

INFORMACIÓN  
RELEVANTE

**Ventas Netas del 1T-2022**  
crecieron **Ps. 467.2 millones;**  
**+13.2%** año contra año

**EBITDA del 1T-2022**  
alcanzó  
**Ps. 826.6 millones;**  
un incremento de **+14.1%**  
año contra año

**Efectivos y equivalentes**  
al cierre de 1T-2022  
alcanzó **Ps. 1,553.4 millones**

**Deuda Neta/EBITDA** cerró  
en **1.17x** al cierre del  
**1T-2022**

**Las Inversiones de Capital** en la Planta de  
Manufactura al 31 de marzo  
de 2022, alcanzaron  
**Ps. 59.7 millones**

## Genomma Lab Internacional Reporta Resultados del Primer Trimestre 2022

Ciudad de México, 27 de abril de 2022 – 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 2022. 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 2022, comparado con el mismo periodo de 2021:

	1T 2022	% Ventas	1T 2021	% Ventas	Var. %
<b>Ventas Netas</b>	<b>4,014.8</b>	<b>100.0%</b>	<b>3,547.7</b>	<b>100.0%</b>	<b>13.2%</b>
Utilidad Bruta	2,513.2	62.6%	2,180.5	61.5%	15.3%
Utilidad de Operación	775.2	19.3%	686.8	19.4%	12.9%
<b>EBITDA <sup>(1)</sup></b>	<b>826.6</b>	<b>20.6%</b>	<b>724.7</b>	<b>20.4%</b>	<b>14.1%</b>
Utilidad Neta	339.2	8.4%	319.4	9.0%	6.2%

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 Brake, Director General de Genomma Lab, comentó:** “La estrategia de Genomma ha ganado una tracción significativa, muestra de ello es que volvimos a romper récord en ventas y rentabilidad para un solo periodo trimestral. Iniciamos un año 2022 con el propósito de identificar y capitalizar las oportunidades comerciales que impulsen los objetivos a largo plazo de la Compañía, buscando explotar nuestras capacidades únicas de fabricación y comercialización. Por lo tanto, hemos realizado importantes esfuerzos para implementar alianzas estratégicas innovadoras, enfocadas en el cliente final, buscando adaptarnos las siempre cambiantes tendencias de consumo.”

**Añadió:** “Sabemos que durante 2022 continuaremos superando diversos desafíos macroeconómicos y políticos, para los cuales tenemos la confianza de seguir resolviendo con el apoyo de nuestra amplia red de socios, proveedores y clientes, marcando la importancia que esto no habría sido posible sin el esfuerzo de nuestros colaboradores en quienes se ha permeado un presente sentido de compromiso a lo largo de todas las áreas de nuestra organización”

## INFORMACIÓN CLAVE

### % Ventas por segmento 1T-2022:

 **OTC 56.8%**

 **PC 43.2%**



**Nuevo Tafirolito®**  
Tabletas masticables para  
niños en Latinoamérica

## Resumen Corporativo

Genomma Lab entregó sólidos resultados para el primer trimestre de 2022; consiguiendo un nuevo trimestre consecutivo de crecimiento y rentabilidad para la Compañía.

Las Ventas Netas cerraron en Ps. 4,014.8 millones durante el primer trimestre de 2022, lo que representó un incremento de 13.2% comparado contra el primer trimestre de 2021, reflejo de una sólida ejecución de la estrategia de crecimiento de Genomma. Estos resultados fueron parcialmente contrarrestados por obstáculos macroeconómicos, particularmente la depreciación de algunas monedas locales en los países donde opera Genomma.

El margen EBITDA del trimestre cerró en 20.6%; una mejora de margen de 20pbs en comparación con el mismo trimestre de 2021. La mejora en el margen se atribuye principalmente a un efecto positivo de mezcla de ventas, a un estricto control de los costos y gastos, así como a estrategias de precio mitigaron con éxito las afectaciones relacionadas al macroeconómico actual.

A continuación, un breve resumen de los avances del primer trimestre de 2022 relacionadas con relación a la estrategia de crecimiento de Genomma:

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

La compañía consiguió implementando estrategias de innovación y optimización en su portafolio, incluyendo lanzamientos de nuevos productos y extensiones de línea en aquellas regiones donde opera Genomma. Ejemplos destacados incluyeron: 1) Lanzamiento en México de Tío Nacho® Purificación, una extensión de línea de shampoo y acondicionador con células madre vegetales añadidas, que brinda propiedades purificantes y desintoxicantes al mismo tiempo que equilibra el exceso de oleosidad. 2) Lanzamiento en Argentina de las tabletas masticables de paracetamol para niños Tafirolito®; en Brasil el lanzamiento de la extensión de la línea Lakesia® Pro para el tratamiento del pie de atleta, y 3) la introducción en EE. UU. de Tuko!® Sinus con un portafolio de tres nuevos SKU (tabletas, jarabe y spray nasal) para el segmento de congestión nasal.

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

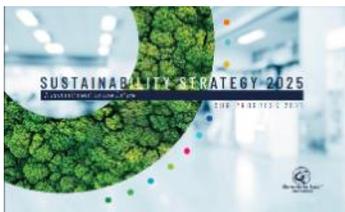
La compañía incrementó su presencia en el punto de venta durante el primer trimestre de 2022 con una sólida ejecución de la estrategia comercial que reflejó una mayor distribución dentro del canal tradicional y de farmacias independientes, además, se presentaron mejoras en la presencia de medios electrónicos. Marcas clave como Suerox®, Cicatricure® y Groomen® nuevamente tuvieron un buen desempeño en todas las regiones donde Genomma tiene presencia.



Plataforma digital para  
**Novamil®**  
[\(Visita Sitio Web\)](#)



Nueva Campaña de  
**Cicatricure**  
[\(Ver video\)](#)



Actualización Estrategia  
de Sustentabilidad  
[\(Ver documento\)](#)

Genomma lanzó con éxito la prueba piloto del sitio [novamil3.com](http://novamil3.com), enfocado en alcanzar consumidor final en México, presentando fuertes resultados relacionados a este canal.

## Manufactura y Cadena de Suministro

Las líneas de manufactura de Shampoo y Pomadas en la planta de cuidado personal de Genomma iniciaron su producción, alcanzando aproximadamente, 500 mil botellas de shampoo y 400 mil pomadas producidas al mes, adicionales a los siete millones de botellas producidas en la línea de manufactura de Bebidas Isotónicas, alcanzando un nivel de eficiencia del 88% durante el primer trimestre de 2022.

En la planta de manufactura de productos farmacéuticos, la línea de fabricación de semisólidos de Genomma logró una eficiencia del 85% durante el primer trimestre de 2022, funcionando a una tasa de producción de +5,000 tubos por hora.

Las inversiones relacionadas con la planta de manufactura durante los primeros tres meses de 2022 alcanzaron los Ps. 59.7 millones.

## Comunicación y Marketing Integral

Genomma introdujo varias campañas agresivas de medios externos buscando impulsar nuevas extensiones de líneas y lanzamientos de nuevos productos en todas las regiones donde tiene presencia. Ejemplos destacables incluyen el lanzamiento de la campaña Tío Nacho® Purificación, para el mercado mexicano; la introducción de más de 10 nuevos comerciales de televisión (TVC) en Argentina para impulsar el crecimiento de marcas clave como Tafirol®, Teatrical® y Cicatricure®; y la introducción de 10 nuevos TVCs en Chile relacionados a Cicatricure® Gold Lift, posicionando el nuevo producto Cicatricure® Gold Serum dentro de este mercado.

## Sostenibilidad y Cultura Corporativa

Genomma presentó el informe “Nuestro Progreso: Estrategia de Sustentabilidad 2025”, actualizando a nuestros grupos de interés y público en general sobre los logros y avances de la Compañía en materia de sustentabilidad a la fecha así como las formas en que se puede contribuir al logro de dichas metas.

## México

Los ingresos de Genomma en México durante el primer trimestre de 2022 cerraron en Ps. 1,567.0 millones. El rendimiento de las ventas se vio mermado por la contingencia logística global, acarreado una escases en algunas materias primas que impidieron que la Compañía capturara la demanda inesperadamente alta de las categorías antigripales y fórmula infantil. Estos efectos fueron compensados por una ejecución exitosa de la estrategia de nuevas extensiones de líneas y una fuerte comunicación con en el punto de venta dentro de la región.

## MÉXICO

**Ventas (MXN): 1,567.0 millones**

**EBITDA Margin: 20.2%**

## EE.UU.

**Ventas (MXN): 412.5 millones**

**EBITDA Margin: 7.3%**

## LATINOAMÉRICA

**Ventas (MXN): 2,035.3 millones**

**EBITDA Margin: 23.5%**

### Monedas Locales Expresadas en MXN

	<b>ARS* (19.5%)</b>
	<b>CLP (9.8%)</b>
	<b>COP (8.3%)</b>
	<b>PYG (2.4%)</b>

\* Tipo de cambio al cierre del periodo.

Ejemplos de dichas estrategias son las nuevas campañas de marketing para Tío Nacho® y Groomen® y la introducción al segmento de sueros Cicatricure® Gold Lift como se describe, entre otros.

El margen EBITDA del trimestre cerró en 20.2%. El margen EBITDA se vio afectado por las inversiones realizadas durante el trimestre buscando impulsar la visibilidad en el punto de venta. Estos efectos negativos fueron parcialmente compensados por una reducción en los gastos no recurrentes asociados con el nuevo clúster industrial de Genomma.

## EE. UU.

Genomma reportó durante el trimestre ventas netas de Ps. 412.5 millones, un incremento de 22.5% comparado al mismo periodo del año anterior. El crecimiento de doble dígito para la región se debió principalmente a un fuerte desempeño de las categorías relacionadas a la temporada invernal, así como a un sólido desempeño de nuestro negocio de Bebidas Isotónicas. Suerox®, sigue mostrando un fuerte crecimiento, con un aumento de más del doble en las ventas, año contra año. TukoI®, Cicatricure®, Tío Nacho® and Dragon® también presentaron crecimiento de doble dígito. Las ventas del primer trimestre de 2022 en EE. UU. también se beneficiaron del sólido desempeño dentro del canal de e-commerce, presentando crecimiento en participación del doble con Amazon.

El margen EBITDA para el primer trimestre de 2022 cerró en 7.3%, una expansión de 360pbs, principalmente debido al control eficiente de costos y gastos, así como un efecto positivo en la mezcla de ventas de productos de mayor margen durante el trimestre y al apalancamiento operativo resultante del incremento en ventas.

## América Latina

Las Ventas Netas de las operaciones de Genomma en Latinoamérica alcanzaron los Ps. 2,035.3 millones; un incremento año contra año del 20.4%. Países como Argentina, Colombia, Brasil y Perú presentaron crecimiento de doble dígito en moneda local resultado de exitosos nuevos lanzamientos de productos y extensiones de línea. Esto fue parcialmente compensado por la depreciación de las monedas locales en algunos países donde opera Genomma.

El margen EBITDA para el primer trimestre 2022 cerró en 23.5%, una contracción de 40pbs; año contra año, atribuible principalmente a un incremento en los precios de las materias primas y la depreciación algunas monedas donde opera la Compañía. Esto fue parcialmente compensado por una mezcla de ventas favorable con un mayor apalancamiento operativo como resultado del incremento en ventas durante el trimestre.

## Nueva Planta de Manufactura



Línea de Manufactura Shampoo



Línea de Manufactura Pomadas



Tamizador y Sistema de Vacío (**Línea de Manufactura Sólidos**)



Reactor de Fabricación de Líquido

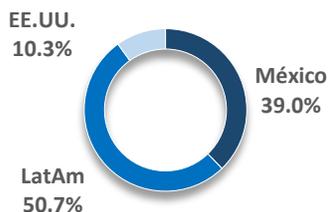


Secador de Lecho Fluido



Llenadora de Sachets (**Línea de Manufactura Semi-sólidos**)

## Ventas Netas 1T-2022



\*Porcentaje de Ventas Consolidadas por Región del 1T-2022.

## Resultados Consolidados 1T-2022

**Ventas Netas del Primer Trimestre 2022** alcanzaron Ps. 4,014.8 millones; un aumento del 13.2%, año contra año; reflejando la continua y sólida ejecución de la estrategia de crecimiento de la Compañía. Sin embargo, estos resultados se vieron impactados negativamente por obstáculos macroeconómicos, particularmente la depreciación de algunas monedas locales.

**EBITDA del Primer Trimestre 2022** incrementó Ps. 101.9 millones año contra año cerrando en Ps. 826.6 millones. El margen EBITDA del primer trimestre de 2022 cerró en 20.6%, una mejora en el margen de 20pbs. La expansión del margen se debe principalmente a un apalancamiento operativo resultado del incremento en ventas, un efecto de mezcla de ventas favorable, así como un continuo enfoque en el control de gastos y costos de la Compañía. Estos efectos positivos fueron contrarrestados por un incremento en las inversiones destinadas a incrementar la visibilidad, tanto en plataformas digitales, como en el punto de venta.

## Ventas por Categoría y Región

(En Millones de Pesos Mexicanos)

	Medicina Venta Libre (OTC)			Cuidado Personal			Total		
	1T'22	1T'21	% Var.	1T'22	1T'21	% Var.	1T'22	1T'21	% Var.
<b>Mexico</b>	790.5	803.3	(1.6)%	776.5	717.4	8.2%	1,567.0	1,520.7	3.0%
<b>LatAm</b>	1,241.3	803.5	54.5%	794.0	886.7	(10.5)%	2,035.3	1,690.2	20.4%
<b>EE.UU.</b>	250.0	164.0	52.4%	162.5	172.8	(6.0)%	412.5	336.8	22.5%
<b>Total</b>	<b>2,281.8</b>	<b>1,770.8</b>	<b>28.9%</b>	<b>1,733.0</b>	<b>1,776.9</b>	<b>(2.5)%</b>	<b>4,014.8</b>	<b>3,547.7</b>	<b>13.2%</b>

## Otros Resultados del Estado de Resultados 1T-2022

**La Utilidad Bruta** aumentó 15.3%, alcanzando los Ps. 2,513.2 millones en el primer trimestre de 2022, en comparación con Ps. 2,180.4 millones durante el mismo periodo en 2021. El margen bruto para el trimestre tuvo un incremento de 110pbs, cerrando en 62.6%, principalmente debido a estrategias de incrementos de precios y a un efecto de mezcla de ventas favorable con un mayor apalancamiento operativo.

**Los Gastos Generales, de Venta, Mercadotecnia y Administración** del trimestre incrementaron como porcentaje de las ventas netas, representando un 43.5% en el trimestre, en comparación con 41.0% para el mismo periodo en 2021. El incremento en margen se debe principalmente a una mayor nómina resultante de la Reforma Laboral Mexicana sobre subcontratación. En menor medida, este efecto se debe a las inversiones en comunicación e iniciativas digitales aplicadas durante el trimestre para impulsar las ventas de la Compañía.

**Utilidad Bruta del 1T-2022** crecieron **+15.3%** año contra año

## Resultados No-Operativos 1T-2022

**El Resultado Integral de Financiamiento** representó un gasto de Ps. 248.7 millones en el primer trimestre de 2022, en comparación con los Ps. 129.1 millones en el primer trimestre de 2021. La variación negativa de Ps. 119.5 millones se debe principalmente a: i) un incremento de Ps. 64.8 millones en la pérdida relacionada a la posición monetaria en Argentina; ii) un decremento neto de Ps. 49.3 millones año contra año en la utilidad (pérdida) cambiaria; iii) un incremento neto por Ps. 11.7 millones en los gastos por intereses durante el primer trimestre de 2022 en comparación al mismo período de 2021. Estos efectos fueron compensados por: i) Un ligero incremento neto de Ps. 6.3 millones en los ingresos financieros durante el trimestre.

**Los Impuestos a la Utilidad** para el primer trimestre de 2022 alcanzaron los Ps. 159.6 millones, en comparación con los Ps. 262.1 millones registrados durante el primer trimestre de 2021.

**La Utilidad Neta** ascendió a Ps. 339.2 millones durante el primer trimestre de 2022, un incremento de Ps. 19.8 millones. La mejora de la utilidad neta es principalmente el resultado de una menor tasa de impuestos efectiva reportada en comparación con el mismo trimestre de 2021. En menor medida, este efecto positivo fue negativamente compensado por un mayor costo integral de financiamiento.

La Utilidad Neta del primer trimestre de 2022 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 primer trimestre de 2022 habría alcanzado Ps. 366.9 millones, en comparación con Ps. 295.5 millones para el primer trimestre de 2021, excluyendo Marzam. Esto representa un incremento de Ps. 71.4 millones, o 24% año contra año, en la utilidad neta del primer trimestre de 2022 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 99 días; una mejora de 10 días contra el cierre de diciembre 2021:

- **Cuentas por Cobrar** alcanzaron los Ps. 4,479.4 millones al 31 de marzo de 2022. Los días de las cuentas por cobrar consolidadas ascendieron a 101; un incremento de 1 día en comparación con el cierre de diciembre de 2021.

Días de Cuentas por Cobrar  
(Clientes)

	1T21	4T21	1T22
México	132	149	135
LatAm	111	66	78
EE.UU.	75	59	66
<b>Consolidado</b>	<b>107</b>	<b>100</b>	<b>101</b>



**Deuda Neta/EBITDA** cerró en **1.17x** al cierre del **1T-2022**

Un balance total de **46,771,607 acciones** en el **Programa de Recompra** al 31 de marzo de 2022

- **Inventarios** alcanzaron los Ps. 2,420.0 millones al 31 de marzo de 2022. Los días de inventarios ascendieron a 144; un incremento de 14 días en comparación con el cierre de diciembre de 2021.
- **Proveedores** alcanzaron los Ps. 1,796.4 millones al 31 de marzo de 2022. Los días pendientes de pago ascendieron a 146 días, contra los 121 días registrados al 31 de diciembre de 2021.

**Activos Fijos.** La Compañía invirtió Ps. 59.7 millones en los primeros tres meses del año 2022, principalmente en inversiones relacionadas con la instalación y puesta en marcha de las nuevas líneas de producción en la planta de Cuidado Personal.

**Impuestos por Recuperar.** Está compuesto de saldos en proceso de recuperar de IVA y los impuestos sobre la renta. La posición disminuyó en Ps. 250.0 millones comparado con el 31 de diciembre de 2021.

**Deuda Neta Financiera** decreció en los últimos 12 meses cerrando en 31 de marzo 2022:

- **Efectivo y Equivalentes** alcanzó Ps. 1,553.6 millones al 31 de marzo de 2022, lo que representa una disminución año contra año del 14.8%.
- **Deuda Bruta Financiera** cerró en Ps. 5,412.6 millones al 31 de marzo de 2022 en comparación con Ps. 6,329.9 millones en marzo de 2021; un aumento de Ps. 917.2 millones año contra año. La deuda a largo plazo de la Compañía representaba el 68.5% de la deuda bruta financiera al final del primer trimestre de 2022.
- **Deuda Neta Financiera** alcanzó Ps. 3,859.1 millones al 31 de marzo de 2022; un decremento de Ps. 646.5 millones en comparación al cierre de marzo de 2021.

**Programa de Recompra de Acciones.** Durante los tres meses terminados e 31 de marzo de 2022, la Compañía recompró un total de 2,208,940 acciones, lo que representa una inversión total de Ps. 43.0 millones.

**Flujo Libre de Efectivo de Operaciones.** Excluyendo las inversiones realizadas en la nueva planta de manufactura de la Compañía, el flujo para los tres meses terminados el 31 de marzo de 2022 habría alcanzado Ps. 1,000.5 millones. La mayor parte del flujo generado durante el año se reinvertió en las operaciones del Clúster Industrial y en capital de trabajo de la Compañía para impulsar el crecimiento.

## Ratios Financieros

	Q1-2022
EBITDA / Intereses Pagados	7.26x
Deuda Neta / EBITDA	1.17x

## CONFERENCIA DE RESULTADOS Q1-2022

Jueves, 27 de abril de 2022

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  
1T-2022 Genomma Lab](#)

**Para participar,  
favor de llamar:**

**Estados Unidos:**  
+1 877-407-0784

**Internacional:**  
+1 201-689-8560

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

## 1T-2022 Eventos Relevantes

• [Genomma Lab Internacional presenta su reporte de actualización “Nuestro Progreso Estrategia de Sostenibilidad 2025”](#)

• [Acceso a documentos Proxy para Asamblea Anual 2022](#)

La Asamblea Anual de Accionistas de Genomma Lab Internacional S.A. de C.V. se celebrará el 29 de abril de 2022

### Información adicional

• [Aplicación de los efectos por IAS-36 e IFR-13 \(PIR\) sobre las “inversiones de acciones” por parte de la participación no controladora en Marzam](#)

### Cobertura de Analistas

Al 27 de abril de 2022, LAB B cuenta con 12 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, 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:

**Daniel Suárez, Relación con Inversionistas**  
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)

**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 2022 y 2021

Miles de pesos mexicanos

	PRIMER TRIMESTRE			
	2022	%Ventas	2021	%Ventas
Ingresos - Netos	4,014,809	100.0%	3,547,650	100.0%
Costo de ventas	1,501,655	37.4%	1,367,183	38.5%
<b>Utilidad bruta</b>	<b>2,513,154</b>	<b>62.6%</b>	<b>2,180,467</b>	<b>61.5%</b>
Gastos de venta y administración	1,747,806	43.5%	1,454,712	41.0%
Otros (ingresos) gastos	(61,263)	(1.5)%	1,078	0.0%
<b>EBITDA</b>	<b>826,611</b>	<b>20.6%</b>	<b>724,677</b>	<b>20.4%</b>
Depreciación y amortización	51,406	1.3%	37,902	1.1%
<b>Utilidad de operación</b>	<b>775,205</b>	<b>19.3%</b>	<b>686,775</b>	<b>19.4%</b>
Gastos financieros	(100,159)	(2.5)%	(88,426)	(2.5)%
Ingresos financieros	9,739	0.2%	3,423	0.1%
Ganancia cambiaria	(25,974)	(0.6)%	23,333	0.7%
Pérdida por posición monetaria en subsidiaria inflacionaria	(132,281)	(3.3)%	(67,465)	(1.9)%
<b>Resultado integral de financiamiento</b>	<b>(248,675)</b>	<b>(6.2)%</b>	<b>(129,135)</b>	<b>(3.6)%</b>
Participación en la utilidad de asociadas	(27,727)	(0.7)%	23,944	0.7%
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>498,803</b>	<b>12.4%</b>	<b>581,584</b>	<b>16.4%</b>
Impuestos a la utilidad	159,617	4.0%	262,166	7.4%
<b>Utilidad neta consolidada</b>	<b>339,186</b>	<b>8.4%</b>	<b>319,418</b>	<b>9.0%</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 2022 y 2021 y al 31 de diciembre de 2021

Miles de pesos mexicanos	Al 31 de marzo de		Al 31 de diciembre de
	2022	2021	2021
<b>ACTIVO</b>			
<b>Activos circulantes</b>			
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,553,561	1,824,276	1,264,832
Clientes - Neto	4,479,350	4,175,509	4,233,015
IVA por recuperar	1,449,304	1,699,342	1,452,537
Otras cuentas por cobrar*	1,522,134	1,629,147	1,714,360
Inventarios - Neto	2,420,018	2,336,398	2,201,872
Pagos anticipados	682,142	666,882	654,441
<b>Total de activos circulantes</b>	<b>12,106,509</b>	<b>12,331,554</b>	<b>11,521,057</b>
<b>Activos no circulantes</b>			
Marcas, patentes y otros	4,986,706	4,884,118	4,966,159
Inversión en acciones	724,705	822,934	765,001
Inmuebles, propiedades y equipo - Neto	3,368,433	2,955,014	3,317,346
Impuestos a la utilidad diferidos, activos diferidos y otros	922,134	707,149	924,626
Activos por derechos de uso	55,357	51,401	48,772
<b>Total de activos no circulantes</b>	<b>10,057,335</b>	<b>9,420,616</b>	<b>10,021,904</b>
<b>TOTAL</b>	<b>22,163,844</b>	<b>21,752,170</b>	<b>21,542,961</b>
<b>PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>			
<b>Pasivos circulantes</b>			
Porción circulante de la deuda a largo plazo	1,702,726	2,048,127	2,072,309
Proveedores	1,796,439	1,972,666	1,439,640
Otros pasivos circulantes	2,949,920	2,614,629	2,587,806
Impuesto sobre la renta	490,059	353,283	438,568
Pasivos por arrendamientos a corto plazo	35,485	33,222	32,818
<b>Total de pasivos circulantes</b>	<b>6,974,629</b>	<b>7,021,927</b>	<b>6,571,141</b>
<b>Pasivos no circulantes</b>			
Créditos bursátiles	2,491,850	2,485,977	2,490,384
Préstamos bancarios a largo plazo	1,218,051	1,795,756	1,341,649
Impuestos a la utilidad diferidos y otros pasivos a largo plazo	658,774	670,293	635,599
Dividendos por pagar	408,244	800,000	408,244
Pasivos por arrendamientos a largo plazo	31,027	19,469	23,717
<b>Total pasivos</b>	<b>11,782,575</b>	<b>12,793,422</b>	<b>11,470,734</b>
<b>Capital contable</b>			
Capital social	1,912,967	1,912,967	1,912,967
Utilidades retenidas	9,767,166	8,212,470	9,418,956
Efectos de conversión de entidades extranjeras	(44,144)	(6,367)	(47,944)
Recompra de acciones - neto	(1,254,720)	(1,160,322)	(1,211,752)
<b>Total del capital contable</b>	<b>10,381,269</b>	<b>8,958,748</b>	<b>10,072,227</b>
<b>TOTAL</b>	<b>22,163,844</b>	<b>21,752,170</b>	<b>21,542,961</b>

**NOTA:** El monto en el renglón de "Inversión en acciones" correspondiente a nuestra participación no controladora en Marzam, fue ajustado retrospectivamente siguiendo las normas IAS-36 y IFRS-13. Dicho ajuste también se refleja en el rubro "Utilidades retenidas". Para más detalles, por favor consulte la Nota Técnica en nuestro sitio web: <https://inversionistas.genommalab.com/eventos-relevantes/>

**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 2022

Miles de pesos mexicanos	<b>1T-2022</b>
<b><i>Efectivo al inicio del período</i></b>	<b>1,254,542</b>
<b><i>Utilidad neta consolidada</i></b>	<b>394,978</b>
<b><i>Cargos a resultados sin flujo de efectivo:</i></b>	
Depreciación y amortización	56,150
Impuestos a la utilidad	103,825
Intereses devengados y otros	258,443
	<b>813,396</b>
<b><i>Partidas relacionadas con actividades de operación:</i></b>	
Cuentas por cobrar a clientes	(251,683)
IVA por recuperar	(4,090)
Inventarios	(261,091)
Proveedores	346,053
Otros activos circulantes	212,353
Impuestos a la utilidad pagados	(111,066)
Otros pasivos circulantes	291,868
	<b>222,344</b>
<b><i>Flujos netos de efectivo de actividades de operación</i></b>	<b>1,035,740</b>
<b><i>Actividades de inversión:</i></b>	
Adquisición de inmuebles, propiedades y equipo	(86,506)
Adquisición de subsidiarias	270
Ventas de equipo	(1,739)
Otros activos	9,762
<b><i>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión</i></b>	<b>(78,213)</b>
<b><i>Actividades de financiamiento:</i></b>	
Pagos de préstamos de instituciones financieras y bursátiles	(794,123)
Préstamos obtenidos de instituciones financieras y bursátiles	300,000
Intereses pagados	(95,380)
Recompra de acciones	(82,510)
Efecto por .....	39,542
Venta de acciones recompradas	(12,680)
<b><i>Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento</i></b>	<b>(645,151)</b>
<b><i>Aumento (disminución) neta de efectivo y equivalentes de efectivo</i></b>	<b>312,376</b>
Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio	(13,357)
<b><i>Flujo de efectivo acumulado al cierre del período</i></b>	<b>1,553,561</b>
Menos fondo restringido	22,576
<b><i>Efectivo y equivalentes de efectivo al final del período</i></b>	<b>1,530,985</b>