

INFORMACIÓN
RELEVANTE

Las Ventas del 3T-2019 crecieron
Ps. 342.5 millones, un
incremento de **+12.5%**
año contra año

El margen EBITDA para
3T-2019 alcanzó **20.1%**, una
expansión de **40 pbs** año
contra año

Licencia **exclusiva** para
comercializar
Novamil[®] y **Novalac[®]**
en México

Las Inversiones de Capital
en la Planta de Producción
para los 9 meses al
30 de septiembre de 2019,
alcanzaron
Ps. 379.9 millones.

Genomma Lab Internacional Reporta Resultados del Tercer Trimestre 2019

Ciudad de México, 23 de octubre de 2019 – **Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.** (BMV: LAB B) (“Genomma Lab” o “la Compañía”), da a conocer los resultados correspondientes al tercer trimestre terminado el 30 de septiembre de 2019. 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. El margen para cada cifra representa la razón a ventas netas y el cambio porcentual del tercer trimestre 2019, comparado con el mismo periodo de 2018:

| | 3T-2019 | % Ventas | 3T-2018 | % Ventas | Var. % |
|------------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|--------------|
| Ventas Netas | 3,077.3 | 100.0% | 2,734.8 | 100.0% | 12.5% |
| Utilidad Bruta | 1,962.1 | 63.8% | 1,819.9 | 66.5% | 7.8% |
| Utilidad de Operación | 581.4 | 18.9% | 524.1 | 19.2% | 10.9% |
| EBITDA⁽¹⁾ | 617.1 | 20.1% | 539.9 | 19.7% | 14.3% |
| Utilidad Neta ⁽²⁾ | 233.4 | 7.6% | 223.7 | 8.2% | 4.3% |

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

(2) Utilidad Neta Mayoritaria.

Comentarios del Director General

Jorge Brake, Director General, comentó: “Los resultados del tercer trimestre confirman que nuestra Estrategia de Crecimiento e Innovación va por el camino correcto, reflejando la solidez de métricas clave entre las que destacan, el crecimiento de 12.5% en Ventas Netas para trimestre y 9.5% para el acumulado del año, así como la mejoría de rentabilidad operativa con la expansión de 40 puntos base en el margen EBITDA para cerrar en 20.1% en comparación con el año anterior. Bajo este contexto, nuestro éxito demuestra que el poder de innovación en Genomma, está de regreso; transformando y mejorando algunas de las principales marcas de nuestro portafolio, así como, ampliando nuestro alcance a través del lanzamiento de nuevas categorías adyacentes con alto potencial de crecimiento futuro, reafirmando así, una meta más lograda para nuestra Compañía.”

Y añadió: “Seguimos enfocados en lograr una exitosa implementación de nuestra estrategia de crecimiento, la cual ha impulsado y fortalecido el crecimiento en México y Latinoamérica, mientras continuamos reinventando nuestra estrategia en el mercado norteamericano. Todo esto nos alienta a seguir con nuestro éxito, como hasta ahora.”

INFORMACIÓN CLAVE

% Ventas por segmento:

 OTC 49.4%

 CP 50.6%



Presencia en
18 Países y
+300,000
Puntos de
venta



Productos de nutrición infantil
Novamil® y Novalac®
Nueva categoría para México

Resumen Corporativo

La compañía alcanzó 9,492.6 millones de pesos en venta durante los primeros nueve meses de 2019, un crecimiento del 9.5% contra 2018. Para el tercer trimestre de 2019, las ventas netas de la Compañía cerraron en 3,077.3 millones de pesos, representando un 12.5% de crecimiento contra el mismo periodo del año anterior. El crecimiento continuo presentado a lo largo de los tres primeros trimestres de 2019, reafirma el éxito del nuevo modelo de negocio implementado por Genomma, y confirma una tendencia de mejora constante basada en la estrategia de los cuatro pilares para el nuevo plan de crecimiento de Genomma Lab.

Derivado del apalancamiento operativo como resultado del crecimiento en las ventas y el continuo enfoque por generar rentabilidad y expansión de márgenes, el margen EBITDA de Genomma presentó una expansión de 40 puntos base para cerrar el trimestre en 20.1%. La mejora en el margen se vio impactada principalmente por los efectos negativos derivados por la depreciación en el tipo de cambio de algunos países donde la Compañía tiene operación, así como al incremento en los gastos pre-operativos relacionados a la nueva planta de manufactura y por los gastos no recurrentes asociados a nuevos lanzamientos y estrategias de innovación.

Innovación y Optimización del Portafolio

El pasado 12 de septiembre, Genomma informó al mercado la firma de una licencia exclusiva para comercializar las marcas Novamil® y Novalac® en México. Con este acuerdo, la Compañía ingresa al mercado de nutrición infantil a través de fórmulas especializadas. El acuerdo alcanzado, refleja el interés de la Compañía por participar en categorías con alto potencial de crecimiento, con el respaldo de las capacidades de ejecución y operación que ofrece el nuevo modelo de negocios de Genomma Lab.

Genomma realizó un importante lanzamiento de producto en Argentina, la marca Cicatricure® *Gold Lift*, producto de la familia de Cicatricure®. Cicatricure® *Gold Lift* contiene péptidos de oro y ayuda al rejuvenecimiento de la piel facial, retardando los efectos de la edad. Cicatricure® *Gold Lift* es un producto de “lujo accesible” con una relación de precio-calidad inigualable, el cual, es particularmente apropiado para este mercado. Durante su periodo inicial de lanzamiento, Cicatricure® *Gold Lift* ha logrado posicionarse como el SKU de mayor venta de toda la marca Cicatricure® en la región.

La totalmente nueva línea de shampoo premium Revié®, fue lanzada en Brasil durante el tercer trimestre del 2019, bajo un acuerdo exclusivo de ventas con Lojas Americanas, reconocida cadena “*retail*” en Brasil, alcanzando una sólida participación de mercado en sus primeros meses de venta. Adicionalmente durante el trimestre, nuevos lanzamientos e innovaciones ayudaron a los resultados de la Compañía, destacando: 1) Relanzamiento de la marca Teatrical® en Colombia, Perú y Chile; 2) la extensión de línea de shampoo Tío Nacho®, con la nueva presentación Tío Nacho® “Coco”; 3) introducción del nuevo shampoo Vanart® “Coco-Keratina” para Perú y Colombia y; 4) el lanzamiento de Tuko!® “Miel Orgánica” como parte de la expansión de la marca en la categoría de “jarabe para la tos”.



SUEROX®

Andy Ruiz, actual triple campeón mundial de Peso Completo del boxeo; embajador de la **bebida isotónica**

[\(Ver video\)](#)



Tukol-D® Miel Orgánica lanzamiento en México.



[@genomma](#) ✓

+1,000,000 seguidores

Nueva estrategia en redes sociales para llegar a nuevas generaciones y mejorar su salud

Ejecución Go-to-Market Perfecto

Durante el trimestre, Genomma continuó con la expansión de puntos de venta dentro del canal tradicional, bajo el programa de “Socios para Distribución Directa”. Para 2020, Genomma extenderá la implementación de dicha estrategia de logística y distribución, buscando abarcar otros mercados en Centro y Sudamérica.

En México, se realizó el lanzamiento de la nueva campaña televisiva para la marca Suerox®, la cual tiene a Andy Ruiz, boxeador mexicano que ganó el campeonato mundial de peso completo en tres categorías, como embajador de la marca. Como resultado de la exitosa campaña, Suerox continuó creciendo a doble dígito alto al cierre de trimestre, a pesar de ya estar fuera de la temporada de venta de bebidas más fuerte del año.

Cadena de Suministro de Clase Mundial

Durante el trimestre, los niveles de “fill-rate” para la demanda continuaron mejorando lo que, contribuyó a la consolidación de Genomma en los diferentes países donde opera. La implementación del Sistema de Planeación de la Demanda (S&OP por sus siglas en inglés) durante el trimestre, continuó expandiéndose a nuevos países donde Genomma opera. Durante 2020, todas las operaciones de Genomma estarán bajo el sistema “S&OP”.

En julio de 2019, Genomma recibió la Licencia Sanitaria por parte de la entidad regulatoria COFEPRIS, con lo cual, la Compañía puede iniciar con los procesos de certificación de los “GMPs” para las primeras líneas de producción OTC en México.

Durante el trimestre, Genomma continuó con el proceso de construcción de la planta de manufactura para productos de Cuidado Personal y, el Almacén Central de Producto Terminado. Estos procesos de construcción se espera queden concluidos durante los primeros meses del 2020. Una vez que la construcción haya sido completada, la Compañía podrá iniciar los procesos de documentación para obtener las licencias de operación para su planta de Cuidado Personal.

Durante los primeros nueve meses de 2019, las inversiones relacionadas con el proyecto de manufactura, alcanzaron los Ps. 379.9 millones, principalmente para la construcción de la planta de Cuidado Personal y del Almacén Central.

Los Centros de Innovación (“COI’s” por sus siglas en inglés) continúan mostrando importantes resultados, apoyados por una sólida y extensa lista de proyectos y estrategias enfocadas en innovación y lanzamientos. Esta nueva estrategia de negocio, conformada por equipos multidisciplinarios, ha sido un factor clave para el presente y futuro crecimiento de Genomma.

Cultura Corporativa

Durante el trimestre, la Compañía reforzó el talento en posiciones clave, optimizó la operación de la cadena de suministro y reorganizó la estructura de mercados claves en *clusters* regionales para optimizar la eficiencia comercial.

Basado en la encuesta externa más reciente, la retroalimentación de los empleados de Genomma sobre las iniciativas lanzadas en temas de cultura corporativa y desarrollo de carrera fue positiva.

México

La operación en México alcanzó un crecimiento en ventas de doble dígito para cerrar en 14.1%. El incremento de Ps. 184.4 millones se debe al continuo éxito en la optimización del portafolio de marcas y al incremento de la presencia y visibilidad en el punto de venta, así como al refuerzo en la distribución del canal tradicional y en las principales cadenas de farmacias en México.

Tio Nacho® Hidro Nutrition reciente lanzamiento.



Vanart® Coco-Keratina

Lanzamiento en Perú, Chile y Colombia.

EE. UU.

La operación de Genomma en Norteamérica cerró con una variación negativa de 2.2% en las ventas reportadas en moneda local en comparación con el año anterior. En pesos mexicanos las ventas en el trimestre incrementaron 0.7%; esto debido a la depreciación del peso vs. dólar. Los resultados en el tercer trimestre de 2019 fueron impactados a consecuencia del proceso de reconfiguración en la estrategia de visibilidad y comercialización dentro del mercado, así como por la optimización de las estrategias en mercadotecnia. Adicionalmente, el impacto extraordinario por devoluciones de producto no vigente por parte de algunos clientes, también afectaron las ventas durante el trimestre. Estos efectos, ya anticipados están alineados con la estrategia de optimización del portafolio de Genomma logrando una aceleración del crecimiento en el futuro.

Latinoamérica

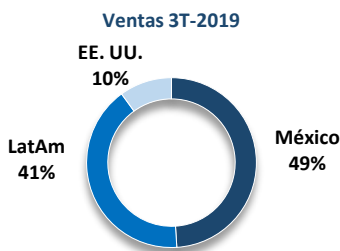
Las ventas en Latinoamérica alcanzaron un crecimiento de doble dígito en moneda local; lo que representa un crecimiento de 14.0% en pesos mexicanos. La depreciación de algunas monedas locales respecto al peso mexicano explica la diferencia en las tasas de crecimiento. Adicional a la devaluación del peso argentino, otras monedas también se vieron depreciadas respecto al peso mexicano, incluyendo Colombia, Uruguay y Paraguay.

Las operaciones de Genomma en Argentina, Centroamérica, Ecuador y Uruguay tuvieron un desempeño sobresaliente durante el trimestre, logrando mitigar parcialmente los impactos por tipo de cambio e impulsando el crecimiento de doble dígito en la región.

Ventas por Categoría y Región

(En millones de pesos mexicanos)

| | Medicamentos de Libre Venta (OTC) | | | Cuidado Personal (PC) | | | Total | | |
|----------------|-----------------------------------|----------------|--------------|-----------------------|----------------|--------------|----------------|----------------|--------------|
| | 3T-2018 | 3T-2019 | % Var. | 3T-2018 | 3T-2019 | % Var. | 3T-2018 | 3T-2019 | % Var. |
| México | 808.6 | 916.7 | 13.4% | 501.7 | 578.0 | 15.2% | 1,310.3 | 1,494.7 | 14.1% |
| LatAm | 364.3 | 392.1 | 7.6% | 747.2 | 875.3 | 17.1% | 1,111.5 | 1,267.4 | 14.0% |
| EE. UU. | 182.5 | 212.6 | 16.5% | 130.5 | 102.6 | (21.4)% | 313.0 | 315.2 | 0.7% |
| Total | 1,355.4 | 1,521.4 | 12.2% | 1,379.4 | 1,555.9 | 12.8% | 2,734.8 | 3,077.3 | 12.5% |



*Porcentaje de Ventas Consolidado por Región al 3T-2019.

AVANCES

- **Primeras líneas de producción OTC:**
 - Sólidos (pastillas)
 - Semisólido (ungüento)

- **Primeras líneas de producción PC:**
 - Shampoo
 - Bebidas

- Más de **17,000 toneladas** de concreto industrial aplicado en el Almacén Central y la Planta de Cuidado Personal

- **28,000 m²** de capacidad de almacenaje para productos terminados

- **60 puertas de embarque** instaladas en el Almacén Central para operación y logística.

Nueva Planta de Producción



*Vista Aérea de la Planta de Producción
(septiembre de 2019)*



Sistema de tanques para producción de líquidos de la planta OTC



Sistema de enfriamiento de agua para planta OTC



*NordensPAC 702
Equipo de llenado para línea de producción de Semi-sólidos*



*Uhlmann BEC 700
Línea de armado y empaque para la Producción de blisters*

Resultados Consolidados 3T-2019

Ventas Netas de 3T-2019 tuvieron un **crecimiento** de **12.5%** año contra año

Ventas Netas del Tercer Trimestre 2019 alcanzaron Ps. 3,077.3 millones; un incremento de 12.5% comparado con el mismo periodo de 2018. Este incremento se debe principalmente a una mejora en las cifras de “sell-out” en las regiones de México y Latinoamérica, impulsadas por el nuevo Sistema de Planeación de la Demanda (“S&OP”), a las estrategias comerciales de “go-to-market” y, al incremento de visibilidad en el punto de venta a lo largo de todas las regiones en las que la Compañía opera, así como a exitosas campañas de publicidad y mercadotecnia. En menor medida, las ventas netas del segundo trimestre de 2019 fueron impulsadas por iniciativas de innovación de producto, a un incremento en ventas de productos de temporada y al mayor número de puntos de venta en operación. Lo anterior compensó el efecto negativo del tipo de cambio.

El EBITDA de 3T-2019 incrementó **Ps. 77.2 millones** año contra año

EBITDA del Tercer Trimestre 2019 alcanzó Ps. 617.1 millones comparado con Ps. 539.9 millones para el mismo periodo de 2018. El margen EBITDA para el segundo trimestre de 2019 alcanzó 20.1%. Esta mejora de 40 puntos base se debe principalmente al efecto de apalancamiento operativo en gastos fijos debido al crecimiento en ventas netas alcanzado durante el trimestre, así como a señales iniciales positivas asociadas a la ejecución de la nueva estrategia de la Compañía. Estos efectos positivos fueron parcialmente contrarrestados por el tipo de cambio en costos de ventas, de mayores ventas de productos con menores márgenes, así como de gastos extraordinarios del trimestre, incluyendo Ps. 27.2 millones de gastos pre-operativos de la nueva planta, así como, a inversiones en nuevos lanzamientos de productos, estrategias de innovación y nuevas plataformas digitales y de operación para alcanzar un mayor crecimiento a futuro.

MÉXICO
Ventas (MXN): +14.1%
Margen EBITDA: 19.0%

Resultados por Región

México

Las Ventas Netas para el tercer trimestre de 2019 alcanzaron Ps. 1,494.7 millones; un incremento de 14.1% año contra año. Este incremento de Ps. 184.4 millones se debe principalmente a la mejora en las iniciativas “go-to-market” y de visibilidad en punto de venta, así como al nuevo sistema “S&OP” y los puntos de venta adicionales debido a la renovación de la relación con una de las cadenas de farmacias más grandes en México. Este incremento también fue impulsado por los resultados positivos de la estrategia de reconfiguración del portafolio de productos, el cual expande el alcance de ciertas marcas a una mayor base de consumidores y a la estrategia comercial enfocada en marcas claves como: Suerox®, Teatrical®, Tukul® y Allivix®.

EE. UU.

Ventas (MXN): +0.7%
Margen EBITDA: 8.4%

El EBITDA durante el trimestre alcanzó Ps. 283.4 millones; con un margen de 19.0%, lo que representa una expansión de 300 puntos base año contra año. La expansión en margen es principalmente resultado del apalancamiento operativo alcanzado por el crecimiento de doble dígito en ventas del país. A pesar de esto, el EBITDA del tercer trimestre de 2019 fue impactado por gastos asociados a los procesos de pre-producción y pre-operación de la nueva planta de manufactura.

EE. UU.

Las Ventas Netas del tercer trimestre para las operaciones de Genomma en EE. UU. incrementaron 0.7%, para alcanzar Ps. 315.2 millones. Expresado en dólares estadounidenses, las ventas disminuyeron 2.2% contra año anterior. La Compañía continúa enfocada en fortalecer sus operaciones en esta región. Adicionalmente, las ventas fueron parcialmente impactadas por el evento extraordinario de retornos de SKUs no vigentes. Estos efectos ya anticipados están alineados con la estrategia de optimización de portafolio, para asegurar un crecimiento futuro acelerado en la región.

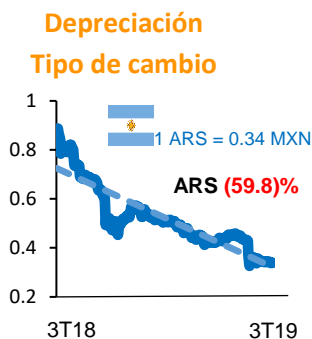
El EBITDA del tercer trimestre de 2019 alcanzó Ps. 26.6 millones; un decremento de Ps. 26.1 millones comparado con el mismo periodo de 2018. El margen EBITDA para el tercer trimestre de 2019 se contrajo en 8.4 puntos porcentuales. Esta variación en el margen es resultado de inversiones extraordinarias enfocadas a la visibilidad del producto dentro de la tienda, lo que impulsará lanzamientos de nuevos productos, así como la fase inicial de la temporada invernal 2020. Adicionalmente, durante el trimestre se realizaron inversiones en mercadotecnia, plataformas digitales e investigación de mercado para la implementación de estrategias digitales y de comunicación a través de “influencers” en redes sociales y la búsqueda de un conocimiento más profundo de las necesidades del consumidor americano en los diferentes niveles de consumo demográfico, en busca de una estrategia más enfocada para la operación en esa región.

LATINOAMÉRICA

Ventas (MXN): +14.0%
Margen EBITDA: 24.2%

Latinoamérica

Las Ventas Netas del tercer trimestre de 2019 incrementaron 14.0% año contra año, cerrando en Ps. 1,267.4 millones. Al expresarse en moneda local, las ventas lograron incrementar a doble dígito año contra año. Este aumento en ventas en moneda local se debe a estrategias de precios, innovación de producto y a iniciativas en el punto de venta implementadas en la región. El incremento fue parcialmente contrarrestado por la hiperinflación en Argentina y a una afectación del tipo de cambio en algunos países donde Genomma cuenta con operación.



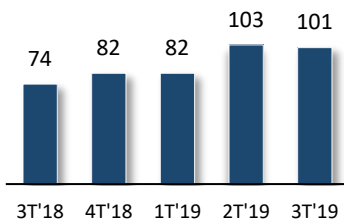
El EBITDA del tercer trimestre de 2019 alcanzó Ps. 307.1 millones, comparado con Ps. 278.2 millones en 2018. El margen EBITDA para el trimestre cerró en 24.2%; una disminución de 80 puntos porcentuales comparado con 2018. La contracción de margen se debe a los impactos macroeconómicos y depreciación de las monedas en algunos mercados donde Genomma opera.

Moneda Local expresada en MXN



Los Gastos Generales, de Venta, Mercadotecnia y Administración disminuyeron **3.3 puntos porcentuales**

Ciclo de Conversión de Efectivo (Días)



Días de Cuentas por Cobrar

| | 3T18 | 4T18 | 3T'19 |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|
| México | 99 | 105 | 104 |
| LatAm | 82 | 85 | 91 |
| EE. UU. | 56 | 51 | 70 |
| Consolidado | 86 | 89 | 95 |

Otros Resultados del Estado de Resultados

La **Utilidad Bruta** incrementó 7.8% para cerrar en Ps. 1,962.1 millones en el tercer trimestre de 2019, comparado con Ps. 1,819.9 millones en el tercer trimestre de 2018. El Margen Bruto del tercer trimestre de 2019 disminuyó 270 puntos base, para cerrar en 63.8%. La contracción en margen bruto fue principalmente resultado de un efecto en la mezcla de ventas, debido a que, ciertos SKUs con mayores costos contribuyeron de manera más significativa a las ventas del trimestre, y en menor medida, a un incremento en costos asociados al impacto en tipo de cambio al consolidar las diferentes monedas, las cuales se depreciaron durante el trimestre.

Los Gastos Generales, de Venta, Mercadotecnia y Administración, disminuyeron 3.3 puntos porcentuales como porcentaje de ventas, a 43.7%, comparado con un 47.0% para el mismo periodo de 2018. Esta disminución del margen se debe al apalancamiento operativo relacionado con el crecimiento en ventas durante el trimestre y a un continuo enfoque en el control de gastos por parte de la Compañía.

Utilidad Neta alcanzó Ps. 233.4 millones en el tercer trimestre de 2019, comparado con Ps. 223.7 millones de utilidad neta mayoritaria en el tercer trimestre de 2018. El aumento de Ps. 9.7 millones en utilidad neta se debe principalmente a una mayor utilidad antes de impuestos comparada al tercer trimestre del año pasado.

Resultados No-Operativos

El Resultado Integral de Financiamiento representó un gasto de Ps. 211.0 millones en el tercer trimestre de 2019, comparado con Ps. 221.1 millones de 2018. Lo anterior se debe principalmente a: i) una pérdida cambiaria neta de Ps. 28.3 millones tercer trimestre de 2019, en comparación con Ps. 79.2 millones de 2018; ii) un incremento de Ps. 30.6 millones en la pérdida neta relacionada a la posición monetaria en Argentina en comparación con el año anterior; iii) un incremento neto de Ps. 12.9 millones en gastos financieros durante el tercer trimestre de 2019; iv) y a una disminución de Ps. 2.8 millones en ingreso financiero durante el tercer trimestre de 2019 en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Los Impuestos a la Utilidad para el tercer trimestre de 2019 alcanzaron Ps. 133.5 millones, comparado con Ps. 97.3 millones durante el tercer trimestre del 2018.

Posición Financiera

El Capital de Trabajo fue optimizado durante el trimestre y el ciclo de conversión de efectivo se redujo de 103 días al cierre de junio de 2019 a, 101 días al cierre de septiembre de 2019:

- **Cuentas por Cobrar** alcanzaron Ps. 3,314.2 millones al 30 de septiembre de 2019. Los días de cuentas por cobrar alcanzaron 95 días; una mejora de 7 días comparado con el segundo trimestre de 2019.

Efectivo y Equivalentes alcanzaron **Ps. 1,133.2 millones** al 30 de septiembre de 2019

Un balance total de **36,160,792 acciones** en el **Programa de Recompra** al 30 de septiembre de 2019

- **Inventarios** alcanzaron Ps. 2,057.0 millones al 30 de septiembre de 2019. Los días de inventarios alcanzaron 163 días; sin cambios comparado con el 30 de junio de 2019. Comparados con el tercer trimestre de 2018, los 37 de incremento temporal, fue planeado y requerido para mejorar el nivel de servicio como parte de las etapas iniciales del programa S&OP para sincronizar todas las funciones en la organización.
- **Proveedores** alcanzaron Ps. 1,971.7 millones al 30 de septiembre de 2019. Al tercer trimestre de 2019, los días de proveedores disminuyeron a 156 días, de 162 días al 30 de junio de 2019.

Activos Fijos. La Compañía invirtió Ps. 192.7 millones en los tres meses que terminaron el 30 de septiembre de 2019, 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 impuestos a la utilidad. La posición incrementó Ps. 46.1 millones en lo que va de 2019.

Deuda Financiera Neta incrementó durante el trimestre debido a las inversiones para la nueva planta y a la recompra de acciones:

- **Efectivo y Equivalentes** alcanzaron Ps. 1,133.2 millones al 30 de septiembre de 2019, lo que representó un incremento de 0.4% contra año 2018.
- **Deuda Bruta Financiera** alcanzó Ps. 5,957.5 millones al 30 de septiembre de 2019, comparado con Ps. 5,299.3 millones en septiembre de 2018, lo que representó un incremento de Ps. 658.2 millones año contra año. El incremento se debe principalmente a la segunda disposición realizada sobre los créditos otorgados por el IFC y el IDB Invest asociados a las inversiones de la Planta.
- **Deuda Neta Financiera** alcanzó Ps. 4,824.3 millones; un incremento de Ps. 653.9 millones comparado con septiembre de 2018. La deuda a largo plazo de la Compañía representó 77.6% de la deuda total a fines del tercer trimestre de 2019.

Programa de Recompra de Acciones. Durante los tres meses que terminaron el 30 de septiembre de 2019, la Compañía recompró 1,593,470 acciones, por un monto total de Ps. 27.0 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. 412.7 millones para los primeros nueve meses de 2019. La mayoría del flujo de efectivo generado durante el trimestre fue invertida en la planta de manufactura de la Compañía.

| Métricas Financieras | 3T-2019 |
|-----------------------------|----------------|
| EBITDA / Intereses Pagados | 4.0x |
| Deuda Neta / EBITDA | 1.9x |

CONFERENCIA DE RESULTADOS

Jueves 24 de octubre de 2019
12:00 p.m. ET /
11:00 a.m. CST

Participantes:

Jorge Luis Brake
Director General

Antonio Zamora
VP Ejecutivo de Administración
y Finanzas

Enrique González
Relación con Inversionistas

Webcast:

[Conferencia de Resultados
3T2019 Genomma Lab](#)

Para participar, favor de llamar:

Estados Unidos:
+1 877-407-8031

Internacional:
+1 201-689-8031

3T-2019 Eventos Relevantes

- [Genomma Lab anuncia la colocación de 600 millones de pesos en cuatro emisiones de deuda bursátil de corto plazo](#)
Las ofertas fueron sobre suscritas; La emisión se realizó bajo el programa Dual Emisor Recurrente.
- [UP International otorga a Genomma Lab la licencia exclusiva para comercializar la gama de productos de nutrición infantil Novamil[®]/Novalac[®] en México](#)
El acuerdo de licencia exclusiva de UPI-Genomma busca aprovechar la estrategia de crecimiento e innovación de Genomma.
- [Pago anticipado de Certificado Bursátil LAB 14 de largo plazo](#)
Amortización total anticipada de los certificados bursátiles de largo plazo por Ps. 1,500 millones, "LAB 14" tenía programado su vencimiento para Enero 2020.

Impacto de Adopción de Nuevas Normas Contables

- [Impacto de Nuevas Normas de Contabilidad \(29 de abril de 2019\)](#)
- [Re-emisión de Estados Financieros 2018 \(1 de mayo de 2019\)](#)

Cobertura de Análisis

Al 30 de septiembre de 2019, LAB B cuenta con 13 coberturas: Casa de Bolsa Credit Suisse; Banco Itaú BBA; Santander Investment Securities; 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); Bradesco BBI, y JP Morgan Securities.

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. Genomma Lab no pretende y no asume ninguna obligación de actualizar estas declaraciones acerca del futuro.

Información de Contacto:

Enrique González, Director de RI
Tel: +1 (646) 452-2334
inversion@genommalab.com

Barbara Cano, InspIR Group
Tel: +1 (646) 452-2334
barbara@inspirgroup.com

www.genommalab.com/inversionistas/

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

Para los tres y seis meses terminados el 30 de septiembre de 2019 y 2018

| Miles de pesos mexicanos | TERCER TRIMESTRE | | | | ACUMULADO | | | |
|---|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|
| | 2019 | %Ventas | 2018 | %Ventas | 2019 | %Ventas | 2018 | %Ventas |
| Ingresos - Netos | 3,077,305 | 100.0% | 2,734,826 | 100.0% | 9,492,619 | 100.0% | 8,670,353 | 100.0% |
| Costo de ventas | 1,115,249 | 36.2% | 914,882 | 33.5% | 3,420,587 | 36.0% | 2,912,910 | 33.6% |
| Utilidad bruta | 1,962,056 | 63.8% | 1,819,944 | 66.5% | 6,072,032 | 64.0% | 5,757,443 | 66.4% |
| Gastos de venta y administración | 1,346,301 | 43.7% | 1,285,947 | 47.0% | 4,179,729 | 44.0% | 3,990,979 | 46.0% |
| Otros (ingresos) gastos | (1,315) | (0.0)% | (5,881) | (0.2)% | (16,459) | (0.2)% | (31,180) | (0.4)% |
| EBITDA | 617,070 | 20.1% | 539,878 | 19.7% | 1,908,762 | 20.1% | 1,797,644 | 20.7% |
| Depreciación y amortización | 35,622 | 1.2% | 15,754 | 0.6% | 96,916 | 1.0% | 48,538 | 0.6% |
| Utilidad de operación | 581,448 | 18.9% | 524,124 | 19.2% | 1,811,846 | 19.1% | 1,749,106 | 20.2% |
| Gastos financieros | (161,897) | (5.3)% | (148,994) | (5.4)% | (466,401) | (4.9)% | (393,229) | (4.5)% |
| Ingresos financieros | 8,014 | 0.3% | 5,248 | 0.2% | 22,588 | 0.2% | 24,816 | 0.3% |
| Ganancia cambiaria | (28,321) | (0.9)% | (79,211) | (2.9)% | (115,146) | (1.2)% | (93,018) | (1.1)% |
| Pérdida por posición monetaria en subsidiaria inflacionaria | (28,753) | (0.9)% | 1,819 | 0.1% | (126,954) | (1.3)% | (34,368) | (0.4)% |
| Resultado integral de financiamiento | (210,957) | (6.9)% | (221,138) | (8.1)% | (685,913) | (7.2)% | (495,799) | (5.7)% |
| Participación en la utilidad de asociadas | (3,590) | (0.1)% | 18,079 | 0.7% | 26,274 | 0.3% | 34,174 | 0.4% |
| Utilidad antes de impuestos | 366,901 | 11.9% | 321,065 | 11.7% | 1,152,207 | 12.1% | 1,287,481 | 14.8% |
| Impuestos a la utilidad | 133,514 | 4.3% | 97,343 | 3.6% | 423,384 | 4.5% | 383,814 | 4.4% |
| Utilidad neta consolidada | 233,387 | 7.6% | 223,722 | 8.2% | 728,823 | 7.7% | 903,667 | 10.4% |

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

| Miles de pesos mexicanos | Al 30 de septiembre de | | Al 31 de diciembre de |
|---|---------------------------|-------------------|--------------------------|
| | 2019 | 2018 | 2018 |
| ACTIVO | | | |
| Activos circulantes | | | |
| Efectivo y equivalentes de efectivo | 1,133,191 | 1,128,902 | 1,414,641 |
| Clientes - Neto | 3,314,220 | 2,765,642 | 2,923,135 |
| IVA por recuperar | 1,633,237 | 1,502,147 | 1,587,097 |
| Otras cuentas por cobrar | 1,167,803 | 997,597 | 808,944 |
| Inventarios - Neto | 2,057,041 | 1,398,610 | 1,697,032 |
| Pagos anticipados | 620,686 | 843,611 | 566,715 |
| Total de activos circulantes | 9,926,178 | 8,636,509 | 8,997,564 |
| Activos no circulantes | | | |
| Marcas, patentes y otros | 4,747,335 | 4,842,727 | 4,858,774 |
| Inversión en acciones | 1,582,108 | 1,525,846 | 1,555,834 |
| Inmuebles, propiedades y equipo - Neto | 2,063,247 | 1,138,436 | 1,870,234 |
| Impuestos a la utilidad diferidos, activos diferidos y otros | 786,694 | 711,797 | 794,851 |
| Total de activos no circulantes | 9,179,384 | 8,218,806 | 9,079,693 |
| TOTAL | 19,105,562 | 16,855,315 | 18,077,257 |
| PASIVO Y CAPITAL CONTABLE | | | |
| Pasivos circulantes | | | |
| Porción circulante de la deuda a largo plazo | 1,336,062 | 85,428 | 676,022 |
| Proveedores | 1,971,691 | 1,535,350 | 1,774,441 |
| Otros pasivos circulantes | 1,981,261 | 1,714,833 | 1,866,678 |
| Impuesto sobre la renta | 183,872 | 262,948 | 168,177 |
| Total de pasivos circulantes | 5,472,886 | 3,598,559 | 4,485,318 |
| Pasivos no circulantes | | | |
| Créditos bursátiles | 2,436,405 | 3,926,479 | 3,928,961 |
| Préstamos bancarios a largo plazo | 2,185,043 | 1,287,395 | 1,268,389 |
| Impuestos a la utilidad diferidos y otros pasivos a largo plazo | 193,860 | 158,785 | 166,770 |
| Dividendos por pagar | 800,000 | 800,000 | 800,000 |
| Total pasivos | 11,088,194 | 9,771,218 | 10,649,438 |
| Capital contable | | | |
| Capital social | 1,914,306 | 1,914,306 | 1,914,306 |
| Utilidades retenidas | 7,474,638 | 6,280,648 | 6,806,180 |
| Efectos de conversión de entidades extranjeras | 32,401 | 196,623 | 27,606 |
| Recompra de acciones - neto | (1,403,977) | (1,307,480) | (1,320,273) |
| Total del capital contable | 8,017,368 | 7,084,097 | 7,427,819 |
| TOTAL | 19,105,562 | 16,855,315 | 18,077,257 |

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

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

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO CONSOLIDADO

Para los tres meses terminados el 30 de septiembre de 2019

| Miles de pesos mexicanos | 3T-2019 |
|---|------------------|
| <i>Efectivo al inicio del período</i> | 1,214,159 |
| <i>Utilidad neta consolidada</i> | 233,387 |
| <i>Cargos a resultados sin flujo de efectivo:</i> | |
| Depreciación y amortización | 37,193 |
| Impuestos a la utilidad | 133,514 |
| Intereses devengados y otros | 225,946 |
| | 630,040 |
| <i>Partidas relacionadas con actividades de operación:</i> | |
| Cuentas por cobrar a clientes | 155,283 |
| Impuestos por recuperar | (246,169) |
| Inventarios | (98,748) |
| Proveedores | 25,619 |
| Otros activos circulantes | 102,037 |
| Impuestos a la utilidad pagados | (61,204) |
| Otros pasivos circulantes | (83,680) |
| | (206,862) |
| <i>Flujos netos de efectivo de actividades de operación</i> | 423,178 |
| <i>Actividades de inversión:</i> | |
| Adquisición de inmuebles, propiedades y equipo | (117,066) |
| Ventas de equipo | - |
| Otros activos | (50,935) |
| <i>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión</i> | (168,001) |
| <i>Actividades de financiamiento:</i> | |
| Pagos de préstamos de instituciones financieras y bursátiles | (1,831,422) |
| Préstamos obtenidos de instituciones financieras y bursátiles | 1,746,127 |
| Intereses pagados | (154,743) |
| Recompra de acciones | (31,810) |
| Venta de acciones recompradas | 4,858 |
| <i>Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento</i> | (266,990) |
| <i>Aumento (disminución) neta de efectivo y equivalentes de efectivo</i> | (11,813) |
| Ajuste al flujo de efectivo por variaciones en el tipo de cambio | (69,155) |
| <i>Flujo de efectivo acumulado al cierre del período</i> | 1,133,191 |
| Menos fondo restringido | 23,250 |
| <i>Efectivo y equivalentes de efectivo al final del período</i> | 1,109,941 |