52-2334

[barbara@inspirgroup.com](mailto:barbara@inspirgroup.com)

[www.genommalab.com/inversionistas/](http://www.genommalab.com/inversionistas/)

**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 2021 y 2020

Miles de pesos mexicanos

	PRIMER TRIMESTRE			
	2021	%Ventas	2020	%Ventas
Ingresos - Netos	3,547,650	100.0%	3,334,536	100.0%
Costo de ventas	1,367,183	38.5%	1,272,916	38.2%
<b>Utilidad bruta</b>	<b>2,180,467</b>	<b>61.5%</b>	<b>2,061,620</b>	<b>61.8%</b>
Gastos de venta y administración	1,454,712	41.0%	1,384,517	41.5%
Otros (ingresos) gastos	1,078	0.1%	(1,251)	(0.0)%
<b>EBITDA</b>	<b>724,677</b>	<b>20.4%</b>	<b>678,354</b>	<b>20.3%</b>
Depreciación y amortización	37,902	1.0%	37,798	1.1%
<b>Utilidad de operación</b>	<b>686,775</b>	<b>19.4%</b>	<b>640,556</b>	<b>19.2%</b>
Gastos financieros	(88,426)	(2.5)%	(129,301)	(3.9)%
Ingresos financieros	3,423	0.1%	5,500	0.2%
Ganancia cambiaria	23,333	0.7%	142,694	4.3%
Pérdida por posición monetaria en subsidiaria inflacionaria	(67,465)	(1.9)%	(93,133)	(2.8)%
<b>Resultado integral de financiamiento</b>	<b>(129,135)</b>	<b>(3.6)%</b>	<b>(74,240)</b>	<b>(2.2)%</b>
Participación en la utilidad de asociadas	23,944	0.7%	13,389	0.4%
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>581,584</b>	<b>16.4%</b>	<b>579,705</b>	<b>17.4%</b>
Impuestos a la utilidad	262,166	7.4%	206,072	6.2%
<b>Utilidad neta consolidada</b>	<b>319,418</b>	<b>9.0%</b>	<b>373,633</b>	<b>11.2%</b>

**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 2021 y 2020 y al 31 de diciembre de 2020

<i>Miles de pesos mexicanos</i>	<b>Al 31 de marzo de</b>		<b>Al 31 de diciembre de</b>
	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2020</b>
<b>ACTIVO</b>			
<b>Activos circulantes</b>			
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,824,276	1,370,093	2,103,870
Clientes - Neto	4,175,509	4,097,748	4,027,382
IVA por recuperar	1,699,342	1,527,950	1,669,847
Otras cuentas por cobrar	1,629,147	1,343,610	1,613,649
Inventarios - Neto	2,336,398	2,073,425	2,045,983
Pagos anticipados	666,882	863,667	576,743
<b>Total de activos circulantes</b>	<b>12,331,554</b>	<b>11,276,493</b>	<b>12,037,474</b>
<b>Activos no circulantes</b>			
Marcas, patentes y otros	4,884,118	4,937,800	4,851,459
Inversión en acciones	1,724,934	1,613,417	1,700,991
Inmuebles, propiedades y equipo - Neto	2,955,014	2,273,139	2,795,312
Impuestos a la utilidad diferidos, activos diferidos y otros	707,149	754,776	690,527
Activos por derechos de uso	51,401	50,822	56,853
<b>Total de activos no circulantes</b>	<b>10,322,616</b>	<b>9,629,954</b>	<b>10,095,142</b>
<b>ACTIVOS TOTALES</b>	<b>22,654,170</b>	<b>20,906,447</b>	<b>22,132,616</b>
<b>PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>			
<b>Pasivos circulantes</b>			
Deuda a corto plazo y Porción circulante de la deuda a largo plazo	2,048,127	1,952,456	1,970,239
Proveedores	1,972,666	1,714,008	1,644,766
Otros pasivos circulantes	2,614,629	2,601,460	2,686,346
Impuesto sobre la renta	353,283	331,150	275,791
Pasivos por arrendamientos a corto plazo	33,222	15,243	36,829
<b>Total de pasivos circulantes</b>	<b>7,021,927</b>	<b>6,614,317</b>	<b>6,613,971</b>
<b>Pasivos no circulantes</b>			
Créditos bursátiles	2,485,977	2,441,044	2,484,386
Préstamos bancarios a largo plazo	1,795,756	1,784,307	1,969,361
Impuestos a la utilidad diferidos y otros pasivos a largo plazo	670,293	543,822	609,928
Dividendos por pagar	800,000	800,000	800,000
Pasivos por arrendamientos a largo plazo	19,469	39,507	20,783
<b>Total de pasivos</b>	<b>12,793,422</b>	<b>12,222,997</b>	<b>12,498,429</b>
<b>Capital contable</b>			
Capital social	1,912,967	1,914,306	1,912,967
Utilidades retenidas	9,114,470	7,973,563	8,876,426
Efectos de conversión de entidades extranjeras	(6,367)	196,608	(22,359)
Recompra de acciones - neto	(1,160,322)	(1,401,027)	(1,132,847)
<b>Total del capital contable</b>	<b>9,860,748</b>	<b>8,683,450</b>	<b>9,634,187</b>
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>	<b>22,654,170</b>	<b>20,906,447</b>	<b>22,132,616</b>

\*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 2021

<i>Miles de pesos mexicanos</i>	<b>1T-2021</b>
<b><i>Efectivo al inicio del período</i></b>	<b>2,103,870</b>
<b><i>Utilidad neta consolidada</i></b>	<b>319,418</b>
<b><i>Cargos a resultados sin flujo de efectivo:</i></b>	
Depreciación y amortización	39,312
Impuestos a la utilidad	262,166
Intereses devengados y otros	126,765
	<b>747,661</b>
<b><i>Partidas relacionadas con actividades de operación:</i></b>	
Cuentas por cobrar a clientes	(150,168)
IVA por recuperar	(29,697)
Inventarios	(293,289)
Proveedores	334,281
Otros activos circulantes	(97,372)
Impuestos a la utilidad pagados	(273,333)
Otros pasivos circulantes	(70,817)
	<b>(580,395)</b>
<b><i>Flujos netos de efectivo de actividades de operación</i></b>	<b>167,266</b>
<b><i>Actividades de inversión:</i></b>	
Adquisición de inmuebles, propiedades y equipo	(179,331)
Ventas de equipo	(16,286)
Intereses cobrados	3,399
<b><i>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión</i></b>	<b>(192,218)</b>
<b><i>Actividades de financiamiento:</i></b>	
Pagos de préstamos de instituciones financieras y bursátiles	(882,064)
Préstamos obtenidos de instituciones financieras y bursátiles	800,000
Intereses pagados	(80,156)
Recompra de acciones	(27,475)
Venta de acciones recompradas	-
Pago de pasivos por arrendamiento	(17,103)
<b><i>Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento</i></b>	<b>(206,798)</b>
<b><i>Aumento (disminución) neta de efectivo y equivalentes de efectivo</i></b>	<b>(231,750)</b>
Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio	(47,844)
<b><i>Flujo de efectivo acumulado al cierre del período</i></b>	<b>1,824,276</b>
Menos fondo restringido	44,456
<b><i>Efectivo y equivalentes de efectivo al final del período</i></b>	<b>1,779,820</b>