

INFORMACIÓN RELEVANTE

Ventas Netas a 12M 2021
crecieron
Ps. 1,589.5 millones;
+11.5% año contra año

EBITDA a 12M 2021
creció **+10.0%**, con un
margen del **20.8%**

Utilidad Operativa 12M 2021
incrementó
Ps. 294.9 millones; +10.7%
año contra año

El indicador de
apalancamiento
Deuda Neta/EBITDA del
4T-2021 cerró en **1.45x**

Las Inversiones de Capital
en la Planta de Manufactura
a 12 meses terminados
el 31 de diciembre de 2021,
alcanzaron
Ps. 616.6 millones.

Genomma Lab Internacional Reporta Resultados del Cuarto Trimestre y Año Completo 2021

Ciudad de México, 23 de febrero de 2021 – **Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.** (BMV: LAB B) (“Genomma Lab” o “la Compañía”), da a conocer los resultados correspondientes al cuarto trimestre y año completo terminado el 31 de diciembre de 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 presenta un Estado de Resultados abreviado, en millones de pesos. El margen para cada cifra representa la razón a ventas netas y el cambio porcentual de cada periodo en 2021, comparado con el mismo periodo auditado de 2020:

	4T 2021	% Ventas	4T 2020 ⁽²⁾	% Ventas	Var. %
Ventas Netas	4,062.7	100.0%	3,471.4	100%	+17.0%
Utilidad Bruta	2,562.0	63.1%	2,158.2	62.2%	+18.7%
Utilidad de Operación	850.7	20.9%	680.9	19.6%	+24.9%
EBITDA⁽¹⁾	889.9	22.0%	720.3	20.7%	+23.6%
Utilidad Neta	359.2	8.8%	326.8	9.4%	+9.9%

	12M 2021	% Ventas	12M 2020 ⁽²⁾	% Ventas	Var. %
Ventas Netas	15,459.7	100.0%	13,870.2	100.0%	+11.5%
Utilidad Bruta	9,549.0	61.8%	8,588.1	61.9%	+11.2%
Utilidad de Operación	3,062.9	19.8%	2,768.0	20.0%	+10.7%
EBITDA⁽¹⁾	3,215.8	20.8%	2,923.0	21.1%	+9.8%
Utilidad Neta	1,451.0	9.4%	1,470.4	10.6%	(1.3)%

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

2) Los ajustes de auditoría del año fiscal 2020 se asignaron al cuarto trimestre de 2020 como se presenta en este documento.

Comentarios del Director General

Jorge Brake, Director General, comentó: “El año 2021 ha sido denominado como el ‘Año de nuestra gente’ para Genomma Lab, el cual nos ha brindado la oportunidad para poner a prueba la capacidad de nuestro equipo para adaptarse a las siempre cambiantes circunstancias en la región a la par de generar un crecimiento en ventas y rentabilidad históricos para la Compañía. 2021 también marcó el aniversario número 25 de Genomma Lab, lo que nos posiciona como una empresa relativamente joven que continúa creciendo y evolucionando impulsada por el único propósito compartido que nos guía: empoderar a las personas para tener una excelente salud y bienestar”.

Y añadió: “A partir de este trimestre, destacaremos nuestro esfuerzo empleado en lograr iniciativas de crecimiento inorgánico y alianzas estratégicas como un nuevo pilar dentro de la estrategia de crecimiento de Genomma. Continuaremos capitalizando las oportunidades comerciales que vayan de la mano de los valores y objetivos a largo plazo de la Compañía, buscando explotar nuestras capacidades únicas de fabricación y comercialización. Durante 2022, profundizaremos y ampliaremos nuestra posición de liderazgo en nuevas categorías que agregarán valor a nuestro portafolio de marcas, aprovechando nuestra posición privilegiada en la región como el socio ideal para el crecimiento y la innovación en los próximos años”.

INFORMACIÓN CLAVE

% Ventas del 4T-2021
por segmento:

 OTC 58.8%

 PC 41.2%



Nuevo
Cicatricure® Gold Lift
Sérum Facial

Resumen Corporativo

Genomma Lab obtuvo su tercer año consecutivo de crecimiento, obteniendo en 2021 consistentes niveles de ventas y rentabilidad a pesar de los continuos factores macroeconómicos externos, con desafíos relacionados a la logística y cadena de suministro, así como la aún presente contingencia por la pandemia.

Las Ventas Netas durante los 12 meses de 2021 alcanzaron Ps. 15,459.7 millones; un incremento del 11.5%, año contra año. Las Ventas Netas del cuarto trimestre de 2021 de Genomma cerraron en Ps. 4,062.7 millones; un incremento año contra año del 17.0%. El incremento en ventas del cuarto trimestre se atribuyó principalmente a iniciativas de innovación destacando diversas extensiones de línea, un sólido desempeño de nuevas categorías, así como a agresivas campañas de marketing y publicidad. En menor medida, el aumento de las ventas fue impulsado por una ligera recuperación de la categoría de anti-gripales a fines de diciembre.

El margen EBITDA del cuarto trimestre cerró en 21.9%; un incremento de 120 pbs, año contra año. La expansión del margen se atribuye principalmente a un apalancamiento operativo derivado del crecimiento en ventas, así como al éxito continuo de las estrategias operativas durante el trimestre, incluido, entre otros, un continuo enfoque en la eficiencia de costos y gastos. Estos efectos fueron parcialmente impactados por gastos extraordinarios relacionados con el lanzamiento de nuevos productos y extensiones de línea durante el trimestre.

Genomma actualizó formalmente su estrategia de crecimiento, agregando dos pilares estratégicos adicionales los cuales son **Crecimiento Inorgánico y Alianzas Estratégicas**, así como **Comunicación y Marketing Integral**. A continuación, una actualización de las acciones relevantes realizadas durante el trimestre:

Innovación de Producto y Optimización del Portafolio

Genomma continuó priorizando la innovación, a través extensiones de línea y lanzamientos de nuevos productos como importantes impulsores de crecimiento, reflejados en los resultados del año completo 2021. Durante el cuarto trimestre de 2021, Genomma impulsó estrategias en las diferentes regiones donde opera, ejemplos de los cuales son: 1) En México, el lanzamiento de la extensión de línea de Shot-C®, con absorción mejorada de vitamina C a través de una presentación conveniente y accesible; así como la ampliación del catálogo “*affordable luxury*” con la introducción de Cicatricure® Gold Lift Sérum Facial; 2) En Latinoamérica, el lanzamiento de Medicasp® sachet en Perú, dirigido al canal tradicional; en Argentina el lanzamiento de Tio Nacho® Células Madres, una nueva línea de shampoo y acondicionador en extensión para cabello graso con jalea real y células madre vegetales; y el lanzamiento de Triaptop®, un nuevo shampoo anticaspa adicionado con queratina; y 3) En EE.UU. el lanzamiento de Suerox® Lemon-Lime Lift con zinc que estimula el sistema inmunológico.



Ejemplo Implementación de **Estrategia Comercial** en el Punto de Venta



Línea de Recubrimiento de Sólidos en Nueva Planta Farma



Campaña "Testimonios" para Groomen ([Ver video](#))

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

Durante el trimestre, Genomma continuó con su exitosa implementación de su estrategia comercial obteniendo fuertes avances reflejados tanto en el ecosistema físico (estrategias en el punto de venta) como en medios electrónicos. Además, Genomma amplió su presencia dentro del canal tradicional para México, Colombia y la región Andina, generando una distribución acelerada de marcas clave como Suerox[®], X-Ray[®] y Medicasp[®].

Asimismo, Genomma fortaleció su posición en *e-commerce* durante el cuarto trimestre de 2021 apoyado de estrategias comerciales con clientes clave, alcanzando posiciones privilegiadas en las búsquedas de marcas como Cicatricure[®], Suerox[®], Novamil[®], entre otras.

Cadena de Suministro

El 2021 fue un año clave para Genomma, con una cadena de suministro fortalecida que permitió a la Compañía obtener una importante ventaja competitiva frente a sus competidores. Asimismo, el 2021 estuvo marcado por la reciente aprobación por parte de la COFEPRIS de la certificación de buenas prácticas de fabricación (GMP, por sus siglas en inglés) de las líneas de producción de sólidos y semisólidos en la planta Farma del nuevo clúster industrial.

Durante el cuarto trimestre de 2021, las líneas de producción de sólidos y semisólidos han iniciado su etapa de producción para el mercado nacional. En cuanto a la Planta de Fabricación de Bebidas y Cuidado Personal, durante el trimestre las líneas de producción de Suerox[®], Shampoo y Pomadas han culminado sus fases de instalación y han alcanzado un estimado de 6.5 millones de botellas de Suerox, 470 mil botellas de shampoo y 122 mil botellas de pomada por mes de producción respectivamente.

Las inversiones relacionadas con la planta de manufactura de Genomma alcanzaron Ps. 616,6 millones durante el año 2021. Los gastos pre-operativos y de producción en el trimestre se estimaron en Ps. 36.9 millones para el cuarto trimestre de 2021.

Comunicación y Marketing Integral

Genomma introduce este nuevo pilar buscando resaltar la inversión y desarrollo empleado durante el último año en la más avanzada forma de comunicación con los consumidores. Como parte de nuestra estrategia de comunicación generamos contenidos a través de nuestro Departamento de Producción Audiovisual. Los ejemplos más relevantes incluyen la campaña publicitaria "Testimonios" para Groomen[®], que impulsó las ventas de la categoría un +50% durante la segunda mitad de 2021, en comparación con las ventas durante la segunda mitad de 2020; así como la nueva campaña publicitaria de Suerox[®] para México, buscando posicionar la marca como una bebida para "todas las ocasiones".

Crecimiento Inorgánico y Alianzas Estratégicas

Durante el cuarto trimestre de 2021, Genomma Lab y la subsidiaria de Oramed, Oravax Medical, anunciaron una alianza estratégica para desarrollar el proyecto de comercialización de la vacuna oral para COVID-19, que podría beneficiar a millones de personas en México y América Latina como una opción más rápida, más fácil, y sin necesidad de cadena fría. La nueva asociación se basa en las fortalezas de Oravax Medical y Genomma Lab para crear valor para ambas empresas y sus accionistas.

Sostenibilidad y Cultura Corporativa

Genomma fue incluida por primera vez en el S&P Global Sustainability Yearbook 2022 como una de las 10 empresas mexicanas en recibir este reconocimiento por sus prácticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG). La edición de 2022 evaluó a más de 7,500 empresas en 61 industrias a nivel mundial y muestra a las empresas con mejor desempeño en términos de métricas financieras ASG. La inclusión en el Yearbook se basa en el desempeño en términos de sustentabilidad considerando al 15% superior de la industria por categoría y en una calificación ASG de S&P Global dentro del 30% de las compañías con mejor desempeño de la industria.

México

Las ventas netas de Genomma en el cuarto trimestre de 2021 en México alcanzaron un crecimiento año contra año de 25.6%, cerrando en Ps. 1,846.6 millones. El aumento de Ps. 376.2 millones en las ventas se debe principalmente a iniciativas que impulsaron una mayor participación de mercado dentro de categorías clave, así como a nuevas extensiones de línea de marcas clave en el país. Algunos ejemplos incluyen: El lanzamiento de extensión de línea para Tío Nacho® con una nueva presentación de empaque 100% sustentable; el lanzamiento del gel micelar Asepxia® Gen para impulsar la expansión de la categoría; y el desempeño de la extensión de línea Alli-Triple® alcanzando importantes niveles de participación de mercado en su primer año a través de un sólido marketing en las tiendas del canal de farmacia. En menor medida, los productos antigripales tuvieron una ligera recuperación durante diciembre debido al incremento de casos de la variante de Covid-19, Ómicron, con síntomas y tratamiento similares a la gripe común.

El margen EBITDA del cuarto trimestre de 2021 cerró en 22.6%; una expansión del margen de 80pbs en comparación al cuarto trimestre de 2020. Esta mejora en el margen se debe principalmente al efecto positivo por apalancamiento operativo derivado del crecimiento en ventas, un manejo efectivo en el control de costos y gastos, estrategias de incremento de precios que ayudaron a contrarrestar efectos macroeconómicos adversos, así como una reducción de los gastos no recurrentes asociados con el nuevo Clúster Industrial de Genomma.

Member of
Dow Jones
Sustainability Indices
Powered by the S&P Global CSA

Incluidos en
S&P Global Sustainability
Yearbook
([click aquí para leer más](#).)



Tío Nacho®
Presentación con empaque
100% sustentable



Suerox® “Lemon-Lime Lift”
Nuevo sabor en EE.UU.



Triatop®
Nuevo shampoo anti-caspa
en Argentina

EE. UU.

La operación de Genomma en Estados Unidos cerró con un incremento del 1.6% en las ventas netas del cuarto trimestre de 2021, alcanzando los Ps. 327.2 millones. Las ventas en la región se vieron afectadas por la demora en la ejecución de estrategias de ventas con importantes clientes, resultado por un adverso flujo de tráfico en operaciones en tiendas físicas. Esto fue parcialmente compensado por un sólido desempeño de las marcas de categorías antigripales a finales de diciembre de 2021, así como una agresiva expansión de Suerox® dentro de los puntos de venta en Puerto Rico, reflejada en ventas récord para la marca durante el cuarto trimestre de 2021.

El margen EBITDA del cuarto trimestre de 2021 cerró en 6.2%; una contracción de 130pb comparado al mismo periodo del año 2020. El EBITDA de la región se vio afectado por gastos extraordinarios relacionados con distribución, marketing y lanzamientos de nuevos productos para respaldar el nuevo modelo de negocio operativo de Genomma.

Latinoamérica

Las ventas netas del cuarto trimestre de 2021 en Latinoamérica alcanzaron los Ps. 1,888.9 millones; un incremento año contra año del 12.5 % en comparación con las cifras auditadas de 2020. El aumento de las ventas se atribuyó principalmente a la sólida ejecución de estrategias de innovación y expansión de participación de mercado, así como al aumento en el número de puntos de venta atendidos dentro de la región. El incremento en ventas durante el trimestre fue afectado por la depreciación en el tipo de cambio de países clave donde opera la compañía

El margen EBITDA de Latinoamérica cerró en 23.9%; una expansión de 90pbs en comparación con el cuarto trimestre de 2020. La expansión del margen se debe principalmente por un efecto de mezcla de ventas positivo, un mayor apalancamiento operativo resultado del incremento en ventas de doble dígito, así como a una estrategia de incremento de precios que ayudó a compensar las afectaciones por inflación en los costos de materias primas.

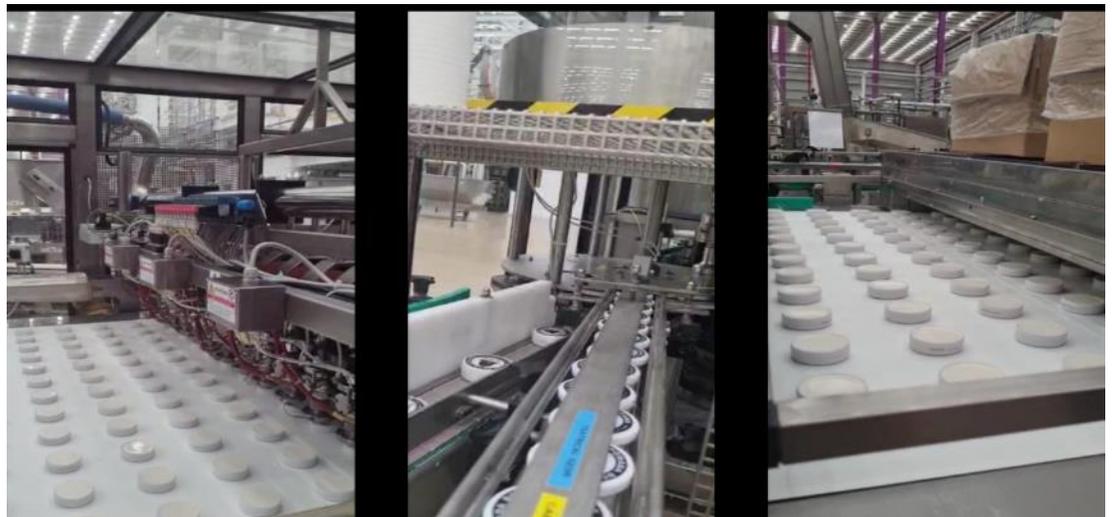
Nueva Planta de Manufactura

Línea de Manufactura de **Bebidas Isotónicas** fabricando los **8 sabores** de Suerox®



Planta de Cuidado Personal (**Línea de Manufactura Suerox®**)

Proceso de “ramp-up” para **Línea de Manufactura de Pomadas**



Planta de Cuidado Personal (**Línea de Manufactura Pomadas**)

Línea de Manufactura de Shampoos
Ha terminado etapa “ramp-up”
(**+450mil botellas/mes**)



Planta de Cuidado Personal (**Línea de Manufactura Shampoo**)

Proceso de calibración para
Línea de Manufactura Semi-sólidos

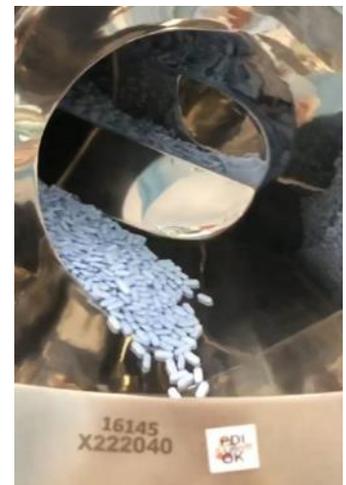


Reactor de Producción Ekato (**Línea de Manufactura Semi-Sólidos**)

Lotes de prueba para
Línea de Manufactura Sólidos

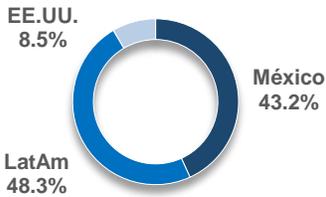


Contenedores Pastilerros (**Línea de Manufactura Sólidos**)



Recubridor & Granulador (**Línea de Manufactura Sólidos**)

Venta 12M 2021*



*Porcentaje de Ventas Consolidadas por región de los 12 meses de 2021.

Ventas Netas 4T-2021

incrementaron
+17.0%,
año contra año

+120bps de expansión de
margen EBITDA
año contra año

Resultados Consolidados Año Completo 2021

Las Ventas Netas del Año Completo 2021 alcanzaron Ps. 15,459.8 millones; un aumento del 11.5% en comparación con 2020. El incremento de Ps. 1,589.5 millones en ventas se debe principalmente a una eficiente ejecución de la estrategia operativa de Genomma, apoyada en la innovación de productos, la expansión de nuevas categorías, una mayor presencia en el canal tradicional y medios electrónicos, así como a menores restricciones relacionadas con el COVID-19 en algunos países donde opera la empresa.

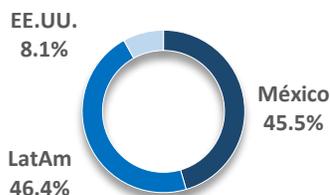
El EBITDA del Año Completo 2021 fue de Ps. 3,210.1 millones, en comparación con Ps. 2,923.0 millones en 2020. El margen EBITDA del año completo 2021 cerró en 20.8%. La contracción del margen EBITDA en 30pb se debe principalmente la depreciación en el tipo de cambio en algunas regiones donde opera la compañía, al impacto negativo por efectos inflacionarios de algunas materias primas, así como a los gastos no recurrentes relacionados con el lanzamiento de nuevos productos y las inversiones en plataformas de comercio electrónico. En menor medida, la contracción del margen también se debió a un efecto negativo en la mezcla de ventas de productos de menor margen, así como a las inversiones realizadas para iniciar las operaciones del Clúster Industrial de Genomma.

Resultados Consolidados 4T-2021

Ventas Netas del Cuarto Trimestre 2021 alcanzaron Ps. 4,062.7 millones; un incremento de 17.0% comparado con las cifras del mismo período de 2020. El incremento en ventas se debe principalmente a la implementación exitosa de estrategias de innovación de productos, destacando nuevas extensiones de línea, un sólido desempeño de nuevas categorías, así como agresivas campañas de marketing en medios y en el punto venta para las operaciones en México y Latinoamérica. En menor medida, el aumento de las ventas fue impulsado por una ligera recuperación de la categoría de antigripales a finales de diciembre.

EBITDA del Cuarto Trimestre 2021 alcanzó Ps. 889.9 millones, un incremento de Ps. 169.6 millones sobre el EBITDA auditado del cuarto trimestre 2020. El margen EBITDA del cuarto trimestre de 2021 cerró en 21.9%, una mejora de 120pbs en comparación con los resultados auditados del mismo periodo del 2020. Lo anterior se debe al apalancamiento operativo resultante del incremento en ventas, a un efecto de mezcla de ventas favorable, así como a continuas eficiencias operativas. En menor medida, la mejora del margen fue impulsada por las estrategias de incremento de precios implementadas durante el último trimestre de 2021.

Ventas Netas 4T-2021



**Porcentaje de Ventas Consolidadas por región de los últimos 3 meses de 2021.

MÉXICO

Ventas (MXN): 1,846.6 millones

Margen EBITDA: 22.6%

EE. UU.

Ventas (MXN): 327.2 millones

Margen EBITDA: 6.2%

Ventas por Categoría y Región

(En millones de Pesos mexicanos)

	Libre Venta (OTC)			Cuidado Personal (PC)			Total		
	4T20	4T21	% Var.	4T20	4T21	% Var.	4T20	4T21	% Var.
México	845.1	1,120.1	32.5%	625.3	726.5	16.2%	1,470.4	1,846.6	25.6%
LatAm	662.5	1,053.5	59.0%	1,013.1	835.4	(17.5)%	1,675.6	1,888.9	12.6%
EE. UU.	202.6	213.9	5.6%	119.3	113.3	(5.0)%	321.9	327.2	1.6%
Total	1,710.2	2,387.5	39.6%	1,757.7	1,675.2	(4.7)%	3,467.9	4,062.7	17.2%

	Libre Venta (OTC)			Cuidado Personal (PC)			Total		
	2020	2021	% Var.	2020	2021	% Var.	2020	2021	% Var.
México	3,364.5	3,631.8	7.9%	2,565.7	3,048.5	18.8%	5,930.2	6,680.3	12.6%
LatAm	2,759.1	4,002.6	45.1%	3,637.9	3,459.5	(4.9)%	6,397.0	7,462.1	16.6%
EE. UU.	1,090.1	821.3	(24.7)%	449.4	496.0	10.4%	1,539.5	1,317.3	(14.4)%
Total	7,213.7	8,455.7	17.2%	6,653.0	7,004.0	5.3%	13,866.7	15,459.7	11.5%

Resultados por Región 4T-2021

México

Las Ventas Netas para el cuarto trimestre de 2021 alcanzaron Ps. 1,846.6 millones; un incremento de 25.6%, año contra año. El incremento de Ps. 376.2 millones se debe principalmente a iniciativas que impulsaron la obtención de una mayor participación de mercado dentro de categorías clave, así como nuevas extensiones de línea. En menor medida, se observó una ligera recuperación en ventas por parte de productos de la categoría antigripales durante diciembre debido a la variante Ómicron, cuya sintomatología es similar a la gripe común para la mayoría de los infectados.

El EBITDA del trimestre alcanzó Ps. 417.5 millones, con un margen de 22.6%. La mejora de 80pb en el margen comparado contra la información auditada del cuarto trimestre de 2020, es resultado de un mayor apalancamiento operativo derivado del incremento en ventas, una eficiencia en el control de costos y gastos, estrategias de incremento de precios para contrarrestar afectaciones en el costo de venta por el entorno macroeconómico actual y, finalmente, una leve reducción de los gastos pre-operativos del nuevo Clúster Industrial de Genomma.

EE. UU.

Las ventas netas del cuarto trimestre de 2021 en Estados Unidos incrementaron 1.6%, para cerrar en Ps. 327.2 millones, esto se debe en parte a una mayor presencia en los principales medios de comercio electrónico, así como a lanzamientos de nuevos productos en Puerto Rico y California. Esto se vio impactado negativamente por el retraso en las estrategias de ventas programadas para el 4T debido al impacto que ha ocasionado la pandemia en las operaciones en tiendas.

El margen EBITDA del cuarto trimestre de 2021 cerró en 6.2%; una contracción de 130pb comparado al mismo periodo del año 2020. El EBITDA de EE.UU se vio afectado por gastos extraordinarios relacionados con distribución, marketing y lanzamientos de nuevos productos para respaldar el nuevo modelo de negocio operativo de Genomma.

LATINOAMÉRICA

Ventas (MXN): 1,888.9 millones

Margen EBITDA: 23.9%

Monedas Locales Expresadas en MXN

	ARS* (15.6%)
	CLP (7.1%)
	COP (5.0%)
	BRL (2.4%)
	UYU (2.1%)

* Tipo de cambio al cierre del periodo.

Latinoamérica

Las ventas netas del trimestre aumentaron 12.6% año contra año, alcanzando los Ps. 1,888.9 millones. El incremento de las ventas se debió principalmente a exitosas estrategias de innovación y expansión apoyadas del incremento en el número de puntos de venta atendidos en la región. Esto fue parcialmente compensado por un impacto negativo en la depreciación de monedas en algunos países donde opera Genomma.

El EBITDA del cuarto trimestre de 2021 alcanzó Ps. 452.2 millones, en comparación con los Ps. 385.3 millones para el mismo período del año 2020. El margen EBITDA del trimestre cerró en 23.9%; una expansión de 90pb en comparación con las cifras del cuarto trimestre 2020. Esto se debió principalmente a un mayor apalancamiento operativo resultado del incremento en ventas de doble dígito, así como a estrategias de incremento de precios implementadas durante el trimestre que ayudaron a contrarrestar afectaciones en el costo de venta por el entorno macroeconómico actual.

Otros Resultados del Estado de Resultados 4T-2021

La utilidad Bruta incrementó 18.7% para cerrar en Ps. 2,562.0 millones en el cuarto trimestre de 2021, en comparación con Ps. 2,158.2 millones de 2020. El margen bruto incrementó 90pb, para cerrar en 63.1%. Lo anterior se debió principalmente a un efecto de mezcla de ventas favorable atribuida a una ligera recuperación de la categoría de antigripales a finales de diciembre. Esto fue negativamente afectado por una inflación en los costos asociados a la venta, así como al impacto por la depreciación en el tipo de cambio en algunas regiones donde opera la compañía.

Los Gastos Generales, de Venta, Mercadotecnia y Administración, cerraron en 41.2% como porcentaje de ventas, para el cuarto trimestre de 2021, en comparación con 36.7% reportados al cierre del cuarto trimestre de 2020. El incremento se debió principalmente a la contratación de más de 750 promotores, quienes se incorporaron a la nómina de la Compañía, a raíz de la promulgación de la Reforma Laboral Mexicana en materia de subcontratación. En menor medida, este efecto se debió a ciertas inversiones realizadas en marketing, iniciativas digitales, así como a inversiones en canales comerciales para aumentar las ventas netas.

Resultado No-Operativo 4T-2021

El Resultado Integral de Financiamiento representó un gasto de Ps. 193.5 millones en el cuarto trimestre de 2021, comparado con Ps. 241.8 millones de las cifras auditadas de 2020. La variación de Ps. 48.3 millones se debe principalmente a: i) un incremento neto de Ps. 105.3 millones año contra año en la ganancia cambiaria; así como ii) un ligero incremento neto de Ps. 5.3 millones en los ingresos financieros. Esto fue negativamente afectado por: i) un incremento de Ps. 60.0 millones en la pérdida relacionada a la posición monetaria en Argentina; ii) así como un incremento de Ps. 2.3 millones en el gasto financiero durante el cuarto trimestre de 2021 en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Los Impuestos a la Utilidad para el cuarto trimestre de 2021 alcanzaron Ps. 245.3 millones, comparado con Ps. 154.7 millones de acuerdo a la información auditada correspondiente al cuarto trimestre del 2020.

Utilidad Neta alcanzó Ps. 359.2 millones en el cuarto trimestre de 2021, un incremento de Ps. 155.8 millones comparado con cifras auditadas del cuarto trimestre de 2020. El incremento en la utilidad neta se debe principalmente a una mayor utilidad de la operación para el trimestre, así como a un menor costo de financiamiento integral. En menor medida, la mejora en la utilidad neta fue el resultado de una menor tasa de impuestos efectiva reportada en comparación con el mismo trimestre de 2020.

La Utilidad Neta del cuarto trimestre de 2021 se vio impactada negativamente por los resultados de la compañía asociada de Genomma, Grupo Comercial e Industrial Marzam, S.A.P.I. de CV (“Grupo Marzam”), de la cual Genomma tiene participación minoritaria no controladora. Excluyendo este efecto, la utilidad neta de Genomma para el cuarto trimestre de 2021 habría alcanzado Ps. 411.9 millones, en comparación con Ps. 284.4 millones para el cuarto trimestre de 2020, excluyendo Marzam. Esto representa un incremento de Ps. 127.4 millones, o 45% año contra año, en la utilidad neta del cuarto trimestre de 2021 para Genomma. Es importante mencionar que lo anterior es una pérdida no relacionada a efectivo.

Posición Financiera

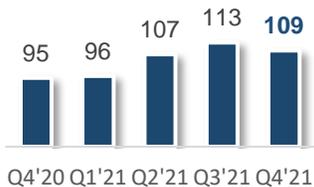
El Capital de Trabajo se ajustó durante el trimestre y el ciclo de conversión de efectivo cerró en 109 días; una mejora de 4 días contra el cierre de septiembre de 2021:

Días de Cuentas por Cobrar (Clientes)

	4T20	3T21	4T21
México	144	143	149
Latinoamérica	80	79	66
EE. UU.	55	71	59
Consolidado	105	106	100

- **Cuentas por Cobrar** alcanzaron Ps. 4,293.3 millones al 31 de diciembre de 2021. Los días de cuentas por cobrar alcanzaron los 100 días; un decremento de 6 días comparado contra el tercer trimestre de 2021. El decremento se debió principalmente a una continua mejora en la gestión e iniciativas de cobranza alcanzadas durante el trimestre.
- **Inventarios** alcanzaron Ps. 2,138.5 millones al 31 de diciembre de 2021. Los días de inventarios alcanzaron 130 días; un decremento de 24 días comparado con el tercer trimestre de 2021. Lo anterior es resultado de la mejora en la ejecución y control de inventarios como resultado de la operación del nuevo sistema de planeación de la demanda (S&OP).
- **Proveedores** alcanzaron Ps. 1,443.9 millones al 31 de diciembre de 2021. Los días de proveedores disminuyeron a 26 días, de 147 días reportados al cierre de 30 de septiembre de 2021. Esto se debe principalmente a acuerdos de pago alcanzados para poder aprovechar oportunidades y estrategias de descuento por cierre de año.

Ciclo de Conversión de Efectivo (Días)



Deuda Neta/EBITDA

cerró en **1.45x**
al cierre del 4T-2021

Un balance total de
44,562,667 acciones
en el **Programa de Recompra**
al 31 de diciembre de 2021

Activos Fijos. La Compañía invirtió Ps. 616.6 millones en los doce meses que terminaron el 31 de diciembre de 2021, principalmente relacionados a la construcción de la nueva planta de manufactura ubicada en el Estado de México.

Impuestos por Recuperar, principalmente saldos en proceso de recuperar de IVA e impuestos a la utilidad. La posición disminuyó Ps. 219.6 millones durante 2021.

Deuda Financiera Neta al cierre del 2021 incrementó en comparación al cierre del año 2020:

- **Efectivo y Equivalentes** alcanzaron Ps. 1,254.5 millones al 31 de diciembre de 2021, lo que representó un decremento de 40.4% durante 2021, principalmente relacionado al pago de la deuda.
- **Deuda Bruta Financiera** alcanzó Ps. 5,904.3 millones al 31 de diciembre de 2021, comparado con Ps. 6,424.0 millones al cierre de 2020, lo que representó un decremento de Ps. 519.6 millones año contra año. La deuda total de largo plazo de la Compañía representó 64.9% de la deuda total al cierre de 2021.
- **Deuda Neta Financiera** alcanzó Ps. 4,649.8 millones al cierre del cuarto trimestre de 2021; un incremento de Ps. 329.7 millones comparado con el 31 de diciembre de 2020.

Programa de Recompra de Acciones. Durante los tres meses que terminaron el 31 de diciembre de 2021, la Compañía recompró 2,802,499 acciones, representando una inversión de Ps. 53.2 millones.

Flujo Libre de Efectivo de Operaciones. Excluyendo las inversiones en la nueva planta de manufactura de la Compañía, el flujo libre de efectivo hubiera alcanzado Ps. 1,433.9 millones para los doce meses de 2021. La mayoría del flujo de efectivo generado durante el año fue invertida en la Planta de Cuidado Personal y el nuevo Almacén Central, así como en inversiones en capital de trabajo para impulsar las estrategias de crecimiento.

Ratios Financieros

	4T-2021
EBITDA / Interés Pagados	7.24x
Deuda Neta / EBITDA	1.45x

CONFERENCIA DE RESULTADOS

Jueves 24 de febrero 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

Webcast:

[Conferencia de Resultados 4T y
Año Completo 2021
de Genomma Lab](#)

Para participar,
favor de llamar:

Estados Unidos:

+1 877-407-0784

Internacional:

+1 201-689-8560

Recibe la llamada:

[Call Me Link](#)

4T-2021 Eventos Relevantes

- [Genomma Lab Internacional informa Pago de Dividendo](#)
“La Compañía presentó el Aviso de Derechos, comunicando el pago de un dividendo a los accionistas por la cantidad total de \$400,000,000.00 M.N.”
- [Genomma Lab y Oravax Medical anuncian Alianza Estratégica para Desarrollar el Proyecto de Comercialización de la Vacuna Oral para COVID-19 en México](#)
“La nueva alianza estratégica se construye a partir de las respectivas fortalezas de Oravax Medical y Genomma Lab para crear valor para ambas empresas y sus accionistas”

Información adicional

- [Impacto de Nuevas Normas de Contabilidad \(29 de abril de 2019\)](#)
- [Genomma Lab Internacional Informe Anual 2020](#)
- [Estados Financieros Auditados 2020 \(XBRL\)](#)

Cobertura de Analistas

Al 23 de febrero de 2021, LAB B cuenta con 13 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, 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**).



Member of
**Dow Jones
Sustainability Indices**
Powered by the S&P Global CSA

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:

Relación con Inversionistas

Tel: +52 (55) 5081-0075

investor.relations@genommalab.com

Barbara Cano, InspIR Group

Tel: +1 (646) 452-2334

barbara@inspigroup.com

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

Para los tres y doce meses terminados el 31 de diciembre de 2021 y 2020

Miles de pesos mexicanos

	CUARTO TRIMESTRE				ACUMULADO		
	2021	%Ventas	2020*	%Ventas	2021	%Ventas	2020*
Ingresos - Netos	4,062,733	100.0%	3,471,378	100.0%	15,459,675	100.0%	13,870,148
Costo de ventas	1,500,721	36.9%	1,313,197	37.8%	5,910,701	38.2%	5,282,059
Utilidad bruta	2,562,012	63.1%	2,158,181	62.2%	9,548,974	61.8%	8,588,089
Gastos de venta y administración	1,681,058	41.4%	1,274,362	36.7%	6,394,055	41.4%	5,511,024
Otros (ingresos) gastos	(8,987)	(0.2)%	163,515	4.7%	(55,174)	(0.4)%	154,102
EBITDA	889,941	21.9%	720,304	20.7%	3,210,093	20.8%	2,922,963
Depreciación y amortización	39,260	1.0%	39,375	1.1%	147,197	1.0%	154,961
Utilidad de operación	850,681	20.9%	680,929	19.6%	3,062,896	19.8%	2,768,002
Gastos financieros	(99,251)	(2.4)%	(96,977)	(2.8)%	(444,222)	(2.9)%	(461,107)
Ingresos financieros	9,616	0.2%	4,337	0.1%	65,428	0.4%	31,396
Ganancia cambiaria	3,548	0.1%	(101,757)	(2.9)%	(25,505)	(0.2)%	10,782
Pérdida por posición monetaria en subsidiaria inflacionaria	(107,406)	(2.6)%	(47,393)	(1.4)%	(334,725)	(2.2)%	(178,132)
Resultado integral de financiamiento	(193,493)	(4.8)%	(241,790)	(7.0)%	(739,024)	(4.8)%	(597,061)
Participación en la utilidad de asociadas	(52,734)	(1.3)%	42,378	1.2%	(10,378)	(0.1)%	66,270
Utilidad antes de impuestos	604,454	14.9%	481,517	13.9%	2,313,494	15.0%	2,237,211
Impuestos a la utilidad	245,281	6.0%	154,725	4.5%	862,497	5.6%	766,833
Utilidad neta consolidada	359,173	8.8%	326,792	9.4%	1,450,997	9.4%	1,470,378

*Cifras consolidadas auditadas.

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

Para los doce meses terminados el 31 de diciembre de 2021 y 2020 y al 30 de septiembre de 2021

Miles de pesos mexicanos	Al 31 de diciembre de		Al 30 de septiembre de
	2021	2020	2021
ACTIVO			
Activos circulantes			
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,254,542	2,103,870	1,755,220
Clientes - Neto	4,293,252	4,027,382	4,385,775
IVA por recuperar	1,450,296	1,669,847	1,528,632
Otras cuentas por cobrar*	1,750,664	1,613,649	1,930,903
Inventarios - Neto	2,138,541	2,045,983	2,441,728
Pagos anticipados	654,441	576,743	644,681
Total de activos circulantes	11,541,736	12,037,474	12,686,939
Activos no circulantes			
Marcas, patentes y otros	4,961,106	4,851,459	4,952,167
Inversión en acciones	1,712,431	1,700,991	1,743,347
Inmuebles, propiedades y equipo - Neto	3,310,255	2,795,312	3,199,894
Impuestos a la utilidad diferidos, activos diferidos y otros	892,765	690,527	601,667
Activos por derechos de uso	48,772	56,853	46,889
Total de activos no circulantes	10,925,329	10,095,142	10,543,964
TOTAL	22,467,065	22,132,616	23,230,903
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE			
Pasivos circulantes			
Porción circulante de la deuda a largo plazo	2,072,309	1,970,239	2,331,623
Proveedores	1,443,850	1,644,766	1,781,774
Otros pasivos circulantes	2,582,807	2,686,346	2,615,096
Impuesto sobre la renta	461,517	275,791	386,070
Pasivos por arrendamientos a corto plazo	32,818	36,829	30,744
Total de pasivos circulantes	6,593,301	6,613,971	7,145,307
Pasivos no circulantes			
Créditos bursátiles	2,490,384	2,484,386	2,488,886
Préstamos bancarios a largo plazo	1,341,649	1,969,361	1,465,248
Impuestos a la utilidad diferidos y otros pasivos a largo plazo	603,698	609,928	716,526
Dividendos por pagar	408,244	800,000	800,000
Pasivos por arrendamientos a largo plazo	23,717	20,783	20,133
Total pasivos	11,460,993	12,498,429	12,636,100
Capital contable			
Capital social	1,912,967	1,912,967	1,912,967
Utilidades retenidas	10,352,785	8,876,426	9,955,776
Efectos de conversión de entidades extranjeras	(47,927)	(22,359)	(38,464)
Recompra de acciones - neto	(1,211,753)	(1,132,847)	(1,235,476)
Total del capital contable	11,006,072	9,634,187	10,594,803
TOTAL	22,467,065	22,132,616	23,230,903

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

GENOMMA LAB INTERNACIONAL, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS**ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO CONSOLIDADO**

Para los tres y doce meses terminados el 31 de diciembre de 2021

Miles de pesos mexicanos	4T-2021	2021
Efectivo al inicio del período	1,755,220	2,103,870
Utilidad neta consolidada	359,173	1,450,997
Cargos a resultados sin flujo de efectivo:		
Depreciación y amortización	41,153	154,215
Impuestos a la utilidad	245,281	862,497
Intereses devengados y otros	207,850	639,060
	853,457	3,106,769
Partidas relacionadas con actividades de operación:		
Cuentas por cobrar a clientes	54,660	(369,821)
IVA por recuperar	76,270	213,720
Inventarios	282,611	(163,982)
Proveedores	(324,248)	(167,412)
Otros activos circulantes	(84,289)	(310,448)
Impuestos a la utilidad pagados	(189,662)	(838,432)
Otros pasivos circulantes	12,648	(22,877)
	(172,010)	(1,659,252)
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	681,447	1,447,517
Actividades de inversión:		
Adquisición de inmuebles, propiedades y equipo	(153,050)	(630,209)
Adquisición de subsidiarias	(21,819)	(21,819)
Ventas de equipo	2,844	5,904
Otros activos	(135,025)	(119,494)
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(307,050)	(765,618)
Actividades de financiamiento:		
Pagos de préstamos de instituciones financieras y bursátiles	(553,363)	(2,576,053)
Préstamos obtenidos de instituciones financieras y bursátiles	170,518	2,053,614
Intereses pagados	(87,250)	(418,912)
Recompra de acciones	(53,176)	(155,805)
Efecto por transacciones con acciones propias	76,899	76,899
Venta de acciones recompradas	(15,417)	(57,051)
Pago de dividendos a accionistas	(391,756)	(391,756)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	(853,545)	(1,469,064)
Aumento (disminución) neta de efectivo y equivalentes de efectivo	(479,148)	(787,165)
Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio	(21,530)	(62,163)
Flujo de efectivo acumulado al cierre del período	1,254,542	1,254,542
Menos fondo restringido	43,927	43,927
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del período	1,210,615	1,210,615