

## INFORMACIÓN RELEVANTE

**Ventas Netas a 12M 2023**  
cerraron en  
**Ps. 16,467.1 millones**

**Margen EBITDA de los  
primeros 12M 2023**  
cerró en **20.9%**,  
una expansión de  
**40bps**

**Margen Bruto 12M 2023**  
cerró en  
**61.2%**  
una expansión de **80bps**

El indicador de  
apalancamiento  
**Deuda Neta/EBITDA** del  
**4T-2023** cerró en **1.31x**

**Las Inversiones de Capital**  
en la Planta de Manufactura  
a 12 meses terminados  
el 31 de diciembre de 2023,  
alcanzaron  
**Ps. 212.2 millones.**

## Genomma Lab Internacional Reporta Resultados del Cuarto Trimestre y Año Completo 2023

*“Debido a la abrupta devaluación del peso argentino a finales de diciembre, las normas contables requieren que se registre un impacto no-monetario en los resultados del cuarto trimestre y del año completo 2023. Excluyendo este efecto contable extraordinario, el negocio continúa sólido y con perspectivas positivas. Presentamos esta información de manera proactiva y transparente para que los inversionistas consideren que se trata de un evento externo atípico que no es indicativo del desempeño del negocio. Genomma está comprometida con la creación de valor para sus accionistas a través de un negocio sólido y en crecimiento.”*

Ciudad de México, 21 de febrero de 2024 – **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 2023. 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), a reserva de que se especifique lo contrario.

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 2023, comparado con el mismo periodo auditado de 2022:

	12M 2023	% Ventas	12M 2022 <sup>(2)</sup>	% Ventas	Like for like <sup>(3)</sup>	Var. %
<b>Ventas Netas</b>	<b>16,466.1</b>	<b>100.0%</b>	<b>16,819.9</b>	<b>100.0%</b>	<b>+16.7%</b>	<b>(2.1)%</b>
Utilidad Bruta	10,083.6	61.2%	10,163.5	60.4%		(0.8)%
Utilidad de Operación	3,259.7	19.8%	3,245.2	19.3%		0.4%
<b>EBITDA<sup>(1)</sup></b>	<b>3,444.9</b>	<b>20.9%</b>	<b>3,453.1</b>	<b>20.5%</b>		<b>(0.2)%</b>
Utilidad Neta	1,084.9	6.6%	1,389.2	8.3%		(21.9)%

- 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 2022 se asignaron al cuarto trimestre de 2022 como se presenta en este documento.
- 3) Crecimiento consolidado en ventas (excluyendo Argentina) en tipo de cambio constante

La siguiente tabla proporciona un Estado de Resultados resumido, en millones de pesos mexicanos, para el año completo 2023 en comparación con el mismo período en 2022, excluyendo el efecto de contabilidad inflacionaria NIC 29 (IAS 29) y el método especial de conversión de NIC 21 (IAS 29).

	12M 2023 Excl. IAS 29 <sup>(4)</sup>	% Sales	12M 2022 Excl. IAS 29 <sup>(4)</sup>	% Sales	Var. %
<b>Ventas Netas</b>	<b>17,411.1</b>	<b>100.0%</b>	<b>16,860.0</b>	<b>100.0%</b>	<b>+3.3%</b>
<b>EBITDA<sup>(1)</sup></b>	<b>3,930.2</b>	<b>22.6%</b>	<b>3,480.6</b>	<b>20.6%</b>	<b>+12.9%</b>
<b>Utilidad Neta</b>	<b>1,807.5</b>	<b>10.4%</b>	<b>2,122.7</b>	<b>12.6%</b>	<b>(14.9)%</b>

- 4) Esta tabla se presenta como información complementaria (no estándar de IFRS). Para comprender el efecto de IAS 29 en la comparación del estado de resultados, consulte el anexo al final de este documento.

## Comentarios del Director General

### Mr. Marco Sparvieri, Director General, comentó:

*"En esencia, la devaluación del peso argentino a finales de diciembre implicó el registro de un impacto negativo no-monetario en nuestros resultados del cuarto trimestre y del año completo 2023, según lo dictan las normas contables IFRS. Sin embargo, dejando de lado este acontecimiento contable excepcional, los fundamentos de nuestro negocio siguen siendo sólidos, con perspectivas prometedoras para el futuro. Hemos comunicado esta situación de manera proactiva y transparente al mercado, explicando que se trata de un evento aislado, y no refleja ningún desafío operativo del negocio. Nuestro compromiso de crear valor a los accionistas está respaldado por la fortaleza y el crecimiento continuo de nuestro negocio. Lo anterior subraya nuestra dedicación a mantener la confianza y la tranquilidad de los inversores, incluso ante dinámicas de mercado imprevisibles.*

*En el cuarto trimestre de 2023, logramos un crecimiento año contra año (AvsA) en las ventas del +16.7%, en bases comparables a tipo de cambio constante y excluyendo a Argentina ("Like-for-like" o "L4L"). En pesos mexicanos (MXN), esto refleja un crecimiento del +10% excluyendo Argentina. Una vez que se incluye el efecto contable de la devaluación de 137% del peso argentino, la variación de las ventas sería del -14.7%. Ahora bien, cuando analizamos el año completo 2023, Genomma Lab creció un +16.7% en moneda constante L4L, es decir, +10% en MXN excluyendo a Argentina, y cuando se incluyen los efectos contables relacionados a Argentina, la Compañía experimentó una variación anual de apenas -2.1%.*

*Nuestro margen EBITDA mejoró, alcanzando el 20.5% en el cuarto trimestre y el 20.9% a nivel anual, una expansión del margen de +50 puntos básicos sobre 2022. El Ciclo de Conversión de Efectivo (CCC) también mostró una notable mejora, finalizando en 83 días en 2023, es decir una reducción de -17 días contra el año anterior, así mismo, el Flujo de Efectivo Libre (FCF) alcanzó Ps. 2.2 mil millones o un incremento de Ps. +338 millones año contra año. Los desempeños clave en 2023 incluyeron un crecimiento anual en las ventas en México del +15%, EE.UU. con un +19%, Colombia un +20%, y Brasil un +10% en moneda constante (L4L)."*

*Nuestro enfoque en marcas principales continuó dando resultados, donde el 53% de nuestro negocio ganó participación de mercado en sus respectivas categorías. En 2023, en una comparación "L4L" excluyendo a Argentina, las marcas y categorías principales como Analgésicos (+24%\*), Tos y Resfriado (+19%\*), Suerox (+42%\*), Groomen (+37%\*), Tío Nacho (+23%\*) y Novamil (+44%\*) tuvieron un desempeño excepcional. Cicatricure mostró signos de una recuperación durante el cuarto trimestre con un crecimiento del +15%\*. Sin embargo, Asepxia continúa siendo un desafío, con una disminución del -17%\* en 2023.*

*Seguimos capturando resultados de productividad, en línea con nuestro objetivo de llegar a Ps. 1,800 millones para 2027. En el cuarto trimestre, la planta de manufactura logró ahorros adicionales en los costos contribuyendo a un ahorro total de Ps. 23.8 millones para el año. Además, completamos cuatro proyectos clave de productividad, que generaron Ps. 166 millones en ahorros anuales proyectados. Estos incluyen negociaciones de materia prima para ahorros anuales de Ps. 84 millones, ahorro en el CAPEX para las botellas de Tío Nacho de Ps. 12 millones, y un rediseño de empaques de Suerox con ahorros de Ps. 70 millones al año. **En 2023, ejecutamos Ps. 674 millones (aprox. +3.9 puntos porcentuales de eficiencia en el margen EBITDA) en ahorros anuales de productividad. Estos ahorros se verán reflejados en 2024.***

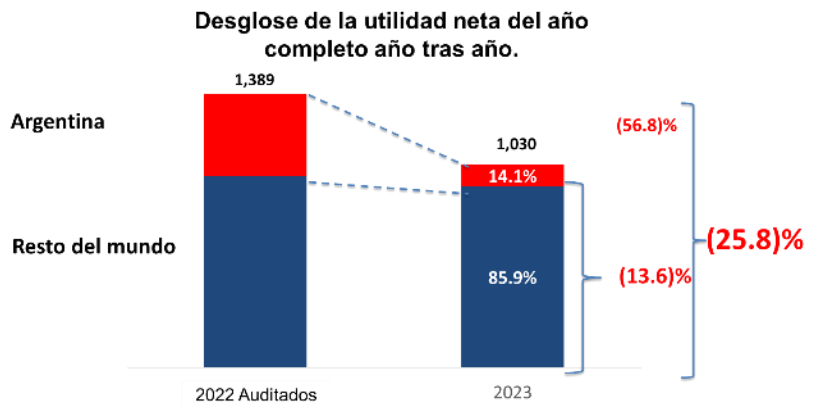
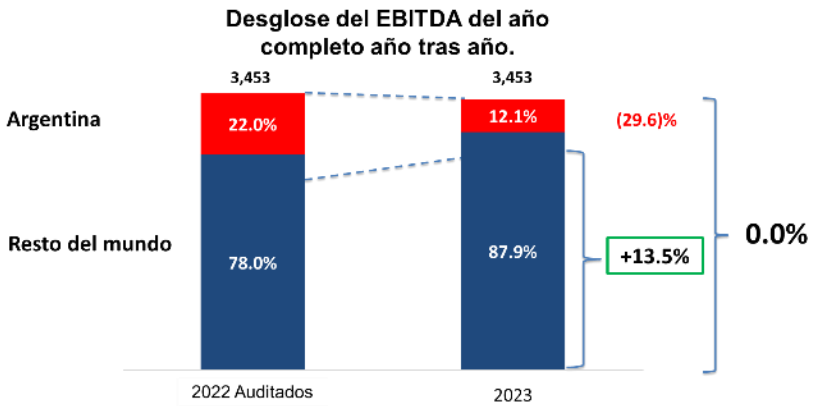
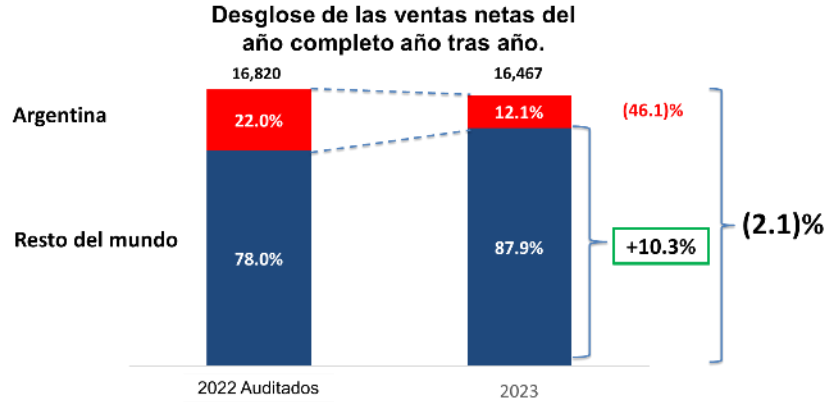
*En conclusión, el cuarto trimestre y el año completo del 2023, excluyendo el impacto de Argentina, demostraron una sólida salud financiera, crecimiento consistente en los diferentes mercados y marcas clave, así como un progreso significativo en nuestras iniciativas de productividad. **Nuestra estrategia hacia adelante es mejorar aún más las fortalezas de nuestras marcas principales y continuar ejecutando proyectos de productividad para alcanzar nuestra meta de Ps. 1,800 millones para 2027.***

## **Resumen Corporativo Año Completo y Cuarto Trimestre 2023**

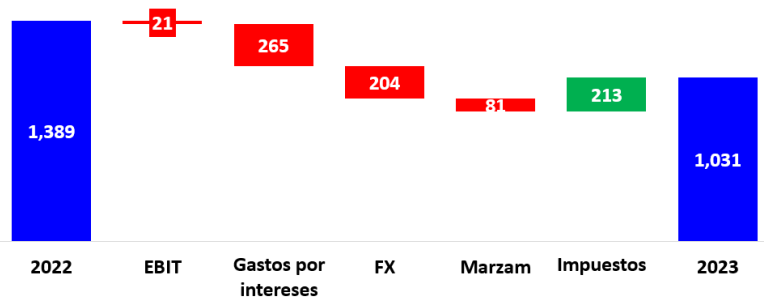
Las ventas netas del año completo 2023 cerraron en Ps. 16,467.1 millones de pesos, lo que representa una disminución del 2.1% en comparación con las cifras auditadas de 2022. Como resultado de la significativa devaluación del peso argentino en un 137% en el cuarto trimestre de 2023, las normas contables de IFRS requieren un ajuste a los resultados acumulativos de Q1-Q3 convirtiendo los resultados acumulados del año al tipo cambio del 31 de diciembre de 2023. Esto resultó en un ajuste equivalente a Ps. 944 millones, o aproximadamente -5 puntos porcentuales de las ventas totales del año completo de la Compañía. Este efecto negativo fue parcialmente compensado por nuevas extensiones de línea de productos, la expansión de la presencia de marcas en nuevos países, las campañas efectivas en medios y las estrategias para mejorar la visibilidad en el punto de venta realizadas durante 2023.

El EBITDA del año completo 2023 alcanzó los Ps. 3,444.9 millones de pesos, un margen de EBITDA del 20.9%; una expansión de 40 puntos básicos año contra año atribuida principalmente al apalancamiento operativo por el aumento de las ventas, una mezcla favorable en las ventas de productos con mayor margen y un sólido control de costos y gastos. Como resultado de la significativa devaluación del peso argentino en un 137% en el cuarto trimestre de 2023, las normas contables de IFRS requieren un ajuste a los resultados acumulativos de Q1-Q3 convirtiendo los resultados acumulados del año al tipo cambio del 31 de diciembre de 2023. Esto resultó en un ajuste negativo igual a 477 millones de pesos.

La utilidad neta del año completo 2023 alcanzó los Ps. 1,084.9 millones de pesos. El margen neto del año completo 2023 cerró en 6.6%; una contracción de 170pbs año tras año. Como resultado de la significativa devaluación del peso argentino, las normas contables de IFRS requieren un ajuste a los resultados acumulativos de Q1-Q3 convirtiendo los resultados acumulados del año al tipo cambio del 31 de diciembre de 2023. Esto resultó en un ajuste negativo igual a 777 millones de pesos. El mayor costo integral de financiamiento resultante de las pérdidas cambiarias y la tasa de interés TIIE más alta durante 2023 también impactaron el ingreso neto de la Compañía para el año completo.



Desglose de la utilidad neta del año completo año tras año.  
(Million pesos)



## Cuarta trimestre de 2023 - Revisión empresarial

La siguiente tabla proporciona un Estado de Resultados resumido, en millones de pesos mexicanos. El margen para cada cifra representa su proporción respecto a las ventas netas y el cambio porcentual en el cuarto trimestre de 2023 en comparación con el mismo período auditado en 2022.

	Q4 2023	% Sales	Q4 2022 <sup>(2)</sup>	% Sales	Like for like <sup>(3)</sup>	Var. %
<b>Ventas Netas</b>	<b>3,525.1</b>	<b>100.0%</b>	<b>4,132.2</b>	<b>100.0%</b>	<b>+16.7%</b>	<b>(14.7)%</b>
Utilidad Bruta	2,112.7	59.9%	2,351.6	56.9%		(10.2)%
Utilidad de Operación	699.1	18.8%	770.7	18.7%		(13.9)%
<b>EBITDA<sup>(1)</sup></b>	<b>732.8</b>	<b>20.8%</b>	<b>822.1</b>	<b>19.9%</b>		<b>(12.0)%</b>
Utilidad Neta	-61.2	-1.7%	246.0	6.0%		n.m

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 2022 se asignaron al cuarto trimestre de 2022.

3) Crecimiento consolidado en ventas (excluyendo Argentina) en tipo de cambio constante

La siguiente tabla proporciona un Estado de Resultados abreviado, en millones de pesos mexicanos, para el año completo 2023 en comparación con el mismo período en 2022, excluyendo el efecto de IAS 29 y el método de conversión relacionado.

	Q4 2023 Excl. IAS 29 <sup>(4)</sup>	% Sales	Q4 2022 Excl. IAS 29 <sup>(4)</sup>	% Sales	Var. %
<b>Ventas Netas</b>	<b>4,369.4</b>	<b>100.0%</b>	<b>4,296.1</b>	<b>100.0%</b>	<b>+1.7%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>1,100.4</b>	<b>25.2%</b>	<b>892.5</b>	<b>20.8%</b>	<b>+23.3%</b>
<b>Utilidad Neta</b>	<b>386.5</b>	<b>8.8%</b>	<b>596.8</b>	<b>13.9%</b>	<b>(35.2)%</b>

4) Esta tabla se presenta como información complementaria (estándar no IFRS). Para entender el efecto de IAS 29 en la comparación del estado de resultados, consulte el anexo al final de este documento.

### Categorías Clave: Innovación y Optimización del Portafolio

Debido a la continua volatilidad de las diversas monedas en los mercados en los que opera Genomma, a continuación, se presentan los resultados más relevantes relacionados con las prioridades estratégicas de Genomma proporcionadas con base al crecimiento en ventas en términos de moneda constante "Like for like" (excluyendo Argentina).

#### Puntos destacables en categorías clave:

**Suerox<sup>®</sup>:** El cuarto trimestre de 2023 representó otro trimestre de crecimiento para Suerox<sup>®</sup>, logrando un crecimiento del +87%\* en comparación con el año anterior en Q4 y del +42%\* en el año completo 2023. Las sólidas ventas fueron impulsadas especialmente por el desempeño en México y por la expansión de la presencia de la marca en Perú, Chile, Argentina, CARICAM, Estados Unidos y Brasil.

**Cuidado del Cabello:** Tío Nacho mostró un crecimiento significativo, con un incremento del +17%\* (año contra año) en el cuarto trimestre y del 23%\* para el

**año completo 2023**, expandiendo su participación de mercado en los diferentes países donde tiene presencia. Este crecimiento se debe en gran medida al exitoso lanzamiento de la línea "anti-canás" y a la nueva presentación de 950ml, superando el objetivo de alcanzar al menos el 60% del tamaño del líder del mercado en mercados clave como Chile (53%), Colombia (76%) y Ecuador (100%).

**Rastrillos: Groomen reportó un fuerte crecimiento, con un incremento interanual del +34%\* en el cuarto trimestre y del 36.5%\* para el año 2023.**

La marca logró un crecimiento en su participación de mercado tanto en México como en Chile, impulsado por el lanzamiento de SKUs desechables y de una línea de cartuchos con un cliente clave.

**Analgésicos: La categoría de Analgésicos observó un sólido crecimiento año contra año del +23%\* en el cuarto trimestre y del +24%\* para el año 2023.**

Esto fue impulsado por el éxito de X-Ray en Colombia, ganando una participación de mercado del 9.7% y consolidando su posición como la tercera marca líder del país. En México, Allivix, y su variante Allitriple, mostraron resultados positivos. En Argentina, a pesar de desafíos de mercado, Tafirol mantuvo su posición de participación de mercado (+15pts porcentuales vs participación antes del COVID).

**Tos y resfriado: La categoría experimentó un crecimiento del +4%\* en el cuarto trimestre y del 19%\* en el año fiscal 2023.**

El éxito se debió al incremento en la participación de mercado, especialmente en México con Tukol y su enfoque en segmentos de valor agregado como 'Antivirales y Gel-caps'. La empresa también implementó un plan integral dirigido a la estacionalidad, programas en tiendas, recomendaciones de expertos y una mayor presencia en el canal tradicional.

**Gastro: La categoría creció un +7%\* en el cuarto trimestre y un 12%\* en el año 2023.**

A pesar de los desafíos iniciales, la campaña "Primo de un amigo" en Brasil y el relanzamiento de Genoprazol en México impulsaron el crecimiento en las ventas durante el trimestre.

**Derma OTC (Antimicóticos):** La categoría de Derma OTC incrementó un +5%\* en el cuarto trimestre y un +5%\* en el año completo 2023, impulsada por el sólido desempeño de la marca Silka®, reflejado en un aumento del +39%\* año contra año en las ventas de la marca en el cuarto trimestre de 2023. Además, la marca logró una expansión en su participación del mercado estadounidense a través de nuevos SKUs, incluidos Silka® Nail y Silka® Spray. El relanzamiento de Silka® Spray en México durante la temporada de verano de 2023 le permitió alcanzar la primera posición en la participación de mercado, terminando el año con una participación del 29.3%; un aumento de +5.7pts año contra año resultado de la innovación que contribuyó con +3pts adicionales en la participación de mercado. Sin embargo, los problemas de la cadena de suministro, no relacionados con la salud de la marca, impactaron negativamente a Medicasp®, reflejando una disminución del -13% en las ventas del Q4 de 2023.

**Fórmula Infantil: La compañía continuó con su sólido desempeño con un crecimiento interanual del +46%\* en el cuarto trimestre y del +44%\* en el año**

**completo 2023.** Novamil ha experimentado un crecimiento sólido en todas las variantes principales, capturando más participación de mercado en sus segmentos.

**Cuidado de la piel: Cicatricure mostró signos prometedores de recuperación, creciendo un +15%\* en el cuarto trimestre y un +2%\* en el año fiscal 2023.**

La introducción de nuevas innovaciones como la línea “Porcelana” en todos los mercados se refleja en los impresionantes resultados del cuarto trimestre de 2023. Finalmente, Asepxia mostró una disminución del -17.1% en 2023.

### Manufactura y Cadena de Suministro

**Actualización en los Proyectos de Productividad:** Q4-23 representó un periodo de avances sustanciales en las iniciativas de productividad de la empresa. Tras establecer una meta en febrero de 2023 de Ps. 1,800 millones de pesos en ahorros de productividad para 2027, **Genomma ya ha asegurado Ps. 674 millones (aproximadamente 3.9 puntos porcentuales del margen EBITDA) en ahorros anuales proyectados.** La planta de manufactura ha cumplido con las expectativas al contribuir con un total de Ps. 23.8 millones en ahorros en el costo este año.

Las inversiones relacionadas con las instalaciones de fabricación de Genomma alcanzaron los Ps. 212.2 millones durante el ejercicio completo de 2023. Las inversiones futuras en CAPEX se centrarán en mantenimiento e innovación táctica.

### Sostenibilidad y Cultura Corporativa

Genomma ha sido incluida en el [Anuario de Sostenibilidad Global de S&P](#) por tercer año consecutivo, reconocimiento a las prácticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG) de la empresa. La edición del año 2024 del anuario evalúa a más de 7,800 empresas en 61 industrias a nivel mundial y destaca a las empresas con mejor desempeño entre sus pares de la industria y en términos de métricas ESG financieramente relevantes. El desempeño en sostenibilidad de Genomma se ubicó dentro del 15% superior de la categoría de la industria, con una puntuación ESG global de S&P dentro del 30% de las empresas con mejor desempeño en la industria.

Como parte de la Estrategia de Sostenibilidad de la Compañía, la marca Tío Nacho<sup>®</sup> ha establecido una importante alianza con UBEES, una organización dedicada a promover prácticas de apicultura sostenible a nivel mundial. El objetivo de esta asociación es proteger a más de un millón de abejas y polinizar más de 300 hectáreas de tierra mientras se empoderan las comunidades agrícolas en América Latina.

### México

Las ventas totales en México de Genomma durante el año completo 2023 alcanzaron los Ps. 8,036.6 millones; un incremento de **Ps. 1,050 millones, o +15.0%**, en comparación con el año anterior, impulsado principalmente por estrategias con un fuerte enfoque en las marcas principales, lo que resultó en un notable aumento de ventas de doble dígito para las marcas XL-3<sup>®</sup>, Tío Nacho<sup>®</sup>, Tukul<sup>®</sup>, Novamil<sup>®</sup> y Suerox<sup>®</sup> durante el año. Las ventas de medicamentos de venta libre (OTC) durante el año completo 2023 aumentaron un +16% en comparación con el año anterior,

mientras que las ventas de productos de cuidado personal incrementaron un +13% año contra año.

Las ventas netas de México en el cuarto trimestre de 2023 de Genomma aumentaron un +13.5%, cerrando en Ps. 2,125.6 millones; un incremento de ventas de 252.7 millones de pesos año tras año. Las ventas netas de la categoría OTC en México aumentaron un +8.3%. Las ventas de la categoría de Cuidado Personal aumentaron un +21.6% durante el cuarto trimestre de 2023.

El EBITDA del año completo 2023 cerró en Ps. 1,746.4 millones con un margen del 21.7%; una expansión de 100 puntos básicos año contra año resultado del apalancamiento operativo por el incremento en las ventas del 2023, así como por las eficiencias alcanzadas por la nueva planta de fabricación de la Compañía.

El margen del EBITDA del cuarto trimestre de México cerró en 25.2%; una expansión de 370 puntos básicos año contra año, principalmente atribuible a los ahorros relacionados con las mejoras relacionadas a la planta de manufactura de la Compañía, así como a iniciativas de productividad y las negociaciones clave con fabricantes de terceros.

## EE. UU.

**Las ventas netas de Estados Unidos durante todo el año 2023 aumentaron un +8.7%, a Ps. 1,640.8 millones, y un +19% cuando se expresan en moneda local.**

Las ventas netas se beneficiaron del sólido desempeño de la categoría de Tos y Resfriado durante 2023, particularmente la marca Tukul<sup>®</sup>, así como de la expansión de Suerox<sup>®</sup> en un mayor número de puntos de venta en Puerto Rico durante 2023. Es importante destacar que el 53% del aumento total en las ventas del año completo 2023 fue impulsado por las ventas de productos de Cuidado Personal, que representan actualmente el 40% de las ventas totales en Estados Unidos.

Las ventas de Estados Unidos del cuarto trimestre de 2023 alcanzaron Ps. 365.1 millones; un aumento del 15.5% año tras año. Esto fue liderado por marcas clave como Tukul<sup>®</sup>, Cicatricure<sup>®</sup>, Tío Nacho<sup>®</sup> y Silka<sup>®</sup>, reflejado en un incremento de ventas año contra año del +29%, +28%, +30% y 10%, respectivamente. Estos resultados se vieron afectados negativamente por el fortalecimiento del Peso Mexicano en relación con el dólar estadounidense durante el trimestre.

El EBITDA del año completo 2023 alcanzó los Ps. 145.4 millones con un margen de EBITDA del 8.9%, mientras que el EBITDA del cuarto trimestre de 2023 cerró en Ps. 33.5 millones con un margen de EBITDA del 9.2%; una expansión del margen de 540 puntos básicos. El EBITDA del año completo 2023 se benefició de un mayor apalancamiento operativo resultado del incremento en las ventas en Estados Unidos, así como de un efecto positivo en las ventas de la mezcla de productos. En menor medida, el EBITDA se vio afectado negativamente por la depreciación del dólar frente al peso mexicano durante 2023.



### Latinoamérica

Las ventas netas del año completo 2023 para América Latina, excluyendo Argentina, alcanzaron los Ps. 4,781.7 millones; un incremento del +2.8% en pesos mexicanos en comparación con los resultados auditados de 2022, **o un +15.6%\* contra una base comparable con tipo de cambio constante**. El aumento en las ventas fue impulsado principalmente por la expansión de marcas clave, especialmente la bebida isotónica Suerox, que expandió su presencia en nuevos mercados como Brasil, Colombia y Perú; ganando una participación significativa en el mercado durante su fase inicial de lanzamiento en estos mercados.

El EBITDA del año completo 2023 para América Latina, excluyendo Argentina, alcanzó los Ps. 798.1 millones; una disminución del -6.1% año tras año en comparación con los resultados auditados de 2022. El margen de EBITDA del año completo 2023, excluyendo Argentina, alcanzó el 16.7%; una disminución de 160 puntos básicos en comparación con el margen del año completo 2022 para América Latina, excluyendo Argentina. La disminución del margen se debe a las variaciones en el tipo de cambio de los diferentes países a raíz de un Peso Mexicano más fuerte.

Las ventas netas de América Latina durante el año completo 2023, incluida Argentina, alcanzaron los Ps. 6,789.7 millones; una disminución del -20.7% en comparación con las cifras auditadas de 2022. Las ventas de América Latina en 2023 se vieron afectadas negativamente por la depreciación de las diferentes monedas frente a un Peso Mexicano más fuerte, en específico a la devaluación del peso argentino y los efectos relacionados por la hiperinflación contable (IAS 29), como se mencionó anteriormente en este informe. Excluyendo el efecto de IAS 29, las ventas de América Latina durante el año completo 2023 alcanzaron los Ps. 7,721.7 millones; una disminución del -7.5% respecto a las ventas de América Latina durante el año completo 2022 (excluyendo IAS 29), debido a la disminución de la demanda de paracetamol en este mercado en comparación con la base de comparación impulsada por la demanda de Omicron en 2022.

El EBITDA del año completo 2023, incluida Argentina, alcanzó los Ps. 1,553.1 millones, una disminución del -18.5% en comparación con las cifras auditadas de 2022; lo que representa un margen del año completo 2023 del 22.9%, principalmente debido a un efecto negativo de IAS 29 resultante de la significativa devaluación del peso argentino en diciembre de 2023. Excluyendo IAS 29, el EBITDA de 2023 para América Latina alcanzó los Ps. 2,038.1 millones; un aumento del +4.9% en comparación con el EBITDA de América Latina para el año completo 2022 (excluyendo IAS 29).

Las ventas del cuarto trimestre alcanzaron los Ps. 1,034.0 millones; una disminución del -46.8% en comparación con las cifras auditadas del cuarto trimestre de 2022. El decrecimiento se debe principalmente a la depreciación de las monedas contra un Peso Mexicano más fuerte, así como por el efecto de la contabilidad hiperinflacionaria resultante de la significativa devaluación del Peso Argentino en diciembre de 2023.

Excluyendo IAS 29, las ventas de América Latina del cuarto trimestre de 2023 alcanzaron los Ps. 1,878.7 millones; una disminución del -10.8% en comparación con las ventas de América Latina del cuarto trimestre de 2022 (excluyendo IAS 29) debido a la fortaleza del Peso Mexicano.

El EBITDA del cuarto trimestre de 2023 alcanzó los Ps. 162.9 millones; una disminución del -60.0% en comparación con las cifras auditadas de 2022, principalmente debido a un efecto negativo de IAS 29 resultante de la significativa devaluación del Peso Argentino en diciembre de 2023. El EBITDA de América Latina del cuarto trimestre de 2023, excluyendo IAS 29, alcanzó los Ps. 530.9 millones; un aumento del +11.2% en comparación con el EBITDA de América Latina del cuarto trimestre de 2022 (excluyendo IAS 29).

## Otros Resultados del Estado de Resultados 4T-2023

**La utilidad Bruta** cerró en Ps. 2,112.7 millones, en comparación con los Ps. 2,351.6 millones de los resultados auditados del cuarto trimestre de 2022. El margen bruto disminuyó principalmente debido al efecto por la re-expresión de los resultados por contabilidad hiperinflacionaria a raíz de la significativa devaluación del Peso Argentino en diciembre de 2023. Sin embargo, excluyendo este efecto, el margen bruto del cuarto trimestre aumentó debido a un mayor apalancamiento operativo y ahorros continuos en los costos de bienes vendidos.

**Los Gastos Generales, de Venta, Mercadotecnia y Administración (SGM&A)**, incrementaron año contra año como porcentaje de las ventas cerrando en 37.2% contra el 34.7% del cuarto trimestre auditado de 2022. El aumento del SGM&A como porcentaje de las ventas se debe a un aumento en los gastos de marketing en televisión y medios durante el trimestre.

## Resultado No-Operativo 4T-2023

**El Resultado Integral de Financiamiento** representó un gasto de Ps. 589.9 millones para el cuarto trimestre de 2023, en comparación con Ps. 298.8 millones para el cuarto trimestre de 2022. El aumento de Ps. 291.1 millones en el costo se debe a: i) un incremento de Ps. 63.3 millones en la pérdida cambiaria; ii) un incremento año contra año de Ps. 56.1 millones en los gastos por interés; iii) un incremento año contra año de Ps. 94.9 millones en la pérdida asociada con la posición monetaria de la Compañía dentro de su subsidiaria que reporta bajo contabilidad hiperinflacionaria debido a la significativa devaluación del Peso Argentino en diciembre de 2023; y a iv) un decremento de Ps. 76.8 millones en los ingresos por intereses durante el trimestre, principalmente debido a la re-expresión por efectos de la contabilidad hiperinflacionaria en Argentina (IAS 29).

**Los Impuestos a la Utilidad** para el cuarto trimestre de 2023 cerraron en Ps. 167.3 millones en comparación con los Ps. 284.2 millones del cuarto trimestre de 2022. Es importante señalar que algunas pérdidas contables relacionadas con la subsidiaria hiperinflacionaria no son totalmente deducibles de impuestos.

**Utilidad Neta** cerró con una pérdida de Ps. 61.2 millones para el cuarto trimestre 2023. Excluyendo los efectos de la hiperinflación en los resultados del cuarto trimestre de 2023, el ingreso neto alcanzó Ps. 386.5 millones, una disminución del 35.2% con respecto a la utilidad neta comparable (excluyendo IAS 29) del cuarto trimestre de 2022. La disminución interanual se debe principalmente al incremento del costo financiero neto y a la pérdida en los resultados de la empresa asociada no controlada (Marzam) durante el periodo.

## Posición Financiera

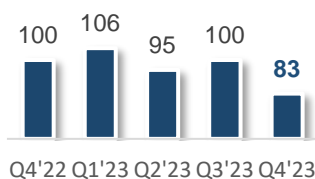
**El Capital de Trabajo** se ajustó durante el cuarto trimestre de 2023 y el ciclo de conversión de efectivo terminó en 83 días; una mejora de 17 días contra el cierre de septiembre de 2023.

- **Cuentas por Cobrar** ascendieron a Ps. 3.78 mil millones al 31 de diciembre de 2023. Los días de cuentas por cobrar cerraron en 83; una disminución de 8 días en comparación con finales de septiembre de 2023, debido a una mayor eficacia en las cobranzas durante el trimestre.
- **Inventarios** cerraron en Ps. 1.85 mil millones al 31 de diciembre de 2023. Los días de inventarios cerraron en 104; una disminución de 19 días desde finales de septiembre de 2023.
- **Proveedores** ascendieron a Ps. 1.84 mil millones al 31 de diciembre de 2023. Los días pendientes de pago disminuyeron a 104 días, desde los 114 días registrados el 30 de septiembre de 2023.

Días de Cuentas por Cobrar  
(Clientes)

	4Q22	3Q23	4Q23
México	131	112	89
Latinoamérica	67	79	101 <sup>1</sup>
EE. UU.	41	48	53
<b>Consolidado</b>	<b>91</b>	<b>90</b>	<b>83</b>

Ciclo de Conversión de  
Efectivo (Días)



<sup>1</sup> Durante el trimestre, la cartera en Latinoamérica se vio afectada por efectos contables.

**Activos Fijos.** La Compañía invirtió Ps. 212.2 millones durante los doce meses que terminaron el 31 de diciembre de 2023. Las inversiones fueron principalmente relacionadas con la puesta en marcha de la línea de fabricación en el Complejo Industrial de la Compañía.

**Impuestos por Recuperar.** principalmente saldos en proceso de recuperar de IVA e impuestos a la utilidad. La posición disminuyó Ps. 112.0 millones durante 2023.

**Deuda Financiera Neta** al cierre del 2023 incrementó en comparación al cierre del año 2022:

- **Efectivo y Equivalentes** alcanzaron Ps. 1,671.6 millones al 31 de diciembre de 2023, lo que representó un incremento de 11.2% durante el año.
- **Deuda Bruta Financiera** alcanzó Ps. 6,192.2 millones al 31 de diciembre de 2023, comparado con Ps. 6,377.7 millones al cierre de 2022, lo que representó un decremento de Ps. 185.5 millones año contra año. La deuda total de largo plazo de la Compañía representó 68.6% de la deuda total al cierre de 2023.
- **Deuda Neta Financiera** alcanzó Ps. 4,520.6 millones al cierre del cuarto trimestre de 2023; un decremento de Ps. 353.2 millones comparado con el 31 de diciembre de 2022.

**Programa de Recompra de Acciones.** Durante los tres meses que terminaron el 31 de diciembre de 2023, la Compañía recompró 6,535,677 acciones, representando una inversión de Ps. 91.7 millones.

**Dividendos.** Genomma pagó un dividendo en efectivo a los accionistas el 27 de diciembre de 2023 por un monto de \$0.196080 pesos mexicanos por acción, lo que representa un total de Ps. 200 millones. **Genomma tiene la intención de continuar pagando dividendos de forma trimestral.**

**Flujo Libre de Efectivo de Operaciones.** Excluyendo las inversiones realizadas en la nueva planta de producción de la Compañía, el flujo de efectivo libre para los doce meses finalizados el 31 de diciembre de 2023 habría alcanzado los Ps. 2,220.8 millones. La mayoría del flujo de efectivo generado en el año se destinó a las operaciones en la planta de manufactura de la compañía, así como al pago de dividendos, la reducción de la deuda y el programa de recompra de acciones.

## Ratios Financieros

	4T-2023
EBITDA / Interés Pagados	4.2x
Deuda Neta / EBITDA	1.3x

## CONFERENCIA DE RESULTADOS

Jueves 22 de febrero de 2024

12:00 p.m. ET /

11:00 a.m. CST

Participantes:

**Marco Sparvieri**

Director General

**Antonio Zamora**

VP Ejecutivo de Administración  
y Finanzas

Inscripción al Webcast:

[Conferencia de Resultados 4T y  
Año Completo 2023  
de Genomma Lab](#)

## 4T-2023 Eventos Relevantes

- [Efectos de la Contabilidad Hiperinflacionaria de Argentina en los Resultados del Cuarto Trimestre y Año Completo 2023](#)  
Debido a la abrupta devaluación del peso argentino a finales de diciembre, las normas contables requieren que se registre un impacto no-monetario en los resultados del cuarto trimestre y del año completo 2023. Excluyendo este efecto contable extraordinario, **el negocio continúa sólido y con perspectivas positivas**. Presentamos esta información de manera proactiva y transparente para que los inversionistas consideren que se trata de un evento externo atípico que no es indicativo del desempeño del negocio. Genomma está comprometida con la creación de valor para sus accionistas a través de un negocio sólido y en crecimiento.”
- [Genomma Lab Internacional anuncia el sexto pago de dividendos por un monto total de 200 millones de pesos.](#)
- [Procaps Group y Genomma Lab anuncian un acuerdo estratégico para fabricar y comercializar cápsulas blandas en América Latina](#)

### Información adicional

- [Metodología sobre Efectos de la Contabilidad Hiperinflacionaria de Argentina](#)
- [Impact to the Company's financials from the adoption of new Accounting Standards](#)

### Cobertura de Analistas

Al 21 de febrero de 2024, LAB B cuenta con 10 coberturas: Banco Itaú BBA; BBVA Bancomer; UBS Casa de Bolsa; Vector Casa de Bolsa; BTG Pactual US Capital; GBM Grupo Bursátil Mexicano; Grupo Financiero Banorte; 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](mailto:investor.relations@genommalab.com)

#### Barbara Cano, InspIR Group

Tel: +1 (646) 452-2334

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