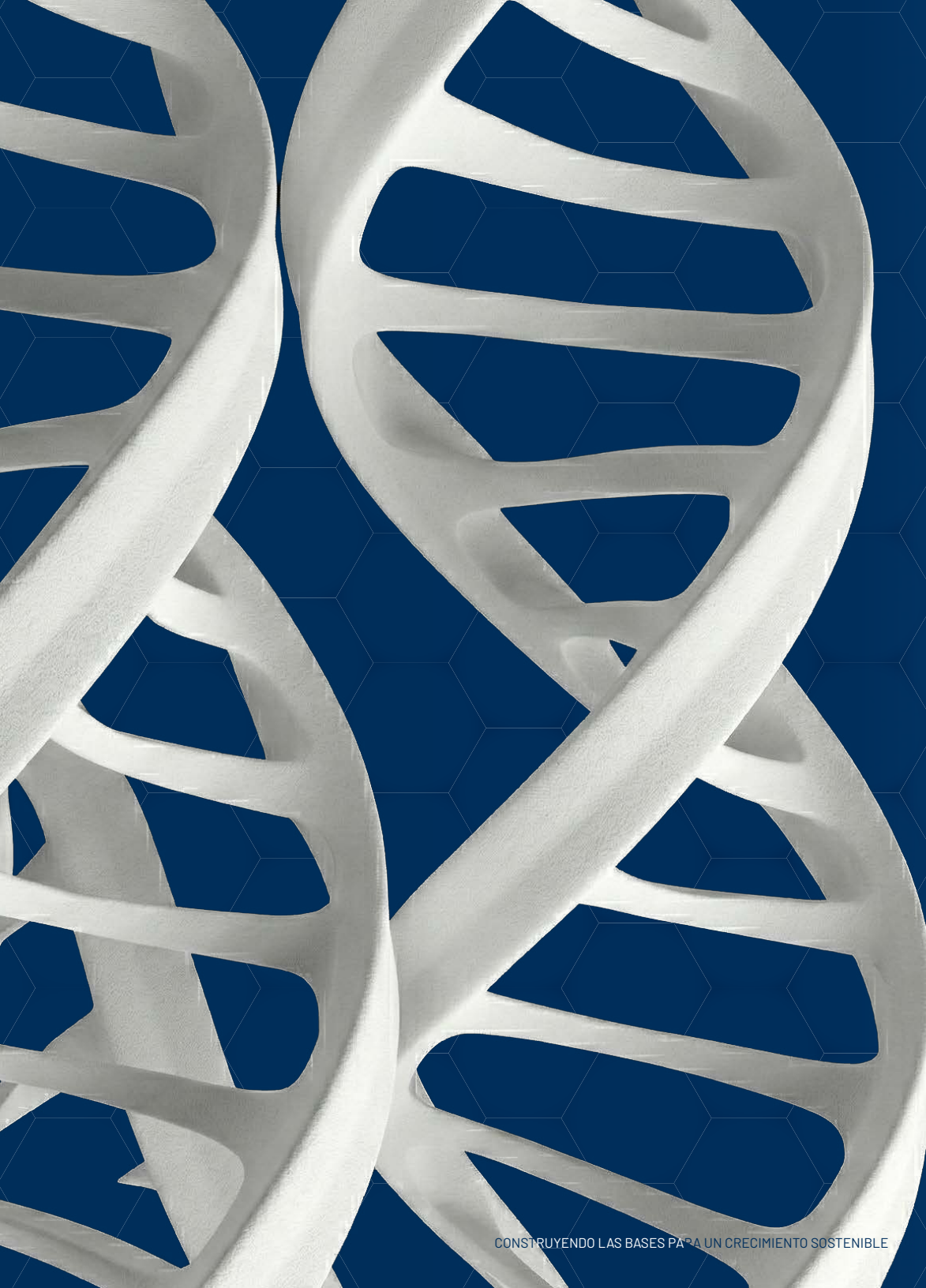


# CONSTRUYENDO LAS BASES PARA UN CRECIMIENTO SOSTENIBLE

INFORME ANUAL 2025



**Genomma Lab.**<sup>®</sup>  
Internacional



Genomma Lab.®  
Internacional

## NUESTRO PROPÓSITO

---

“SOLUCIONES  
ICÓNICAS PARA TU  
SALUD Y BIENESTAR”



# ÍNDICE

04 Carta a los Accionistas por el Presidente del Consejo de Administración y Director General

06 Acerca de nosotros

14 Desempeño financiero

 **22 Cadena de suministro**

 **30 Innovación y gestión responsable de nuestro portafolio**

 **41 Nuestros clientes y consumidores(as)**

 **49 Accesibilidad y asequibilidad de productos**

 **54 Nuestra gente**

66 Gestión ambiental

77 Nuestro impacto comunitario

83 Negocio responsable

113 Anexos ASG

Anexos Información financiera



# MENSAJE DEL PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECTOR GENERAL

GRI 2-22



## *A todos nuestros grupos de interés:*

2025 fue un año de retos y aprendizajes, en el que la capacidad de adaptación, la disciplina operativa y la toma de decisiones oportunas marcaron la diferencia. En este entorno, en **Genomma Lab Internacional** mantuvimos un enfoque claro en la ejecución de nuestra estrategia, priorizando la solidez financiera, la eficiencia operativa y la creación de valor sostenible en el largo plazo.

Durante el año, la Compañía continuó fortaleciendo su posición en los mercados donde opera, impulsada por un portafolio diversificado, una gestión comercial enfocada en el punto de venta y una toma de decisiones basada en criterios financieros y estratégicos. Al cierre de 2025, registramos ingresos consolidados por + 17,541 millones de pesos, un EBITDA de 4,101 millones de pesos y una utilidad neta de 1,614 millones de pesos, reflejando una operación resiliente y orientada a la rentabilidad.

La disciplina en la asignación de capital se mantuvo como un pilar fundamental de nuestra gestión. Durante 2025, enfocamos nuestros recursos estratégicamente en fortalecer nuestras marcas, optimizar y escalar nuestras capacidades operativas, así como en evaluar de manera rigurosa oportunidades de crecimiento que complementen y potencien nuestro modelo de negocio a largo plazo.

Fue un año de logros transformadores para Genomma. Uno de los hitos más relevantes fue el desempeño de Nikzon® Colombia, que se consolidó como un caso de éxito contundente duplicando el tamaño de la categoría en este mercado. Este resultado confirma la solidez de nuestra propuesta de valor y nuestra capacidad para ejecutar con excelencia en mercados estratégicos.

De igual forma, dimos un paso clave en nuestra agenda de innovación en Centroamérica con el lanzamiento de los sobres de Medicasp®. Esta iniciativa impulsó un incremento de 23% en ventas frente a 2024. Este avance refleja nuestro compromiso con la accesibilidad, la cercanía con el consumidor y el crecimiento regional sostenible. A pesar de la presión en ingresos, Genomma Lab cerró el año con un resiliente margen EBITDA de 23.4% y mantuvo un saludable ciclo de conversión de efectivo de 107 días, lo que subraya la solidez de nuestros fundamentos de negocio, una ejecución disciplinada y el control de costos en toda la organización. Respondimos de manera decidida al liberar MXN 1,100 millones en ahorros de productividad para reinvertirlos en nuestras iniciativas de crecimiento.



Con Fundación Genomma Lab, dimos un paso decisivo en nuestra contribución al bienestar social, fortaleciendo una agenda integral que combinó prevención, desarrollo humano y respuesta solidaria. A través del lanzamiento de las GEN Talks, promovimos activamente la salud, el bienestar y el desarrollo profesional de nuestra comunidad; ampliamos nuestra red de aliados estratégicos; y reforzamos nuestra capacidad de respuesta ante desastres naturales.

*“La sostenibilidad continuó integrada de manera transversal en la estrategia de la Compañía, como un habilitador para la gestión de riesgos, la consecución de oportunidades de mercado, la eficiencia operativa y la continuidad del negocio.”*

Hemos consolidado nuestro compromiso ambiental con resultados medibles y procesos de clase mundial, fortaleciendo nuestro Sistema de Gestión Ambiental y Social, validado anualmente por el Banco Interamericano de Desarrollo y la Corporación Financiera Internacional. Avanzamos en la transición hacia una operación más eficiente y circular al compensar 4,715 toneladas de CO<sub>2</sub> y utilizar más de 122 mil toneladas de materiales de empaque reciclados y renovables.

  
**Marco Sparvieri**  
Director General

En paralelo, el Consejo de Administración y sus comités acompañaron activamente la supervisión estratégica, fortaleciendo las prácticas de gobierno corporativo y la toma de decisiones informada.

*“De cara hacia el futuro, seguimos enfocados en consolidar un crecimiento rentable y responsable, con una visión de largo plazo orientada a generar valor sostenible para nuestros accionistas y demás grupos de interés.”*

Atentamente,



**Rodrigo Herrera**  
Presidente del Consejo de Administración





Somos una Compañía orgullosamente mexicana dedicada al desarrollo, comercialización y distribución de productos de salud, cuidado personal, bebidas isotónicas y nutrición infantil. A lo largo de nuestra trayectoria, hemos consolidado un modelo de negocio enfocado en la eficiencia operativa, la escalabilidad y la generación de valor de largo plazo a través de nuestros productos, respaldados por un portafolio de marcas con presencia relevante en los mercados de diversos continentes.



# ACERCA DE NOSOTROS

GRI 2-6



*Al cierre de 2025, operamos en 18 países, con un portafolio integrado por +60 marcas que participan en nueve categorías. Atendemos distintos mercados a través de una plataforma regional que nos permite adaptar nuestra oferta a las particularidades locales, manteniendo estándares consistentes de calidad, cumplimiento regulatorio y ejecución comercial.*

**Nuestra estrategia** se sustenta en una gestión disciplinada del negocio, que integra criterios financieros, operativos y de sostenibilidad en la toma de decisiones. Este enfoque nos ha permitido responder de manera ágil a entornos cambiantes, fortalecer nuestra posición competitiva y consolidar una plataforma operativa orientada al crecimiento rentable y responsable.

**Nuestro propósito** es ofrecer soluciones icónicas que contribuyan a la salud y el bienestar de las personas. A través de nuestro portafolio de marcas, buscamos generar valor para los consumidores(as), impulsar el desarrollo de nuestros colaboradores(as) y ofrecer resultados sostenibles para nuestros accionistas, contribuyendo positivamente a las comunidades y al entorno donde operamos.



## MISIÓN

Desarrollar, comercializar y distribuir productos innovadores que contribuyan a la salud y el bienestar, operando con eficiencia, disciplina y responsabilidad. Guiamos nuestras decisiones por criterios financieros y estratégicos de largo plazo, fortaleciendo nuestro modelo de negocio, nuestra rentabilidad y nuestro compromiso con una gestión ética y responsable.



## VISIÓN

Consolidarnos como una Compañía líder en las categorías donde participamos, reconocida por la solidez de nuestro modelo de negocio, nuestra capacidad de ejecución y una cultura organizacional basada en la integridad, la responsabilidad y la creación de valor sostenible en el largo plazo.



# VALORES Y PRINCIPIOS

Nuestros valores y principios definen la forma en que operamos, tomamos decisiones y nos relacionamos con nuestros grupos de interés. Constituyen la base de nuestra cultura organizacional y guían el comportamiento de quienes formamos parte de Genomma Lab

Internacional, asegurando una actuación ética, responsable y alineada con los objetivos estratégicos de la Compañía. Estos principios, establecidos en nuestro GenBook<sup>1</sup>, se viven de manera cotidiana y fortalecen nuestro desempeño y la creación de valor en el largo plazo.



**ÉTICA, CONFIANZA Y TRANSPARENCIA**

**Somos confiables**

Siempre hacemos lo correcto, con honestidad, respeto y responsabilidad.

**Somos transparentes**

Siempre decimos la verdad de manera abierta y honesta.

**Somos humildes**

Reconocemos nuestras vulnerabilidades y aprendemos de nuestros errores.

**Somos incluyentes**

Valoramos la diversidad y aceptamos nuestras diferencias.

**Creemos en la meritocracia**

Reconocemos constantemente el talento y esfuerzo de nuestro equipo.

**Nos importas**

Te escuchamos, te respetamos y te reconocemos.

**Somos líderes transformacionales**

Inspiramos con el ejemplo y ayudamos a nuestro equipo a crecer.

**Colaboramos siempre**

Trabajamos en equipo con una mentalidad de unidad.

**Nos divertimos**

Trabajamos para lograr un entorno saludable y con buen ánimo.

**Nos apasiona lo que hacemos**

Ponemos entusiasmo en nuestro trabajo.

**Innovamos**

Creamos soluciones icónicas y desafiamos el *status quo*.

**Nos enfocamos**

Priorizamos lo más relevante para alcanzar objetivos.

**Aprendemos rápidamente**

Identificamos oportunidades, las decodificamos y las superamos.



**PERSONAS, INCLUSIÓN Y LIDERAZGO**



**COLABORACIÓN Y ENTORNO DE TRABAJO**



**EJECUCIÓN, ENFOQUE E INNOVACIÓN**

<sup>1</sup> Para más información dirigirse a la web: [GenBook link](#)



# HITOS EN EL TIEMPO

A lo largo de nuestra historia, hemos evolucionado de manera constante, adaptándonos a las condiciones del entorno y fortaleciendo nuestro modelo de negocio. Los principales hitos que se presentan a continuación reflejan las decisiones estratégicas, los avances operativos y los momentos clave que han marcado nuestra trayectoria y han contribuido a consolidar a Genomma Lab como una compañía con presencia regional, un portafolio de marcas sólido y un enfoque claro en el crecimiento rentable y responsable.



## Fundación de Genomma Lab

Iniciamos operaciones con la fundación de Genomma Lab, sentando las bases de un modelo de negocio enfocado en el desarrollo y comercialización de productos de consumo masivo.

1996

2018

## Desarrollo de capacidades industriales

Obtuvimos financiamiento del IFC (Banco Mundial) y BID Invest (Banco Interamericano de Desarrollo) para la construcción de nuestro primer complejo industrial en el Estado de México.

## Desarrollo y comercialización de productos propios

Evolucionamos hacia el desarrollo y comercialización de productos propios en las categorías de medicamentos de libre venta (OTC) y cuidado personal, fortaleciendo nuestro portafolio de marcas.

1999

2020

## Reconocimiento en índices de sostenibilidad

Fuimos incluidos en el índice Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance por parte de S&P Global, como resultado del fortalecimiento de nuestras prácticas de sostenibilidad.

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

## Cotización en la Bolsa Mexicana de Valores

Comenzamos a cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores, fortaleciendo nuestro perfil institucional, el acceso a mercados de capitales y los estándares de transparencia y gobierno corporativo.



2008

2022

## Cambio en la Dirección General

Marco Sparvieri asumió el cargo de Director General.

## Expansión internacional en Latinoamérica

Iniciamos nuestra expansión internacional, consolidando nuestra presencia en mercados de América Latina y fortaleciendo nuestra plataforma regional.

2010

2023

## Consolidación regional

Cerramos el año con ventas por 16 mil millones de pesos y presencia en 18 países del continente americano.

## Fortalecimiento del modelo de negocio

Reforzamos nuestro modelo de negocio con un enfoque en la diversificación geográfica y el fortalecimiento de marcas clave en el portafolio.

2015

2025

## Evolución del modelo de negocio

Durante 2025 incrementamos en 2% las ventas del negocio a lo largo de LATAM exceptuando México y Argentina.



# UNIDADES DE NEGOCIO

SASB CG-HP-000.A

Nuestras unidades de negocio reflejan la forma en que se estructura y gestiona el portafolio de la Compañía, así como la contribución de cada categoría a la generación de ingresos. La participación en ventas que se presenta a continuación permite identificar los principales motores del desempeño financiero y la relevancia de cada unidad dentro del modelo de creación de valor.

## MEDICAMENTOS DE VENTA LIBRE (OTC) Y NUTRICIÓN INFANTIL

# 53%

PARTICIPACIÓN SOBRE EL TOTAL DE VENTAS



Gastro, Analgésicos, Tos y Resfriado, Derma OTC, Nutrición infantil

## CUIDADO PERSONAL Y BEBIDAS ISOTÓNICAS

# 47%

PARTICIPACIÓN SOBRE EL TOTAL DE VENTAS



Cuidado de la piel, Cuidado del cabello, Rastrillos, Bebidas isotónicas



# PRESENCIA Y MERCADOS

Tenemos presencia en 18 países, principalmente en América Latina y Estados Unidos, lo que nos permite operar bajo un modelo regional adaptable a las condiciones de cada mercado. Nuestra estrategia comercial se centra en el punto de venta, apoyada por una red de distribución que asegura la disponibilidad y visibilidad de nuestros productos, manteniendo precios accesibles para los consumidores(as).

La operación regional se respalda en procesos estandarizados y capacidades locales que permiten una ejecución eficiente, fortaleciendo nuestra posición competitiva y la cercanía con los mercados donde tenemos presencia.



4  
CATEGORÍAS CLAVE  
DE PRODUCTOS

PARTICIPACIÓN  
EN VENTAS

EE.UU.  
49%

LATAM  
44%

+650,000  
PUNTOS DE VENTA

MÉXICO  
47%

1,609  
COLABORADORES(AS)  
55%  
45%



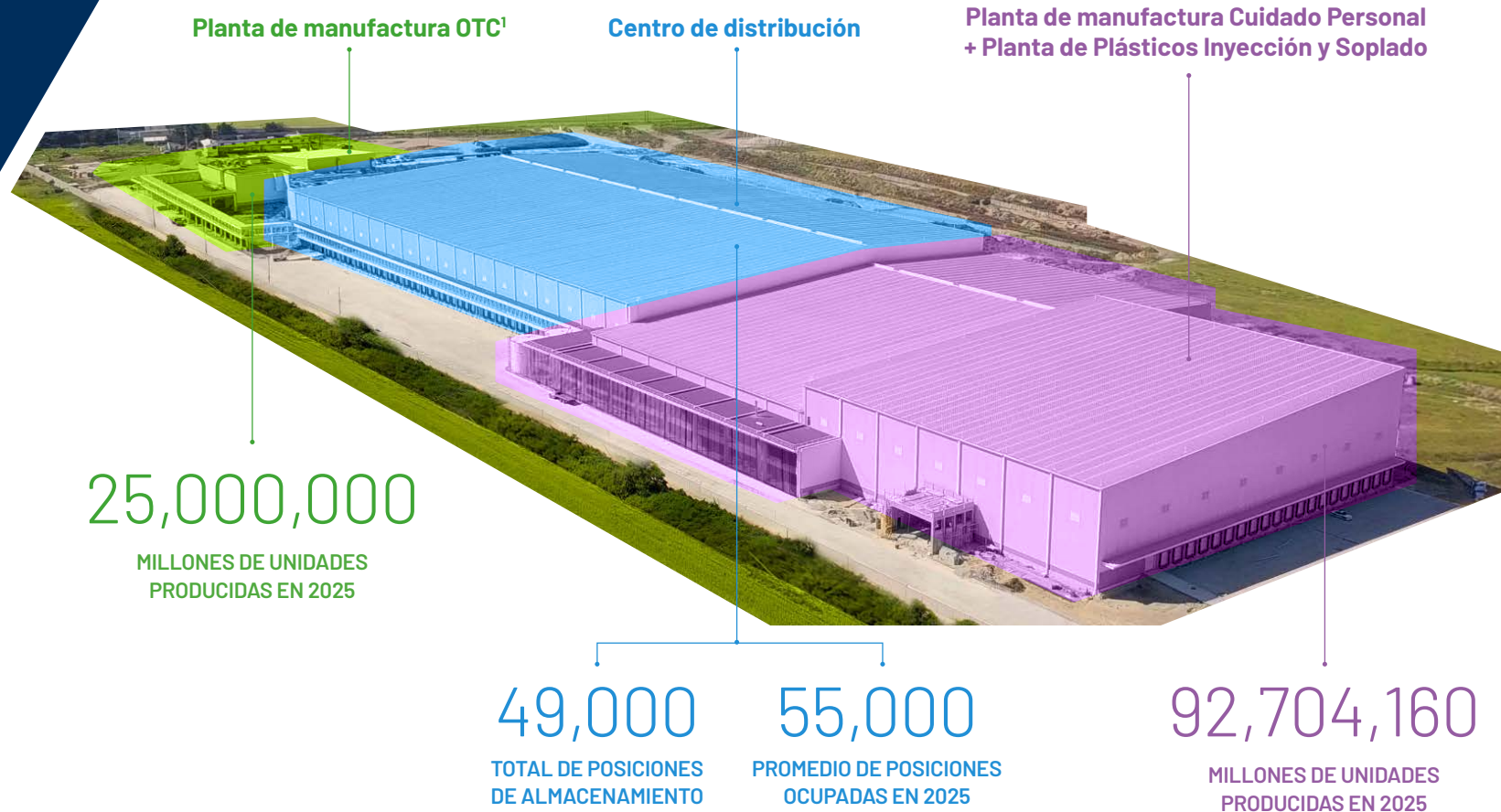
# NUESTRO COMPLEJO INDUSTRIAL

SASB CG-HP-000.B

Nuestro Complejo Industrial es un componente estratégico del modelo de creación de valor de la Compañía, al concentrar capacidades clave de manufactura, logística y control operativo. Ubicado en San Cayetano, Estado de México, este complejo fue concebido para operar bajo criterios de eficiencia, calidad y sostenibilidad, fortaleciendo la integración de la cadena productiva.

Las instalaciones incluyen plantas de manufactura especializadas por categoría de negocio, así como un centro de distribución que respalda la operación regional. Esta configuración permite optimizar procesos, asegurar el cumplimiento regulatorio y fortalecer la continuidad operativa, al tiempo que contribuye a una gestión más eficiente de recursos.

El complejo cuenta con la certificación EDGE (*Excellence in Design for Greater Efficiencies*), lo que refleja su diseño orientado a la eficiencia en el uso de energía, agua y materiales. Este enfoque es parte de la estrategia de la Compañía para reducir costos operativos, optimizar recursos y avanzar en la implementación de procesos más eficientes.





# MODELO DE CREACIÓN DE VALOR

Nuestro modelo de creación de valor se sustenta en una Estrategia de Crecimiento Integral, orientada en fortalecer el desempeño financiero y asegurar la sostenibilidad del negocio en el largo plazo.

Este modelo articula seis pilares estratégicos que operan de manera sistémica e interconectada, permitiendo así, responder a las dinámicas del mercado, optimizar la operación y generar valor para nuestros grupos de interés.

A través de estos pilares, alineamos la innovación del portafolio, la ejecución comercial, la eficiencia operativa, la comunicación con los consumidores, la expansión geográfica y la gestión ASG, consolidando una plataforma de crecimiento rentable y responsable.



## INNOVACIÓN

Impulsamos la evolución de nuestro portafolio adaptando marcas y productos a las necesidades de los consumidores(as), donde la innovación es clave para mantener la competitividad y el crecimiento del negocio.



## GO-TO-MARKET

Contamos con una sólida red de puntos de venta que asegura la disponibilidad de nuestros productos y fortalece el alcance de nuestras marcas y la generación de ingresos.



## MANUFACTURA Y CADENA DE SUMINISTRO

Nuestra estrategia de manufactura y cadena de suministro se enfoca en eficiencia y control de costos, optimizando procesos y fortaleciendo la continuidad operativa y la rentabilidad del negocio.



## COMUNICACIÓN Y MARKETING INTEGRAL

Desarrollamos estrategias de comunicación y marketing que fortalecen el posicionamiento de nuestras marcas y maximizan el impacto de nuestras campañas en múltiples plataformas, especialmente en América Latina.



## PRESENCIA GEOGRÁFICA

Operamos en distintos países con equipos locales que atienden cada mercado, fortaleciendo la diversificación geográfica y una gestión más cercana y eficiente.



## ASG

Integramos criterios ESG en la gestión del negocio, fortaleciendo la confianza de nuestros grupos de interés y consolidando una operación responsable con reconocimiento internacional.

*Este modelo de creación de valor permite articular nuestra estrategia de crecimiento, fortalecer el desempeño financiero y avanzar de manera consistente hacia una operación más eficiente, responsable y sostenible en el largo plazo.*



Presentamos los principales resultados económicos de 2025, el desempeño de nuestras unidades de negocio de OTC, Cuidado Personal y Bebidas isotónicas, así como la evolución del valor de la acción y el enfoque fiscal de la Compañía en un entorno de mercado dinámico y con desafíos importantes.

# DESEMPEÑO FINANCIERO

GRI 3-3 Desempeño económico





# DESEMPEÑO FINANCIERO

GRI 201-1

## RESULTADOS FINANCIEROS GLOBALES (MILLONES MXN)<sup>2</sup>

RESULTADOS	2023	2024	2025	Var %
Ventas netas	16,467	18,607	17,541	-6%
Utilidad bruta	10,083	11,931	11,022	-8%
Utilidad de la operación	3,201	3,922	3,760	-4%
EBITDA <sup>3</sup>	3,386	4,270	4,101	-4%
Utilidad neta de operaciones continuas	1,085	2,091	1,614	-23%

BALANCE	2023	2024	2025	Var %
Activos totales	20,697	23,018	23,690	3%
Deuda total	6,192	6,430	7,569	18%
Capital contable	9,383	10,885	11,118	2%
Ciclo de conversión de efectivo	85	109	107	2%

DATOS BURSÁTILES	2023	2024	2025	Var %
Utilidad por acción	1.1	2.1	1.6	-21%
Acciones en circulación	1,020	1,000	1,000	0%

<sup>2</sup> Cifras en millones de pesos nominales y bajo las normas IFRS, excepto por ciclo de conversión de efectivo, acción y número de unidades.

<sup>3</sup> El EBITDA ajustado excluye los efectos por la discontinuación de la subsidiaria no controlada.

87.2102

79.2563

69.23021




# RESULTADOS OPERATIVOS OTC

En 2025 la unidad de negocio de medicamentos de libre venta (OTC) enfrentó un entorno exigente y desafiante, particularmente en México, mercado que representa el 47% de las ventas.

Esto sucede derivado de una desaceleración del consumo, un menor nivel de demanda en la temporada invernal y un contexto económico más restrictivo. Sin embargo, esto no impidió el desarrollo de la Compañía, pues logramos ganar participación de mercado en categorías clave.

Por el otro lado, los demás países donde operamos (excluyendo Argentina), que representan el 32% de las ventas, registraron un crecimiento de +2% L4L, destacando el desempeño de:

 **Colombia:**  
+17% vs. año anterior

 **Brasil:**  
+13% vs. año anterior

 **Perú:**  
+20% vs. año anterior

*En 2025, el lanzamiento de Nikzon® en Colombia impulsó un fuerte crecimiento en ventas, duplicando el tamaño de la categoría.*

A nivel de categorías, el desempeño estuvo presionado principalmente por México, donde todas las categorías decrecieron. No obstante, se obtuvieron resultados positivos relevantes al analizar el desempeño por país:

**Antimicóticos y Gastrointestinales:**  
+23% en ventas L4L (excluyendo México), impulsado por el lanzamiento de Nikzon® en Colombia

**Gripa y tos:**  
+32% vs. año anterior (incluyendo Argentina)

**Gastrointestinales:**  
+12% vs. año anterior (incluyendo Argentina)

*En 2025, el área de Desarrollo OTC estableció un récord histórico con el lanzamiento de 17 productos en sus cuatro categorías.*

En términos de participación de mercado global, se destacan los avances en:

**Gastrointestinales:**

+0.2 pts

**Gripa y tos:**

+0.3 pts





## INNOVACIÓN Y MERCADOTECNIA

Continuamos fortaleciendo la estrategia de innovación a través de la optimización de formulaciones existentes, ampliación del portafolio y desarrollo de nuevas presentaciones, con el objetivo de mejorar la experiencia del consumidor(a) y responder a necesidades específicas por canal y región.

Estas iniciativas se implementaron de manera transversal en distintas categorías, impulsando tanto la competitividad del portafolio como eficiencias en costos, lo que nos permitió cerrar 2025 con tres grandes hitos:

### COLOMBIA

El lanzamiento de Nikzon® fue altamente exitoso, alcanzando una participación de 61% en el segmento hemorroides al cierre del año. Además, XRay® se mantuvo como la marca #3 en analgésicos en farmacias con un 10.3% de participación, generando un crecimiento de +11% en ventas.

### ARGENTINA

Aceleramos el crecimiento mediante dos apuestas clave: Tukul® AC, que impulsó la marca con un crecimiento de +35% vs. año anterior, y el lanzamiento de TREG Doble Acción (Omeprazol + Bicarbonato), que elevó las ventas en +66%.

### CENTROAMÉRICA

Lanzamiento de Medicasp® en formato sachet, impulsando un crecimiento de +23% en ventas de la marca.

“ 2.36% de las ventas de OTC en 2025 fueron impulsadas por proyectos de innovación.”

Cabe destacar que, en el transcurso del año se avanzó en la implementación de iniciativas orientadas a la optimización de costos, lo que incluyó negociaciones con maquiladores y mejoras en costo de empaque. Estas acciones han establecido las bases para generar eficiencias y ahorros relevantes el siguiente año.





## RESULTADOS OPERATIVOS PC Y BEBIDAS ISOTÓNICAS

SASB CG-HP-250a.1

En 2025, nuestras unidades de negocio de Cuidado Personal y Bebidas isotónicas operaron en un entorno desafiante en tres frentes: posicionamiento estratégico, agilidad técnica y el entorno macroeconómico. A pesar de este contexto, se lograron avances relevantes en innovación, eficiencia operativa y fortalecimiento de marcas estratégicas.



## CUIDADO PERSONAL

La unidad de Cuidado Personal registró una variación de -4.9% en ventas netas frente al año anterior. Este desempeño estuvo influenciado por una presión competitiva sostenida y una mezcla adversa en mercados clave.

El comportamiento de la unidad se ve reflejada principalmente en la categoría de cuidado de la piel, que representó el 60.5% del portafolio y registró una contracción de -4.6% frente al año anterior, mientras que cuidado del cabello, con el 39.5% del portafolio, disminuyó -5.3%, y rasurado presentó una variación de -4.6%.

A pesar de este contexto, la unidad logró avances relevantes en innovación, fortalecimiento de marcas y eficiencia operativa.

- **13% de las ventas** impulsadas por innovación, a través de lanzamientos como Tío Nacho Henna®, Cicatricure Neuro-Zen®, Groomen 500® y Teatrical Piel Coreana®.
- Cicatricure® fortaleció su posicionamiento a través del **lanzamiento de la línea Neuro-Zen**.
- Asepxia® inició una recuperación relevante gracias al **lanzamiento de Cuidado Diario Dermatológico**, expandiendo ocasiones de consumo sin afectar su negocio core.



*Tío Nacho® se mantuvo como la marca líder, fortaleciendo su relevancia con los lanzamientos de Tío Nacho® Keratina y Anticaspa.*

A nivel geográfico, Argentina destacó con un crecimiento de +38.6% frente al año anterior, impulsado por la optimización del portafolio y mejoras en inventarios. Brasil y la región andina mantuvieron una trayectoria positiva, mientras que México y Estados Unidos enfrentaron mayores retos derivados de presiones competitivas y condiciones macroeconómicas.

*En 2025, se estableció la manufactura local en Perú, fortaleciendo el suministro y optimizando la eficiencia logística regional, logrando un ahorro de 2 puntos porcentuales en el COGS.*



## BEBIDAS ISOTÓNICAS

En 2025, la unidad de bebidas isotónicas; Suerox® registró un crecimiento moderado, en un entorno caracterizado por una alta concentración en México – mercado que representa el 46% del negocio– y que presentó una contracción durante el periodo, amplificando su impacto en el resultado consolidado.

A pesar de este contexto, el desempeño mostró una evolución positiva en diversos mercados. Se registró un crecimiento del 54% (excepto México). En este sentido, se destaca Brasil como el principal motor de crecimiento, tanto a nivel coyuntural como estructural, seguido de Chile, que contribuyó de manera relevante al crecimiento anual.

*Chile lideró la contribución al crecimiento anual, aportando el 22% del incremento total.*

En términos de participación de mercado, se registró una ligera contracción a nivel global, influenciada principalmente por el desempeño en México y Chile, aunque algunos mercados lograron avances relevantes.

Durante el año, se impulsó la estrategia de innovación mediante el lanzamiento de nuevos sabores y formatos, orientados a ampliar ocasiones de consumo y fortalecer la propuesta de valor:



El 28% del negocio creció por encima de lo esperado, aunque el 54% se concentra en pocos mercados. Por otro lado, algunos mercados ganaron participación, impulsados principalmente por Argentina y Centroamérica.

De cara a 2026, el enfoque estará en consolidar la recuperación del sell out, fortalecer el crecimiento en segmentos especializados e impulsar los lanzamientos de Novamil Allernova® y Novamil AD+®. Asimismo, se buscará institucionalizar las prácticas más efectivas, fortaleciendo la ejecución de temporadas clave y el pipeline constante de innovación, así como replicar aprendizajes entre mercados para mejorar la consistencia operativa.

En paralelo, se impulsarán campañas globales para reforzar las mega franquicias y se continuará avanzando en eficiencia operativa y productividad en fabricación y empaques, logrando sostener nuestra competitividad y ofreciendo al consumidor propuestas de valor que sean más accesibles sin comprometer la calidad.





# ENFOQUE FISCAL

GRI 207-1, 207-2, 207-3, 207-4

El equipo fiscal es responsable de la identificación, análisis y gestión de las reformas tributarias más relevantes, con el objetivo de asegurar el cumplimiento adecuado de las obligaciones fiscales en todas las entidades de Genomma Lab Internacional, mientras que, el área de finanzas y contraloría, son responsables de garantizar el cumplimiento de la estrategia fiscal de la Compañía.

Se evalúan las implicaciones fiscales de las operaciones en las distintas áreas involucradas, anticipando riesgos y evitando retrabajos, así como analizando las obligaciones específicas de cada compañía conforme a su régimen fiscal y actividades registradas ante las autoridades. Este enfoque se complementa con controles periódicos que permiten verificar el cumplimiento en tiempo y forma.

*Durante 2025, se fortaleció la gestión fiscal mediante la automatización de procesos administrativos, orientada a mejorar la eficiencia operativa y facilitar la identificación oportuna de riesgos fiscales, contribuyendo a la prevención de contingencias.*

Nuestra estrategia fiscal se sustenta en tres pilares clave:

- **Optimización del gasto fiscal:** revisión continua de los gastos de las subsidiarias para evitar erogaciones no deducibles.
- **Automatización y control:** implementación de procesos que fortalecen el cumplimiento y la detección oportuna de riesgos.
- **Gestión de saldos a favor:** administración activa para su recuperación oportuna.

Como parte de los mecanismos de control para mitigar riesgos financieros, se realizan conciliaciones periódicas con el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y con autoridades fiscales en los países donde operamos, así como reportes internos de seguimiento.

En caso de discrepancias, se mantiene comunicación directa con las autoridades para asegurar una correcta interpretación de la normatividad y prevenir posibles contingencias.

Adicionalmente, se valida la materialidad de los gastos a través del portal interno de proveedores, donde se carga la evidencia correspondiente a los bienes y servicios recibidos, conforme a criterios definidos en un manual de evidencias.



La Compañía opera bajo lineamientos fiscales claros, asegurando el cumplimiento de las regulaciones locales.

El impuesto a las ganancias corporativas se determina con base en las utilidades generadas en cada país, manteniendo el compromiso de pagar impuestos de manera justa y en las jurisdicciones donde se crea el valor.

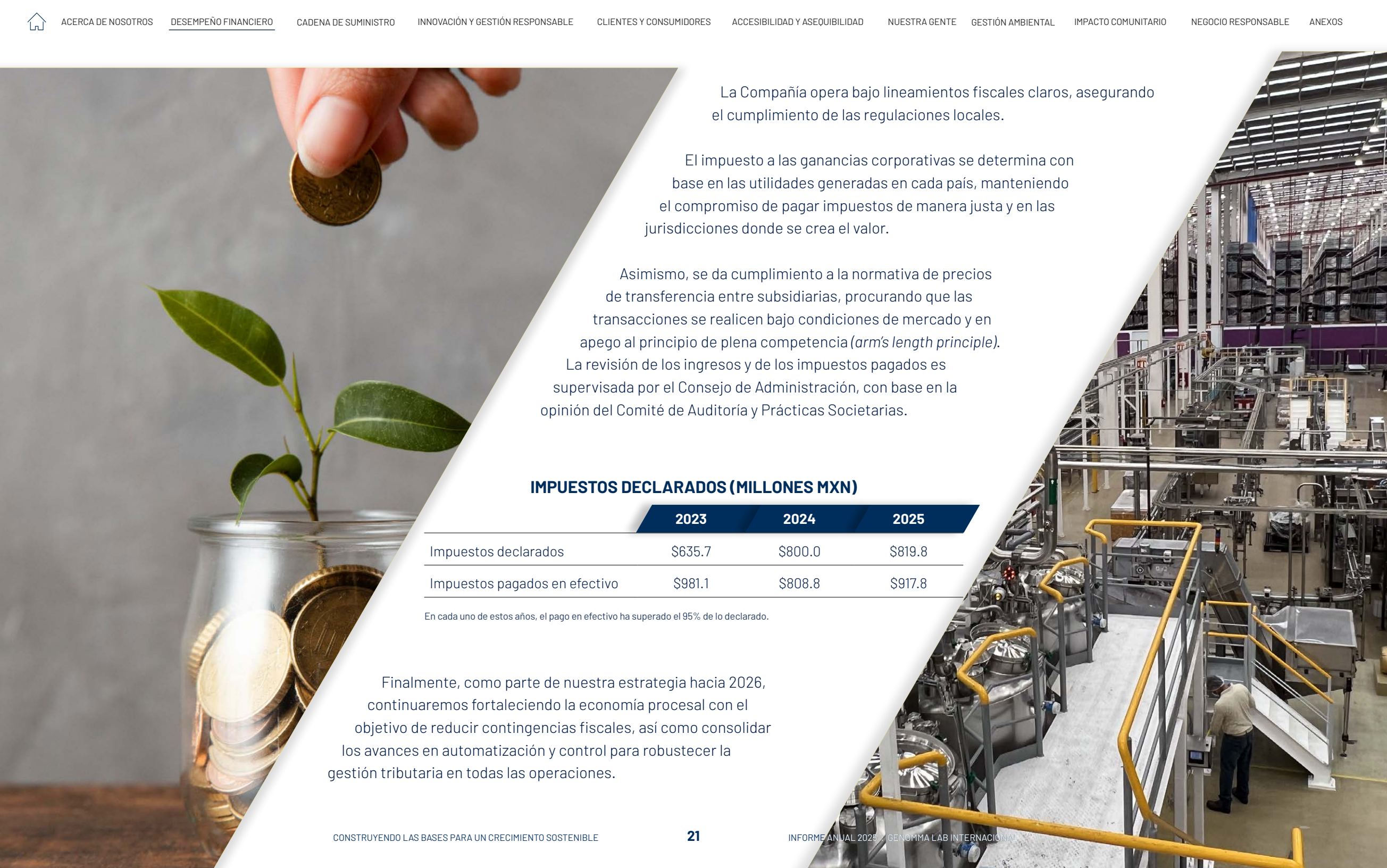
Asimismo, se da cumplimiento a la normativa de precios de transferencia entre subsidiarias, procurando que las transacciones se realicen bajo condiciones de mercado y en apego al principio de plena competencia (*arm's length principle*). La revisión de los ingresos y de los impuestos pagados es supervisada por el Consejo de Administración, con base en la opinión del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias.

### IMPUESTOS DECLARADOS (MILLONES MXN)

	2023	2024	2025
Impuestos declarados	\$635.7	\$800.0	\$819.8
Impuestos pagados en efectivo	\$981.1	\$808.8	\$917.8

En cada uno de estos años, el pago en efectivo ha superado el 95% de lo declarado.

Finalmente, como parte de nuestra estrategia hacia 2026, continuaremos fortaleciendo la economía procesal con el objetivo de reducir contingencias fiscales, así como consolidar los avances en automatización y control para robustecer la gestión tributaria en todas las operaciones.





Reconocemos que el valor que generamos está estrechamente vinculado con la solidez, integridad y desempeño los aliados que la conforman. Por ello, trabajamos de manera constante para consolidar una red de suministro sólida, confiable y competitiva, que garantice el acceso oportuno, la asequibilidad y la calidad de nuestros productos.

Construimos relaciones a largo plazo con nuestros socios comerciales y proveedores, basadas en confianza, responsabilidad y transparencia. Fomentamos vínculos de beneficio mutuo, colaboración y mejora continua, promoviendo su alineación con nuestros valores y estándares, asegurando en todo momento la calidad y excelencia que nos distinguen.



# CADENA DE SUMINISTRO

GRI 3-3 Gestión responsable de la cadena de valor



# NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

GRI 2-6

Nuestra cadena de suministro se extiende desde la investigación, pasando por el abastecimiento de materias primas, hasta la distribución y comercialización.





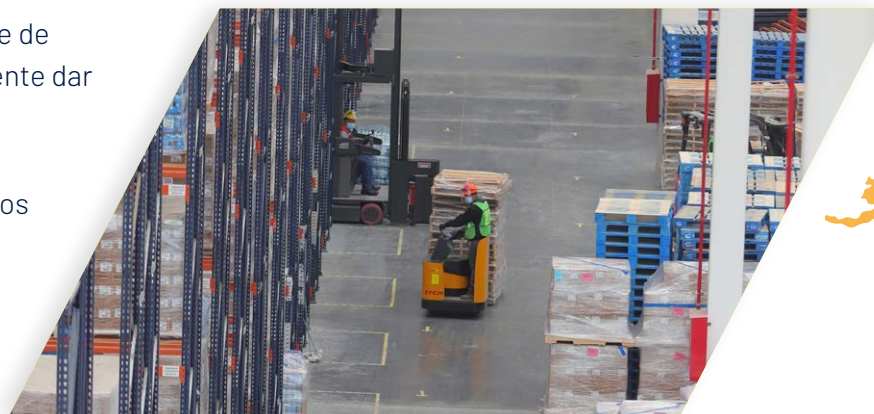
# GESTIÓN DE PROVEEDORES PRINCIPALES

GRI 204-1

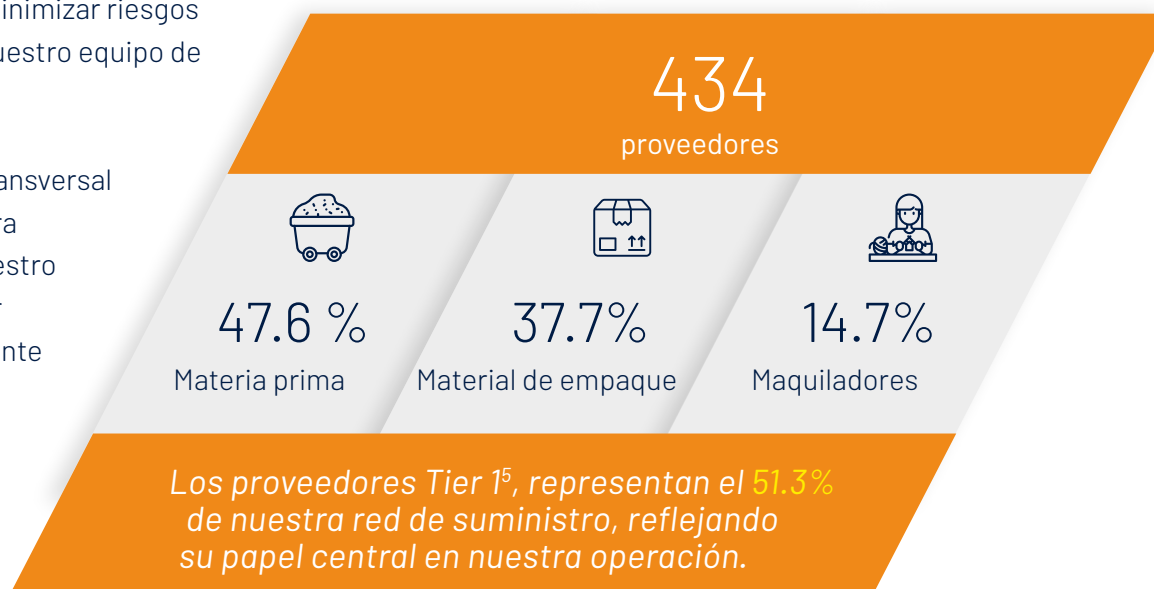
Contamos con más de **434 proveedores**, quienes forman parte de nuestra cadena de valor con los cuales buscamos sinérgicamente dar cumplimiento a nuestros estándares de calidad y desempeño.

La materia prima y el material de empaque constituyen nuestros insumos más relevantes, con participaciones del 47.6% y 37.7% de las compras. Dada la relevancia estratégica de estos insumos para nuestra operación, implementamos mecanismos para asegurar la continuidad del suministro. Mantenemos proveedores alternos y fortalecemos relaciones con socios clave, lo que nos permite garantizar entregas oportunas y minimizar riesgos de interrupción, con el apoyo de nuestro equipo de Planeación de Suministro.

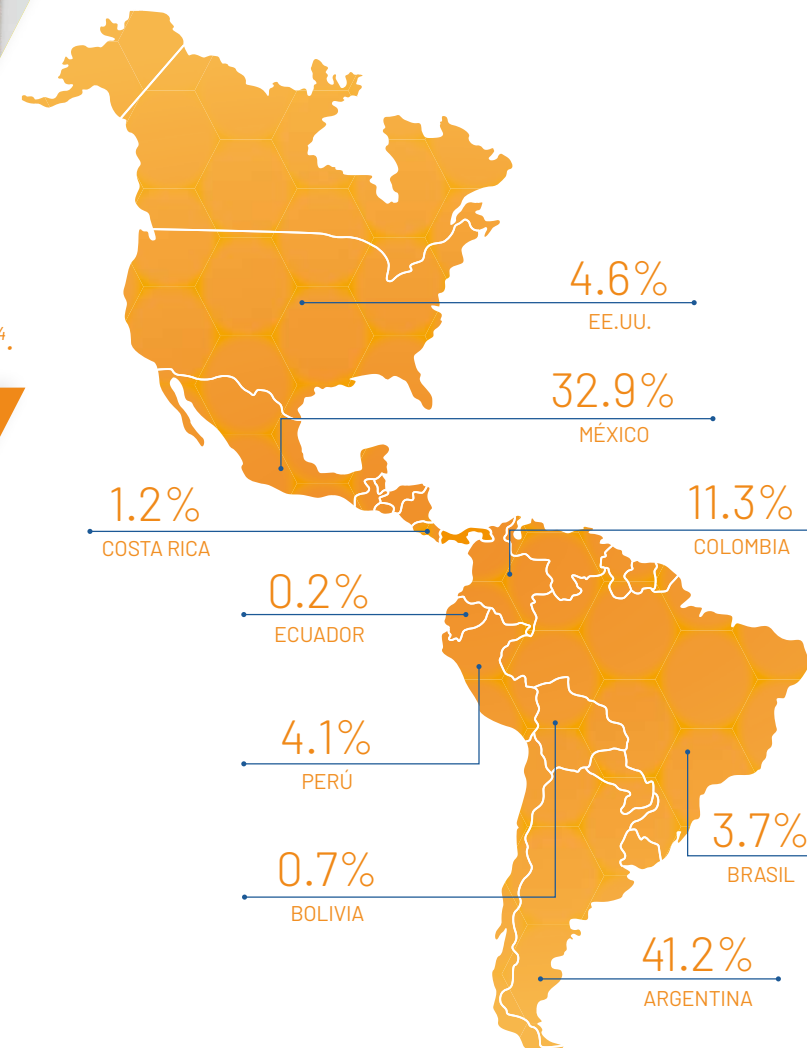
Además, trabajamos de manera transversal con equipos interdisciplinarios para gestionar transferencias hacia nuestro Complejo Industrial e implementar innovaciones, evaluando previamente su impacto en la cadena de suministro y en la operación, a fin de evitar afectaciones en la disponibilidad de materiales o interrupciones operativas.



Categorías de proveedores en la cadena de suministro 2025<sup>4</sup>.



Proveedores por país durante 2025<sup>6</sup>



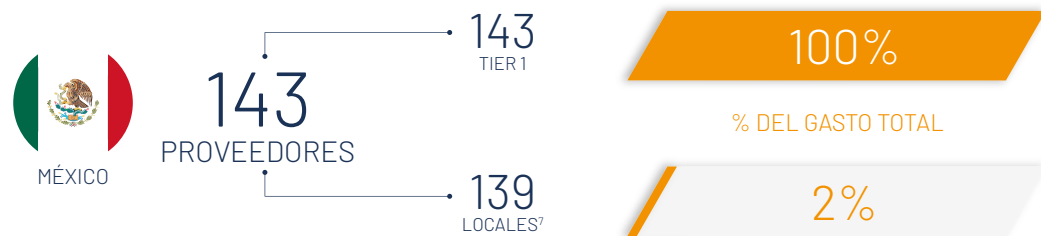
<sup>4</sup> Consideramos proveedores en países con operaciones significativas, como es el caso de Argentina, Brasil, Colombia, México, Estados Unidos y Perú. Incluimos proveedores de materia prima, material de empaque, producto terminado (maquila), transporte y distribución (logística). Para proveedores de transporte, se incluyen solamente aquellos con presencia en México.

<sup>5</sup> Consideramos a los proveedores Tier 1 o críticos aquellos que proporcionan insumos esenciales para la fabricación de productos (por ejemplo, ingredientes activos, excipientes, envases, etc.).

<sup>6</sup> Consideramos proveedores en países con operaciones significativas, como es el caso de Argentina, Brasil, Colombia, México, Estados Unidos y Perú.



### Tipología de proveedores 2025



En 2025, destinamos el 70% de nuestro presupuesto a proveedores locales.

No contamos con el detalle de proveedores de Tier 1 para Bolivia, Costa Rica y Ecuador. Sin embargo los proveedores de estos países son locales. Bolivia cuenta con 3, Costa Rica con 5 y Ecuador con 1.

<sup>7</sup> Nos referimos como local a los proveedores ubicados en los países donde tenemos operación.



# CALIDAD DE PROVEEDORES

Asegurar la calidad de los insumos utilizados es un elemento fundamental para la solidez y resiliencia de nuestra cadena de suministro. Por ello, implementamos diversas medidas que nos permiten garantizar que cada proveedor y la materia prima que provee cumpla con los más altos estándares de calidad, legales y técnicos.

Es través de nuestro Procedimiento de Aseguramiento de Calidad de Proveedores, que verificamos el cumplimiento de los requisitos establecidos mediante una evaluación integral que incluye<sup>8</sup>:



Aplicación de un cuestionario sobre el sistema de gestión de calidad.



Recopilación y validación de información legal y técnica.



Auditorías a instalaciones y procesos.<sup>9</sup>



Análisis realizados por terceros autorizados.

Además, como parte del proceso de aprobación y previo a su incorporación a nuestra red de suministro, los proveedores deben cumplir con los siguientes criterios:

Demostrar **capacidad técnica** en instalaciones, procesos y personal.

Cumplir con **buenas prácticas de manufactura**, almacenamiento y distribución.

Implementar **prácticas laborales adecuadas**.

Contar con la **documentación técnica y legal requerida**.

Operar bajo un **sistema de gestión de calidad sólido** conforme a la normativa local vigente.

Cumplir con **regulaciones en materia de seguridad y salud ocupacional**, incluyendo certificaciones locales e internacionales cuando aplique.

*El incumplimiento de los requisitos establecidos podrá derivar en la baja del proveedor, a fin de proteger el cumplimiento normativo y la continuidad operativa.*

<sup>8</sup> En el caso de tratarse de un fabricante alternativo, se lleva a cabo adicionalmente una evaluación de factibilidad del insumo.

<sup>9</sup> La frecuencia de auditorías a proveedores se define mediante un análisis de riesgos que determina su nivel de criticidad. Los proveedores críticos son evaluados al menos 1 vez al año en su desempeño y pueden ser auditados en sitio según su impacto en el producto. Con base en esta clasificación, la periodicidad de auditorías se establece entre 2 y 5 años, salvo que se identifique un riesgo adicional que requiera una revisión anticipada.



## PROVEEDORES CRÍTICOS

Identificamos a nuestros proveedores críticos, a quienes aplicamos evaluaciones periódicas para analizar su desempeño y cumplimiento normativo. Como parte de este proceso, verificamos la información proporcionada mediante auditorías<sup>10</sup> realizadas en sus instalaciones.

La evaluación contempla criterios relacionados con la operación y el cumplimiento de nuestros estándares de calidad, tales como:



Monitoreo de humedad y temperatura en almacenes



Actualización de documentos maestros



Capacitación continua del personal



Referencias de normatividades obsoletas



Buenas prácticas de documentación



Controles de proceso y gestión de riesgos



Manejo de reporte y quejas

Cabe destacar que, en el caso de fabricantes de principios activos con instalaciones fuera del país, el esquema de auditoría considera lo anteriormente establecido y se complementa con las siguientes modalidades adicionales:

- Auditoría ejecutada por el distribuidor al fabricante del insumo.
- Solicitud de Certificado de Buenas Prácticas de Fabricación (CBPF) expedido o reconocido por la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) o autoridad homologa correspondiente.
- Informe de auditoría del área de Compras.

<sup>10</sup> La evaluación de los proveedores de maquila se llevó a cabo mediante auditorías en sitio, en apego a la Norma Oficial Mexicana NOM-059-SSA1-2015.



# PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD PARA PROVEEDORES

GRI 3-3 Gestión responsable de la cadena de valor, Gestión de impactos ambientales en la cadena de valor, 205-2, 308-2, 414-2

Con el objetivo de integrar la sostenibilidad en nuestra función de compras, implementamos un **Programa de Sostenibilidad para Proveedores**, que incorpora criterios ASG en la gestión de la cadena de suministro. De esta manera, ampliamos el enfoque tradicional basado en precio, calidad y puntualidad, incorporando factores ambientales, sociales y de gobernanza en la toma de decisiones.

Este programa es aplicable a proveedores de materias primas, materiales de empaque, maquilas (producto terminado) y transporte(logística), y es supervisado por el Subcomité de Sostenibilidad quien reporta al Comité Ejecutivo. Asimismo, incluye las siguientes líneas de acción.

*Además, para asegurar la adecuada comprensión de las cuestiones de sostenibilidad y su integración en la función de compras, el equipo es capacitado cada dos años en Gestión de Ética y Sostenibilidad, fortaleciendo sus competencias para una toma de decisiones responsable.*

## COMPROMISO

Contamos con un **Código de Conducta y Ética para Proveedores**, el cual establece las expectativas y principios que deben cumplir para operar de manera social y ambientalmente responsable. Este documento aborda temas clave como anticorrupción, calidad, derechos humanos, seguridad y protección del medio ambiente, promoviendo una gestión ética y sostenible a lo largo de nuestra cadena de suministro.

Adicionalmente, en **Colombia** todos los proveedores pasan por un **proceso de debida diligencia**, con el fin de prevenir y mitigar posibles impactos negativos en materia social y ambiental.

## EVALUACIÓN

Aplicamos una **autoevaluación<sup>11</sup> bianual** para analizar las prácticas ambientales, sociales y de gobernanza de nuestros proveedores. Esta evaluación **es supervisada por el Sub-Comité de Sostenibilidad, quien reporta el Comité Ejecutivo**.

La evaluación considera las características específicas de cada proveedor, como el sector al que pertenece, y en función de ello se asigna una ponderación diferenciada a los criterios y preguntas aplicables. Asimismo, brindamos acompañamiento durante todo el proceso, con el objetivo de fortalecer sus capacidades y promover la mejora continua.



## CAPACITACIÓN

Buscamos contribuir activamente al **desarrollo y fortalecimiento de capacidades de nuestros proveedores**. Por ello, promovemos su participación en el programa 2025 **Programa de Acompañamiento Sostenible (PAS)**, un programa de capacitación impartidos por la **Bolsa Mexicana de Valores (BMV)<sup>12</sup>**, con el objetivo de ampliar sus conocimientos en materia de sostenibilidad y fomentar prácticas responsables dentro de nuestra cadena de suministro.

*El 100% de los proveedores conocen nuestro Código de Conducta y Ética, así como Políticas de Integridad.*

<sup>11</sup> Esta evaluación incluye aspectos ambientales como emisiones, energía, agua, residuos, contaminación y biodiversidad; aspectos sociales como derechos humanos y laborales, salud y seguridad, y comunidades; y aspectos de gobernanza como corrupción, soborno, conflictos de interés y prácticas anticompetitivas.

<sup>12</sup> La invitación al programa incluyó a proveedores de México, Argentina, Colombia, Perú y Chile.



## RESULTADOS DE LA AUTOEVALUACIÓN DE PROVEEDORES<sup>13</sup>

GRI 308-1, 414-1

INDICADOR	MÉXICO	ARGENTINA	BRASIL	COLOMBIA	EE.UU.	PERÚ
Proveedores evaluados Tier 1 (evaluación documental o in situ)	40	10	6	11	18	3
Proveedores críticos Tier 1 evaluados	25	8	6	11	18	2
Proveedores evaluados con impactos negativos sustanciales potenciales/actuales	0	0	0	0	0	0
Proveedores con impactos negativos sustanciales potenciales/actuales con un Plan de medidas correctivas	0	0	0	0	0	0
Proveedores con impactos negativos sustanciales potenciales/actuales con quienes se canceló la relación comercial	0	1	0	0	0	0

*100% de nuevos proveedores pasaron por filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales y sociales.*

En 2025, renovamos la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (GMP) de los maquiladores de las líneas OTC y Personal Care.

<sup>13</sup> La evaluación incluye solo a los proveedores Tier 1. Reportamos información hasta el 2023. Hasta el momento, no hemos identificado proveedores que presenten impactos negativos sustanciales o potenciales en términos de sostenibilidad. Tampoco hemos cancelado ninguna relación comercial con proveedores debido a impactos negativos significativos o potenciales en materia de sostenibilidad.



La innovación es parte fundamental para la creación de valor a través de nuestros productos, nos guía y nos permite fortalecer el portafolio, responder con agilidad a las necesidades del consumidor(a) y mantener una posición competitiva en las categorías donde participamos.

Al mismo tiempo, entendemos que innovar implica responsabilidad. Cada nuevo desarrollo, reformulación o lanzamiento debe cumplir con criterios estrictos de calidad, seguridad y cumplimiento regulatorio desde su concepción hasta su etapa post comercialización.

# INNOVACIÓN Y GESTIÓN RESPONSABLE DEL PORTAFOLIO



GRI 3-3 Innovación de productos e investigación; SASB HC-BP-210a.1



# MODELO DE INNOVACIÓN

El desarrollo de productos, particularmente en la unidad de medicamentos de libre venta (OTC), se gestiona a través de un modelo estructurado que involucra áreas técnicas, médicas, regulatorias, legales y de negocio.

El proceso se divide en cinco etapas:

*Este modelo permite evaluar los riesgos identificados de manera anticipada y tomar decisiones informadas antes de avanzar a la siguiente fase.*

## PROCESO DE INNOVACIÓN OTC



<sup>14</sup> Documento que concentra la información esencial para desarrollar un proyecto, definiendo su alcance, objetivos y requerimientos técnicos y regulatorios.

<sup>15</sup> Proceso mediante el cual un principio activo se convierte en un medicamento administrable, asegurando estabilidad, eficacia y seguridad a través de la selección de la forma farmacéutica y sus componentes.

<sup>16</sup> Normas que regulan los procesos de manufactura para garantizar la calidad y seguridad de los productos. En México, su cumplimiento es supervisado por COFEPRIS.



Trabajamos bajo tres esquemas principales de innovación<sup>17</sup>:



### Transferencia de tecnología

para replicar procesos en nuestra planta de producción.



### Evaluación de fabricantes alternos

para optimizar costos y fortalecer la cadena de suministro.



### Desarrollo o adquisición de dossiers

con respaldo técnico validado.

Como parte de nuestra mejora continua, durante 2025 mantuvimos nuestro *Dashboard de Desarrollo*, una herramienta digital que nos permite dar seguimiento en tiempo real al avance de los proyectos. El *Dashboard* facilita la toma de decisiones oportunas, mejora la visibilidad entre áreas y fortalece la eficiencia operativa en cada etapa del proceso de innovación.

<sup>17</sup> La Compañía comercializa principalmente medicamentos OTC y productos con ingredientes activos previamente aprobados, por lo que conceptos como innovaciones disruptivas ("technological breakthroughs"), productos con mecanismos de acción novedosos ("first-in-class") o procesos de revisión acelerada como FDA Priority Review o EMA Accelerated Assessment no resultan aplicables al modelo de negocio.





# INNOVACIÓN DE MEDICAMENTOS DE LIBRE VENTA

SASB HC-BP-000.B



## DEFENSA TALCO

Talco Desodorante para Pies

### REFRESCANTE

COMBATE EL SUDOR Y  
BACTERIAS QUE CAUSAN  
EL MAL OLORES



Durante 2025, el área de Desarrollo OTC consolidó su papel como motor de crecimiento del portafolio. Gestionamos y **lanzamos 17 productos** en cuatro categorías estratégicas, algunos ejemplos son **Nasalub Max Baby<sup>®</sup>, Maev Medic<sup>®</sup>, Tukol forte<sup>®</sup>, Balsamo Bengue<sup>®</sup> tarro, Lomecan jabones íntimos<sup>®</sup> (reformulación), Next FWD<sup>®</sup>, Alliviax garganta<sup>®</sup>, Genobiotics<sup>®</sup>, Silka defensa aerosol<sup>®</sup>, Silka defensa talco<sup>®</sup> (relanzamiento y reformulación), shampoo Lomecan espuma<sup>®</sup>, Lomecan Duo<sup>®</sup>**, entre otros. Esto fortaleció nuestra presencia en segmentos clave y ampliando la propuesta de valor para los consumidores(as).

En paralelo, obtuvimos la certificación de **Buenas Prácticas de Fabricación (GMP)** lo que permitió acelerar la transferencia de productos prioritarios hacia esta instalación. Como parte de este proceso, se ejecutó el plan de transferencia de 14 presentaciones y se dejaron 15 SKUs adicionales en fase final para su cierre exitoso.

El área también entregó 21 dossiers regulatorios, reforzando la capacidad de

expansión y habilitación internacional del portafolio. Este avance confirma la solidez técnica y regulatoria del modelo de desarrollo.

Adicionalmente, implementamos iniciativas de optimización de costos en productos de línea, enfocadas en mejoras de cajillas, corrugados y válvulas, logrando ahorros anuales superiores a 10 millones de pesos mexicanos sin comprometer estándares de calidad.

*Entendemos la innovación como la mejora integral del producto.*

Como parte de la evolución del portafolio, diversificamos categorías clave, mejoramos formulaciones existentes y ampliamos presentaciones, al tiempo que fortalecimos nuestra presencia en mercados internacionales. La estrategia priorizó la experiencia del consumidor y la adaptación de la oferta a las particularidades de cada canal y región.



De igual forma, todas las categorías incorporaron proyectos de optimización orientados a mejorar el desempeño del producto y generar eficiencias en costos, manteniendo estándares de calidad y consistencia.

Algunos ejemplos incluyen:



## ANALGÉSICOS

Ampliamos el portafolio con naproxeno en formato de 6 cápsulas y un analgésico tópico de doble efecto térmico, ofreciendo opciones más prácticas y accesibles para el manejo del dolor.



## GRIPA Y TOS

Actualizamos presentaciones para molestias asociadas a la gripa e incorporamos una solución nasal infantil y un mucolítico para Ecuador, fortaleciendo la cobertura en la categoría respiratoria.



## GASTROINTESTINAL

El buen desempeño en México permitió expandir el portafolio hacia otros mercados de Latinoamérica, consolidando su posicionamiento regional.



## DERMATOLÓGICOS

Lanzamos una solución para crecimiento capilar y un shampoo anticaspa en sachet para CARICAM, ampliando alcance y accesibilidad en la categoría.

En la categoría de cuidado infantil se lanzó una solución nasal para higiene. Estos desarrollos responden tanto a tendencias de mercado como a necesidades funcionales identificadas del consumidor(a).

**El principal reto del año fue mantener la velocidad de desarrollo sin perder disciplina operativa.** Esto implicó sostener el ritmo de lanzamientos en OTC, bebidas isotónicas y cuidado personal, avanzar en nuevas formas farmacéuticas y formatos de algunos productos (como sachets, gomitas y monodosis), completar transferencias hacia nuestro Complejo Industrial y generar eficiencias sin comprometer la calidad.

De cara a 2026, el enfoque está en consolidar esta dinámica. **Buscamos asegurar el cumplimiento del plan de lanzamientos**, fortalecer la habilitación internacional mediante la generación y actualización de dossiers regulatorios, y mantener un flujo constante de proyectos alineados al plan estratégico a tres años.

*La prioridad seguirá siendo desarrollar soluciones pertinentes y diferenciadas, que combinen innovación técnica con valor tangible para el los y las consumidoras.*





## PORCENTAJE DE INGRESOS GENERADOS POR INNOVACIONES DE PRODUCTOS EN OTC

	2023	2024	2025
Innovaciones de productos lanzados en los últimos 5 años	9%	13%	12%
Optimizaciones de productos lanzados en los últimos 5 años	32%	34%	38%
Producto o servicios sin cambios o mínimamente modificados	59%	53%	50%

## DETALLE DE LAS FASES DE INNOVACIÓN EN OTC

	2023	2024	2025
Productos en estudios de bioequivalencia <sup>18</sup>	0	5	4
Dossiers sometidos (año)	98	126	75
Productos lanzados	38	68	17
<b>% ventas/innovación</b>	<b>ND</b>	<b>13%</b>	<b>12%</b>

<sup>18</sup> Las actividades de innovación de la Compañía se enfocan principalmente en productos OTC, reformulaciones y productos con ingredientes activos previamente aprobados, por lo que los proyectos no requieren estudios clínicos Fase I, II y III. Dependiendo del producto y de la regulación aplicable, algunos proyectos pueden requerir estudios de bioequivalencia u otras evaluaciones técnicas conforme a la NOM-177-SSA1-2013.

## GESTIÓN RESPONSABLE DEL PORTAFOLIO

Nuestro compromiso no termina con el lanzamiento. Gestionamos cada producto bajo un enfoque integral que incluye:

- Sistema de Gestión de Calidad
- Auditorías regulatorias
- Cumplimiento de Buenas Prácticas de Fabricación (GMP)
- Trazabilidad
- Farmacovigilancia y tecnovigilancia

*Obtuvimos la certificación GMP de COFEPRIS en 2025 con cero observaciones críticas, garantizando la continuidad del negocio y la seguridad del portafolio.*





# SEGURIDAD Y EFICACIA

GRI 3-3 Seguridad y calidad de productos, 416-1, SASB CG-HP-250a.3, HC-BP-250a.1



Desde el área de Dirección Médica asumimos la responsabilidad de asegurar que cada producto que llega al mercado cumpla con los más altos estándares de seguridad, calidad y eficacia. Antes de su comercialización, todas las formulaciones son evaluadas mediante estudios clínicos, pruebas de eficacia cosmética y análisis de seguridad que permiten validar su funcionalidad y desempeño.

Nuestro enfoque abarca todo el ciclo de vida del producto. A través del macroproceso de Fármaco, Tecno y Cosmetovigilancia, gestionamos tres etapas clave:

## Objetivo: Construcción y soporte del perfil de seguridad.

### Preautorización

- Actividades de rutina: Monitoreo, Estudios clínicos todas las fases, Estudios de eficacia y seguridad cosmética, desarrollo y diseño de DM.
- Informe de estudios clínicos
- Reporte de EA
- PMR elaboración y presentación

### Registro y renovación

- Soporte por requisito regulatorio normativa global o local
- Cumplimiento

### Vigilancia Post comercialización

- Actividades de rutina: PMR implementación, RPS, IFV, ITV, Monitoreo y Notificación de ISCR, sistema de reporte, atención al consumidor(a), Generación de alertas, Programa de capacitación, Informes, Búsqueda literatura.
- Actividades adicionales: Desarrollo e implementación de seguimiento.

*La seguridad del paciente, el reporte oportuno a la autoridad y el cumplimiento normativo se integran en todo el ciclo de vida del producto.*

EA: Evento adverso, PMR: Plan de Manejo de Riesgo, RPS: Reporte Periódico de Seguridad, IFV: Informe de Farmacovigilancia, ITV: Informe de Tecnovigilancia, ISCR: Individual Case Safety Report, DM: Dispositivo Médico



# FARMACOVIGILANCIA

Contamos con un sistema integral de farmacovigilancia, antes de llegar al mercado, el 100% de los productos comercializados por la Compañía son sometidos a un proceso riguroso de evaluación de seguridad y cumplimiento normativo.

Este proceso incluye:

## 1. EVALUACIÓN DE MATERIAS PRIMAS

Revisión técnica de proveedores conforme a estándares definidos por categoría de producto y análisis de certificados (COA) que acreditan la ausencia de sustancias restringidas o peligrosas.

## 2. ANÁLISIS DE CUMPLIMIENTO REGULATORIO

Verificación sistemática de límites y restricciones establecidos por normativas locales e internacionales aplicables.

## 3. PRUEBAS DE LABORATORIO

Cuando corresponde, análisis en laboratorios acreditados para detectar sustancias no permitidas o potencialmente riesgosas.

## 6. CONTROL EN PROCESOS DE FABRICACIÓN

Implementación de medidas para prevenir contaminación cruzada, con inspecciones periódicas y muestreos aleatorios.

## 5. AUDITORÍAS INTERNAS Y EXTERNAS

Verificación del cumplimiento de protocolos de calidad y seguridad.

## 4. EVALUACIÓN DE RIESGO TOXICOLÓGICO

Análisis de exposición y efectos potenciales en salud humana, mediante revisión de datos toxicológicos y modelos predictivos.

Este enfoque preventivo permite minimizar riesgos potenciales y mantener una probabilidad extremadamente baja de impactos negativos en los consumidores(as).

Una vez que los productos se encuentran en el mercado, mantenemos un sistema activo de monitoreo que permite:

- Recibir y analizar reportes de eventos adversos o quejas relacionadas con seguridad.
- Elaborar reportes periódicos conforme a los requerimientos de las autoridades sanitarias.
- Activar protocolos de corrección o retiro inmediato en caso de detectarse un incidente que lo amerite.





Este sistema fortalece nuestra capacidad de respuesta y mejora continua.

Durante 2025, atendimos distintos procesos de supervisión regulatoria en los países donde operamos:



## Estados Unidos

Inspección de la FDA en junio de 2025 en la sede de Houston, enfocada en calidad y documentación vinculada a la producción de Suerox® en San Cayetano. La revisión concluyó sin multas ni carta de advertencia.



## México

Inspección de COFEPRIS relacionada con el producto NOVAMIL RICE, solicitando trazabilidad completa de un lote. La información fue presentada y el caso se cerró satisfactoriamente.



## Perú

Requerimiento de información por parte de INDECOPI sobre claims en productos cosméticos de las líneas Teatrical® y Tío Nacho®, atendido en el marco de una investigación general de mercado.



## Chile

Fiscalizaciones rutinarias anuales a través de la plataforma GICONA del ISP respecto a registros cosméticos y certificados de calidad, gestionadas sin observaciones críticas.

Estos procesos reflejan un entorno regulatorio exigente y nuestra disposición permanente a colaborar con las autoridades, sosteniendo estándares alineados a marcos internacionales y locales.

*El 100% de los productos que comercializamos están sujetos a un riguroso proceso de evaluación de seguridad y cumplimiento normativo.*



# TRAZABILIDAD

GRI 3-3 Trazabilidad; SASB HC-BP-260a.1, HC-BP-260a.2

La trazabilidad es un componente esencial de nuestra estrategia de seguridad y calidad.

Nos permite asegurar la autenticidad de los productos, prevenir riesgos de falsificación y mantener control sobre cada etapa de la cadena de suministro.

Contamos con un sistema que integra:

CODIFICACIÓN

REGISTRO DOCUMENTAL

SEGUIMIENTO OPERATIVO DESDE LA FABRICACIÓN HASTA EL PUNTO DE VENTA

Además, cada producto incorpora código de barras y codificación de lote que permiten su identificación y rastreo. De igual forma mantenemos un **sistema de gestión que documenta la producción de cada lote**, incluyendo materias primas utilizadas, procesos de fabricación y movimientos logísticos.

El proceso inicia desde la emisión de la orden de producción, donde se asigna un número de lote único que acompaña al producto a lo largo de su ciclo de vida. Esta información se conserva en nuestros sistemas y facilita la trazabilidad desde el origen hasta la distribución final.

En fabricación, registramos los lotes de producción y las materias primas utilizadas. En distribución, monitoreamos el desplazamiento de los productos desde planta hasta los puntos de venta. A nivel *retail*, la lectura de códigos de barras y QR fortalece la identificación y autenticidad del producto.

Este fortalecimiento no solo elevó el nivel de cumplimiento, sino que generó una base de datos crítica que facilita la transición hacia nuevos estándares regulatorios en materia de monitoreo y autenticación digital.

Adicionalmente, se robusteció la colaboración con proveedores, **asegurando que el 100% cumpla con los requisitos técnicos de localización y monitoreo** establecidos por la regulación aplicable.

Para conocer más acerca de nuestra gestión con proveedores dar [clíc aquí](#).



En el centro de nuestra operación se encuentran nuestros clientes y consumidores(as), a quienes buscamos acercar soluciones de salud y bienestar de manera accesible, oportuna y confiable.

A través de una estrategia integral que combina canales de distribución eficientes, comunicación clara y una escucha activa, trabajamos para fortalecer la relación con nuestros distintos públicos y mejorar continuamente su experiencia.

Este enfoque nos permite no solo ampliar el alcance de nuestro portafolio, sino también responder a las necesidades cambiantes del mercado, garantizando la disponibilidad de nuestros productos y la relevancia de nuestras marcas en cada punto de contacto.



# NUESTROS CLIENTES Y CONSUMIDORES(AS)

GRI 2-6



# CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Para asegurar la disponibilidad de nuestros productos y acercarlos a una amplia extensión de la población contamos con una estrategia de distribución que integra distintos canales de venta y nos permite responder a las necesidades de cada mercado. A través de esta red, buscamos que nuestras soluciones de salud y bienestar estén presentes en múltiples puntos de venta, facilitando el acceso de los consumidores(as) a nuestro portafolio.

Nuestra operación comercial se articula principalmente a través de dos canales de distribución:

## CANAL TRADICIONAL

Nos permite llegar a comunidades con menor acceso a servicios formales de retail mediante una red de distribuidores, farmacias independientes, tiendas de abarrotes y pequeños comercios.

Este canal es clave para ampliar la cobertura territorial y garantizar la disponibilidad de productos en zonas donde el acceso a soluciones de salud puede ser limitado.



## CANAL MODERNO

Integrado por supermercados, tiendas departamentales, cadenas de farmacias y tiendas de conveniencia.

Este canal se caracteriza por una cartera diversificada de clientes y por el uso de esquemas de distribución directa y logística especializada que fortalecen la disponibilidad de productos en los puntos de venta.



En conjunto, estos canales permiten atender distintos perfiles de clientes —directos e indirectos— y asegurar una cobertura amplia del mercado. Durante el año, nuestro portafolio comercial incluyó 496 SKUs, comercializados a través de esta red de distribución.

Como parte de nuestra estrategia logística, **implementamos iniciativas orientadas a optimizar la eficiencia operativa**, reducir costos de distribución y disminuir nuestra huella ambiental. Entre ellas se destaca la continuidad del modelo de distribución **Tren Oxxo**,

<sup>19</sup> Un camión en promedio emite 90 toneladas de CO<sub>2</sub>.

operado en colaboración con un socio logístico, el cual permite realizar envíos de mercancía hacia los centros de distribución de nuestros clientes a lo largo de todo México.

*Gracias a este modelo se logró una reducción de gastos de distribución equivalente a 3.8 millones de pesos, así como una disminución en emisiones de CO<sub>2</sub> equivalente a las emisiones de 382 camiones<sup>19</sup>.*



Adicionalmente, se implementó una **Política de Monto Mínimo** de compra para envíos, orientada a optimizar la planeación logística, estandarizar los procesos de despacho y reducir el uso innecesario de unidades de transporte.

*Esta medida permitió generar ahorros adicionales por 58.9 millones de pesos, al mismo tiempo que contribuyó a disminuir la utilización de unidades de transporte, evitando emisiones equivalentes a 250 camiones.*

Estas acciones forman parte de un enfoque integral para fortalecer la eficiencia de nuestra cadena logística y asegurar entregas oportunas a los centros de distribución de nuestros clientes.

Asimismo, continuamos reforzando las medidas de seguridad en el transporte de mercancías, con el objetivo de proteger nuestras operaciones y mantener la continuidad del suministro.

Durante 2025 implementamos un sistema de seguridad basado en equipamiento especializado para las unidades de transporte, que incluye cerraduras inteligentes, cámaras externas y monitoreo del motor vía GPS.

*Gracias a estas medidas preventivas, logramos mantener un índice de robo de autotransporte por debajo de la media nacional, fortaleciendo la confiabilidad de nuestra red logística.*

De esta manera, nuestros canales de distribución y nuestra estrategia logística trabajan de manera conjunta para garantizar que nuestros productos lleguen de forma segura, eficiente y oportuna a los puntos de venta, contribuyendo a mejorar la experiencia de nuestros clientes y consumidores(as).





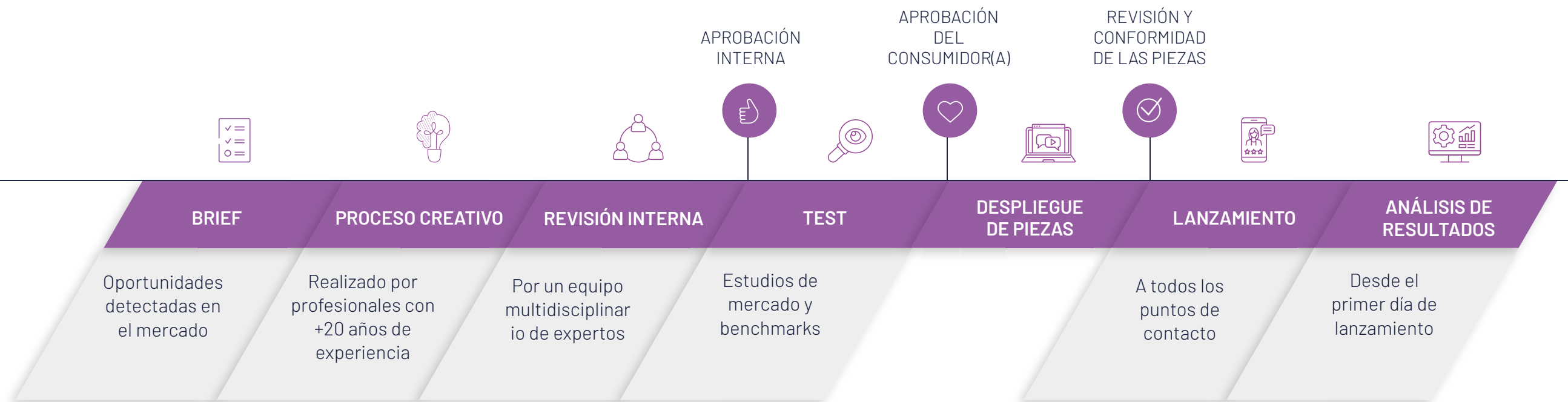
# COMUNICACIÓN Y MARKETING INTEGRAL

GRI 417-1

Nuestro modelo de comunicación y marketing está diseñado para fortalecer la conexión con nuestros consumidores(as), posicionar nuestras marcas y asegurar la fiabilidad de los mensajes a lo largo de todos los puntos de contacto. Para ello, desarrollamos estrategias integrales basadas en el análisis de tendencias de mercado, el entendimiento del comportamiento del consumidor(a) y la evaluación continua del desempeño de nuestras campañas.

El proceso inicia con la identificación de oportunidades mediante estudios de mercado, análisis de benchmarking y seguimiento de tendencias en cada uno de los países donde operamos. A partir de estos insumos, equipos multidisciplinarios desarrollan conceptos creativos y narrativas alineadas con las necesidades del consumidor y con la propuesta de valor de nuestras marcas.

Posteriormente, las piezas creativas son sometidas a procesos de revisión interna y validación técnica para asegurar el cumplimiento de nuestros estándares de calidad y de las regulaciones aplicables. En paralelo, realizamos pruebas dirigidas a consumidores con el objetivo de evaluar la aceptación y el impacto de los mensajes antes de su lanzamiento.





Durante el año, nuestra estrategia de comunicación evolucionó hacia un **modelo más digital y basado en marketing de precisión**, ampliando el uso de plataformas digitales para fortalecer la interacción con audiencias específicas. En particular, incorporamos canales como **YouTube, TikTok e Instagram** para acercarnos a audiencias más jóvenes mediante contenidos orientados a la prevención, el cuidado cotidiano y la educación en salud, complementando así los modelos tradicionales de comunicación masiva.

De forma paralela, continuamos fortaleciendo la **evolución del storytelling y la autoridad de nuestras marcas**, redefiniendo narrativas que refuercen su diferenciación y relevancia en el mercado. En este sentido, **Cicatricure**® reforzó su posicionamiento a partir de una narrativa científica centrada en la credibilidad dermatológica, mientras que **Tío Nacho**® mantuvo la relevancia de su plataforma de comunicación enfocada en la reparación intensiva del cabello, consolidando su liderazgo en el segmento anticaída en mercados clave. Asimismo, **Teatrical**® capitalizó tendencias emergentes en el cuidado de la piel mediante el lanzamiento de propuestas inspiradas en rutinas de belleza globales, ampliando el alcance de la marca entre nuevos consumidores(as).



“ Para conocer más sobre estas y otras soluciones de nuestro portafolio, invitamos a nuestros grupos de interés a consultar la información disponible en los enlaces de cada producto. ”



# VISIBILIDAD EN EL PUNTO DE VENTA



Trabajamos de manera continua en fortalecer la presencia de nuestras marcas en los puntos de venta, con el objetivo de mejorar la experiencia de compra y facilitar el acceso de los consumidores a nuestros productos.

Estas iniciativas se desarrollan a través de 2 ejes de acción:

## DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS

Optimizamos los procesos de distribución y gestión de inventarios para asegurar que nuestro portafolio se mantenga presente en los distintos canales de comercialización. Esto nos permite responder de manera oportuna a la demanda del mercado y mantener una oferta accesible para nuestros clientes.

Para conocer más acerca de nuestra estrategia de distribución da [clic aquí](#)

## INICIATIVAS DE COMUNICACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA (IN-STORE MEDIA)

Mediante el desarrollo e instalación de materiales promocionales y exhibiciones especiales que fortalecen la visibilidad de nuestras marcas dentro de los establecimientos. Estas acciones buscan mejorar la experiencia de los consumidores (as) dentro de la tienda, facilitando la identificación de los productos y reforzando los atributos clave de nuestras soluciones.

A través de estas estrategias, contribuimos a fortalecer la presencia de nuestras marcas en los espacios de venta y así, acompañar el proceso de decisión de compra de nuestros consumidores (as).









# ATENCIÓN AL CONSUMIDOR(A)

GRI 418-1

Escuchar y atender las inquietudes de nuestros consumidores(as) es un elemento fundamental para mejorar continuamente nuestros productos y servicios. Por ello, ponemos a su disposición distintos canales de comunicación que operan de manera permanente, permitiendo recibir comentarios, resolver dudas y dar seguimiento a cualquier reporte relacionado con nuestros productos.

Nuestros consumidores(as) pueden contactarnos a través de líneas telefónicas, correo electrónico y redes sociales, disponibles en los distintos países donde tenemos presencia. Estos canales nos permiten brindar atención oportuna y recopilar información relevante sobre la experiencia de uso de nuestros productos.



PAÍS	CONTACTO	PAÍS	CONTACTO
 Argentina	0 8004443666	 República Dominicana	18887600140
 Brasil	0 8007700566	 Chile	800835977
 Bolivia	800101149	 Colombia	18009520777
 Costa Rica	0 800 0521647	 Ecuador	1800000426
 Guatemala	18008350438	 México	800 7171 305
 Nicaragua	00 18002260509	 Paraguay	0800-11-7767
 Honduras	80027919096	 Perú	80000791
 El Salvador	8006605	 Uruguay	000 4054571
 Panamá	00 8000521458	 EE.UU.	18779943666








[atencion@genommalab.com](mailto:atencion@genommalab.com)





Durante 2025 nuestro servicio de atención al consumidor (a) recibió 14,308 llamadas y 24, 533 correos electrónicos tal y como se muestra a continuación:

MEDIOS DE RECEPCIÓN DE REPOTES	2024	2025
 Total de llamadas recibidas	9,467	14,308
 Total de correos recibidos	19,735	24,533

CLASIFICACIÓN DE REPOTES	2024	2025
 Quejas o reclamos	7.9%	2.7%
 Información general	58.5%	15.9%
 Felicidades	0.4%	0.1%
 Precio	2.0%	0.6%
 Distribución	1.4%	0.8%
 Reacciones médicas	3.3%	0.0%
 Otros	26.6%	80.0%

En Genomma Lab Internacional reconocemos la importancia de cumplir con las expectativas de todos nuestros consumidores (as), bajo este contexto seguimos trabajando en fortalecer la rapidez y calidad de los reportes que recibimos.

“ En 2025 no obtuvimos reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos. ”



Nuestro propósito y modelo de negocio es hacer que nuestros productos tengan características de accesibilidad para los consumidores(as) y, al mismo tiempo, fortalezcan las capacidades locales.

Trabajamos para que nuestros productos estén disponibles en más puntos de venta y buscamos construir una experiencia excepcional. La accesibilidad y asequibilidad se encuentran integradas en nuestro modelo comercial consolidando así nuestro crecimiento sostenible.

En Genomma Lab Internacional contamos con una estrategia multicanal que nos permite ampliar cobertura y adaptarnos a las dinámicas de consumo.



GRI 3-3 Accesibilidad y asequibilidad



## CANAL MODERNO

Fortalecimos nuestra presencia mediante lanzamientos relevantes como Asepxia Cuidado Diario®, ingresando a la categoría de jabones de tocador y revirtiendo la tendencia de la marca para cerrar con crecimiento de doble dígito.

Asimismo, consolidamos cuatro años consecutivos ganando participación de mercado en la categoría de Gripe durante la temporada invernal.

Frente a un entorno de desaceleración económica y ajustes en políticas de inventario por parte de autoservicios, reforzamos la actividad promocional en punto de venta y optimizamos procesos para minimizar indisponibilidad de stock, asegurando continuidad operativa y recuperación de cartera.

Para 2026, el foco estará en fortalecer la ejecución en temporadas clave, mejorar materiales de exhibición y garantizar la correcta implementación de estrategias de precios en todos los formatos.

## CANAL TRADICIONAL

El canal tradicional continúa siendo estratégico para acercar productos a comunidades y pequeños comercios.

*En 2025 logramos mantener el crecimiento en nuestras marcas de cuidado personal y alcanzamos un año récord en participación de OTC, consolidándonos como líderes en Gripe.*

Ampliamos nuestra cobertura mediante la expansión de rutas y el fortalecimiento de la distribución con el objetivo de consolidar presencia y disponibilidad sostenida en los puntos de venta.

*Para 2026 proyectamos crecer 30% en rutas de venta, con la meta de alcanzar 150 mil puntos adicionales, reforzando así el acceso en zonas de cercanía.*

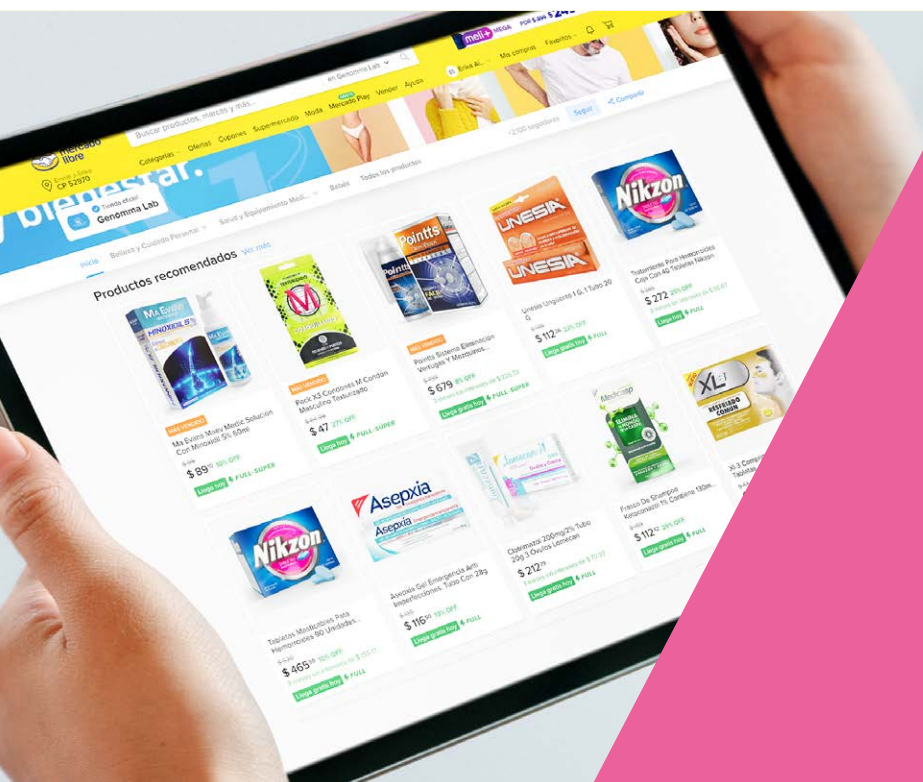




# CANAL DIGITAL / E-COMMERCE

El canal digital mantuvo un crecimiento acelerado en 2025. Implementamos estrategias diferenciadas en plataformas como Mercado Libre, logrando un crecimiento de 75% en sell-out.

Si bien la dinámica promocional del canal representa un reto por la sensibilidad a precios, estamos avanzando hacia portafolios diferenciados y mayor inversión estratégica para maximizar el aprovechamiento de herramientas digitales y mejorar la visibilidad de nuestras marcas.



# PRECIOS DE VENTA

SASB HC-BP-240b.2, HC-BP-240b.3

Buscamos mantener precios competitivos que permitan ampliar el acceso a nuestras soluciones sin comprometer estándares de calidad. Nuestra estrategia combina eficiencia operativa, optimización de cadena de suministro y monitoreo constante del entorno competitivo.

A continuación, se presenta el desempeño de ventas por canal en 2025.

CANAL	% DE VENTAS NETAS	UNIVERSO	ALCANCE GENOMMA LAB
Farmacias independientes, changarros, distribuidores abarroteros y cadenas farmacéuticas (a través de mayoristas)	39.1%	>700,000	42%
Autoservicios y Departamentales	31.9%	10,271	87%
Cadenas de farmacias	23.2%	10,246	100%
Tiendas de conveniencia y otros	5.8%	35,725	73%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>&gt;756,242</b>	<b>45%</b>



# DESARROLLO DE CAPACIDADES LOCALES Y CONTRIBUCIÓN A LA SALUD

Además de ampliar el acceso físico y económico, impulsamos iniciativas que fortalecen capacidades en el ecosistema de salud.

## PROGRAMA GEN EXPERTOS

Continuamos fortaleciendo nuestro programa Gen Expertos, enfocado en acompañar a farmacias independientes mediante capacitación comercial y asesoría en punto de venta. El programa contribuye a mejorar la disponibilidad, exhibición y recomendación responsable de nuestros productos.

### Algunos de nuestros logros

Ampliamos el portafolio de Silka® +1 SKU en los clientes del programa

Creamos folletos educativos en apoyo a marcas clave como Tukol® y Silka®

150 clientes participantes

## FORMACIÓN A PROFESIONALES DE LA NUTRICIÓN INFANTIL

A través de Novamil®, consolidamos nuestro posicionamiento como aliado en educación médica continua en nutrición infantil.

*En 2025, impulsamos programas de capacitación dirigidos a pediatras, médicos generales y nutriólogos, enfocados en la actualización científica sobre trastornos gastrointestinales, alergias alimentarias, diarrea aguda y uso adecuado de fórmulas infantiles especializadas, impactando a más de 350 profesionales de la salud.*

Fortalecimos también la formación de nuestra fuerza de ventas para asegurar una comunicación ética, basada en evidencia y alineada a regulación. Entre los principales retos identificados destacan la diferenciación científica en un entorno competitivo y la adaptación de contenidos médicos a formatos digitales más breves sin perder rigor técnico.

Para 2026, el objetivo es estructurar programas más medibles, ampliar la participación de líderes de opinión y consolidar métricas de impacto educativo.





# DONACIONES DE MEDICAMENTOS

A través de nuestro programa “Alianzas por el Bienestar”, impulsado por Fundación Genomma Lab, mantenemos programas de donación de medicamentos y productos de cuidado personal dirigidos a poblaciones en situación de vulnerabilidad y organizaciones sociales.

Estas acciones buscan responder a necesidades prioritarias de salud, particularmente en contextos de emergencia o acceso limitado a servicios médicos.

La estrategia de donación se ejecuta bajo criterios de trazabilidad, cumplimiento normativo y coordinación con instituciones aliadas, asegurando que los productos entregados cumplan con estándares de calidad y seguridad.

30

organizaciones apoyadas

477,573

productos donados



Nuestro equipo es piedra angular del progreso de Genomma Lab Internacional. Por ello, buscamos que nuestros colaboradores(as) se desenvuelvan en un ambiente laboral que combine desarrollo, bienestar y condiciones que permitan a cada persona aportar lo mejor de sí.

La gestión de nuestro talento parte de una visión integral: atraer talento, generar oportunidades de desarrollo, reconocer el desempeño y fortalecer una cultura de trabajo que se adapte a las dinámicas del negocio.



# NUESTRA GENTE





# DESCRIPCIÓN DE LA PLANTILLA

GRI 2-7

Al cierre de 2025, nuestra plantilla estuvo conformada por **1,609 personas**, distribuidas por los diferentes países donde operamos.

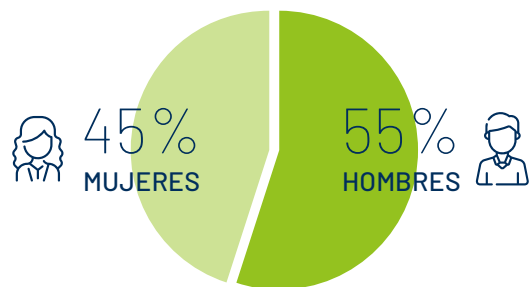
Esta composición refleja el alcance regional de la Compañía y la diversidad de perfiles que integran nuestra operación.

La mayor concentración de colaboradores(as) se mantuvo en México, seguido por otros mercados relevantes de América Latina y Estados Unidos.



La estructura de nuestra fuerza laboral responde a las necesidades operativas de cada mercado y permite sostener la ejecución de nuestras estrategias comerciales, de manufactura y de crecimiento regional.

La composición de la plantilla por género fue de





## CONTRATACIONES Y CESES

GRI 3-3 Atracción y retención de talento, 401-1; SASB HC-BP-330a.1

La gestión de incorporaciones y bajas forma parte de nuestro enfoque de planeación de talento. A través del área de Recursos Humanos y en coordinación con los equipos de negocio, buscamos que cada contratación responda a las necesidades prioritarias de la operación y contribuya a fortalecer capacidades clave para la Compañía.

Durante 2025 incorporamos a 365 personas a nuestro equipo, lo que representó una tasa de contratación de 22.7%. Este proceso se llevó a cabo considerando criterios de alineación al perfil del puesto, necesidades estratégicas del negocio y diversidad en la integración de equipos.

De manera paralela, continuamos impulsando la movilidad interna como una herramienta para fortalecer el desarrollo profesional dentro de la organización. En este sentido, 20.5% de la plantilla fue promovida durante el año, permitiendo cubrir vacantes y generar oportunidades de crecimiento para el talento interno.

*En cuanto a ceses, durante el periodo se registraron 965 bajas, con una tasa de rotación voluntaria de 36.4% y una tasa de rotación total de 59.9%.*

Estos indicadores nos permiten dar seguimiento a la estabilidad de la plantilla y fortalecer acciones orientadas a la retención.

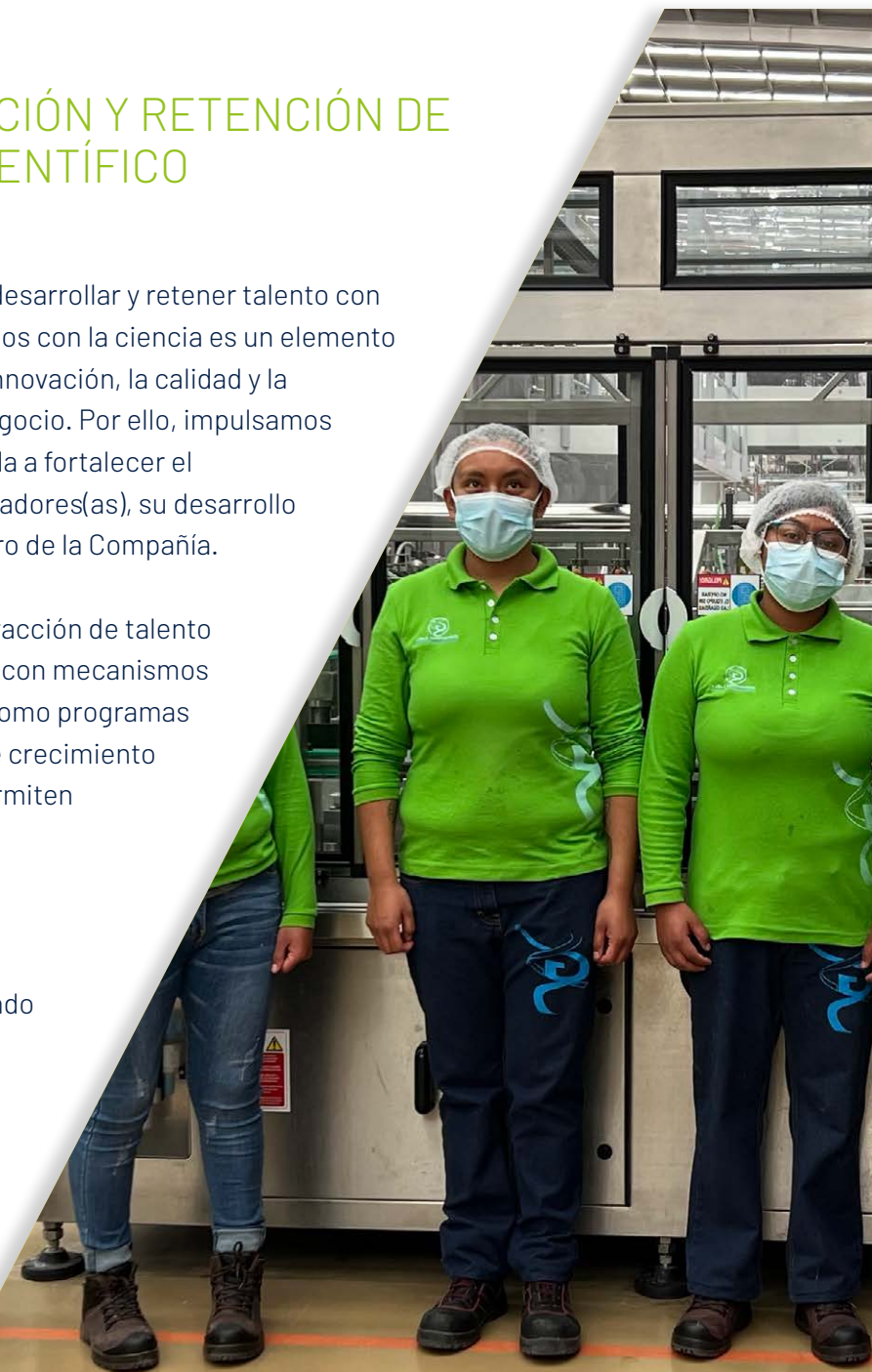
Para saber más detalles acerca de las contrataciones y bajas durante el 2025, consulta el [Anexo ASG](#).

## CONTRATACIÓN Y RETENCIÓN DE TALENTO CIENTÍFICO

La capacidad de atraer, desarrollar y retener talento con especialidades relacionados con la ciencia es un elemento relevante para sostener la innovación, la calidad y la competitividad de nuestro negocio. Por ello, impulsamos una estrategia integral orientada a fortalecer el compromiso de nuestros colaboradores(as), su desarrollo profesional y su permanencia dentro de la Compañía.

Este enfoque combina procesos de atracción de talento alineados a las necesidades del negocio con mecanismos que favorecen la fidelización del equipo, como programas de capacitación continua, oportunidades de crecimiento interno y evaluaciones de desempeño que permiten identificar perfiles con alto potencial.

A partir de estas evaluaciones, promovemos rutas de desarrollo y, cuando corresponde, otorgamos reconocimientos vinculados al desempeño, fortaleciendo la motivación. De esta manera, la gestión del talento científico forma parte de una visión más amplia para asegurar capacidades técnicas clave y sostener la evolución del negocio.





## COMPENSACIONES

GRI 2-19, 2-20

Nuestra estrategia de compensación busca ofrecer esquemas de remuneración competitivos y consistentes con las responsabilidades de cada posición, así como con las condiciones del mercado laboral en los países donde operamos.

Las políticas de remuneración son definidas por Recursos Humanos y revisadas por las instancias correspondientes, con el objetivo de establecer lineamientos claros para la compensación de las personas que integran la Compañía. Para ello, consideramos referencias salariales externas, información de mercado y datos internos de desempeño y evolución profesional.

Este análisis nos permite mantener un enfoque estructurado en materia de compensación, alineado con las necesidades del negocio y con criterios de equidad interna.



## BENEFICIOS

GRI 401-2, 401-3

Además de las prestaciones de ley aplicables en cada país, ofrecemos beneficios adicionales<sup>20</sup> orientados a fortalecer el bienestar de nuestros colaboradores(as) y a sus familias. Reconocemos que la salud física, mental y emocional es fundamental para la satisfacción laboral y su crecimiento en el trabajo.

Por ello, nos esforzamos en crear un entorno de trabajo seguro, saludable y equilibrado, donde se promueva el cuidado personal y se fomente un estilo de vida saludable.

Algunos esquemas con los que contamos son:

Esquemas de trabajo flexibles

Apoyo a madres y padres

Bonos ligados a desempeño

Para conocer más acerca de nuestra gestión en temas de compensación salarial, [consultar aquí](#)

20 La disponibilidad de beneficios puede depender del país y la categoría laboral del colaborador(a)



Estos beneficios forman parte de nuestra estrategia para favorecer la conciliación entre vida personal y laboral, así como para reconocer el esfuerzo y los resultados de nuestro equipo.

Creemos firmemente que invertir en el bienestar de nuestros colaboradores(as) no solo beneficia a ellos individualmente, sino que también contribuye a un ambiente laboral positivo, una mayor productividad y nos ayuda a atraer y retener el mejor talento en nuestra organización. En el caso de los esquemas de flexibilidad, contamos con modalidades que permiten adaptar la jornada de trabajo de acuerdo con las

necesidades operativas y personales, incluyendo en ciertos casos modelos híbridos y permisos especiales.

Asimismo, nuestros colaboradores(as) tienen acceso a licencias parentales conforme a la legislación vigente y, en algunos países, a beneficios adicionales que amplían ese apoyo, por ejemplo, contamos con sala de lactancia, convenios con servicios de guardería con tarifas especiales, impulsando la conciliación entre la vida laboral y familiar.

De igual forma, a través de nuestro sistema de evaluación de desempeño, otorgamos bonos

extrasalariales como una forma de reconocimiento a los logros y resultados alcanzados durante el año.

Este beneficio puede ser otorgado a colaboradores y colaboradoras que, además de cumplir con los criterios de desempeño establecidos, cuentan con una trayectoria dentro de Genomma Lab Internacional.

*Durante 2025 29 personas hicieron uso del permiso parental, de los cuales 65.5% fueron mujeres y 34.5% hombres.*





## TRABAJADORES QUE NO SON COLABORADORES (AS)

GRI 2-8

Además de nuestra plantilla directa, contamos con el apoyo de personas que participan en la operación bajo esquemas de servicios tercerizados. Estas funciones complementan distintas actividades del negocio y permiten responder a necesidades operativas específicas.


Durante 2025, este grupo estuvo integrado por personas que participaron principalmente en actividades de promoción y venta, apoyo administrativo y contable, logística, Marketing y diseño gráfico, limpieza, asesorías y otras funciones de apoyo.

La incorporación de estos servicios se realiza bajo criterios que buscan asegurar continuidad operativa y el cumplimiento de las necesidades del negocio en cada mercado.

“En 2025, 400 personas formaron parte de este grupo.”

## LIBERTAD DE ASOCIACIÓN COLECTIVA

GRI 2-30

Respetamos el derecho de nuestros colaboradores(as) a la libertad de asociación y a la negociación colectiva, en línea con nuestra **Política de Derechos Humanos**  y con la legislación aplicable en los países donde operamos. Este compromiso forma parte de nuestro enfoque para promover relaciones laborales justas, transparentes y basadas en el respeto.

En los centros de trabajo donde existe representación sindical, mantenemos mecanismos de diálogo que permiten atender temas laborales relevantes y dar seguimiento a acuerdos vinculados con las condiciones de trabajo. Durante el año, continuamos avanzando en acciones orientadas a fortalecer la cooperación con el personal sindicalizado, incluyendo procesos de homologación de puestos y salarios.

“Al cierre de 2025, 30.1% de nuestra plantilla estuvo cubierta por un contrato colectivo de trabajo, reflejando el alcance de estos esquemas dentro de nuestra operación.”





# DESARROLLO DEL EQUIPO

El desarrollo de nuestros colaboradores(as) es primordial para nuestra gestión de talento. Buscamos que cada colaborador(a) cuente con herramientas para fortalecer sus capacidades, recibir retroalimentación oportuna y visualizar oportunidades de crecimiento dentro de la Compañía. Para ello, impulsamos procesos y programas que nos permiten acompañar el desempeño, identificar necesidades de capacitación y alinear los objetivos individuales con las prioridades del negocio.

## EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO TALENTGEN

GRI 3-3 Atracción y retención de talento, 404-3

Evaluar el desempeño de nuestro equipo nos permite identificar oportunidades de desarrollo, fortalecer capacidades y dar seguimiento al cumplimiento de objetivos. Para ello, contamos con TalentGEN, una herramienta que centraliza la información de nuestros colaboradores(as) y facilita el seguimiento de su experiencia, formación, certificaciones y evaluaciones de desempeño.

incorpora indicadores vinculados con productividad, servicio, calidad y otros criterios relevantes para su desempeño. Esto permite que la valoración responda de manera más precisa a la realidad de cada área y favorezca una retroalimentación más útil para el desarrollo profesional. De forma general, las evaluaciones se realizan de manera semestral y anual; y consideran el desempeño observado a lo largo de cada periodo.

**TalentGEN®**

A través de esta plataforma tecnológica, alineamos los objetivos individuales con las metas de los líderes y con las prioridades estratégicas del negocio, generando una base más clara para la retroalimentación y la toma de decisiones en materia de desarrollo.

El proceso de evaluación considera las particularidades de cada función, de modo que los criterios y objetivos se ajustan al tipo de responsabilidades, nivel de puesto y aporte esperado de cada colaborador(a). En el personal administrativo, la evaluación se basa en objetivos individuales; mientras que, en el personal operativo del Complejo Industrial y los centros de distribución,

Durante 2025, continuamos fortaleciendo este proceso mediante herramientas que facilitan su ejecución y mejoran la calidad de la retroalimentación. Esto nos permite dar mayor seguimiento al desempeño, apoyar conversaciones de desarrollo de carrera y reforzar una cultura de mejora continua en toda la organización.

“ En el periodo, 846 colaboradores(as) participaron en la evaluación de desempeño. ”





## CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

GRI 404-1, 404-2

La capacitación es una de las principales herramientas que utilizamos para fortalecer capacidades, acompañar el desarrollo del equipo y responder a las necesidades del negocio en un entorno cambiante. Nuestro enfoque combina formación técnica, desarrollo de liderazgo, crecimiento académico e integridad, con el objetivo de asegurar que las personas cuenten con los conocimientos y habilidades necesarios para desempeñar su función y prepararse para nuevos retos.

Durante 2025 reforzamos nuestra estrategia de capacitación con una oferta más estructurada y alineada a tres prioridades: liderazgo, desarrollo y ética. Esto nos permitió consolidar una agenda de formación más accesible y enfocada en temas relevantes para la operación y la evolución de la Compañía.

En materia de liderazgo, implementamos un programa estructurado dirigido a 403 líderes en distintos países y sitios de la organización, enfocado en fortalecer capacidades de gestión, toma de decisiones y liderazgo de impacto. Esta iniciativa se desarrolló en

alianza con Harvard Business School, integrando contenidos de alcance internacional y un enfoque alineado a las necesidades del negocio.

En desarrollo académico, dimos continuidad por tercer año consecutivo al **Programa de Bachillerato**, que brinda a nuestros colaboradores(as) la oportunidad de concluir su educación media superior y fortalecer sus posibilidades de crecimiento dentro de la organización.

**Durante 2025, las iniciativas más relevantes en materia de capacitación estuvieron enfocadas en tres ejes principales:**

1. Programa de Desarrollo de Liderazgo
2. Consolidación del Programa de Bachillerato
3. Fortalecimiento de la Capacitación en Ética y Código de Conducta

*Durante el año, 20 colaboradores(as) concluyeron exitosamente este programa.*

Asimismo, mantuvimos la capacitación en **Ética y Código de Conducta** como un eje transversal

de nuestra formación. Más del 90% de la plantilla participó en este programa, reforzando una cultura de integridad, toma de decisiones responsables y uso adecuado de los canales de denuncia.

Estas acciones se complementan con programas de especialización y formación continua a través de nuestras plataformas de aprendizaje, que nos permiten ampliar el acceso a contenidos, dar seguimiento al avance de cada participante y fortalecer una cultura de aprendizaje constante.

*En conjunto, los programas prioritarios de formación representaron 9,540 horas de capacitación durante el periodo.*

Para 2026, se tiene previsto que la capacitación seguirá orientándose hacia una gestión más estratégica y eficiente de los recursos. Las prioridades incluyen fortalecer competencias críticas en la población operativa y en mandos medios, impulsar el desarrollo de habilidades en inteligencia artificial y dar continuidad al programa de liderazgo, profundizando capacidades de ejecución y transformación organizacional.





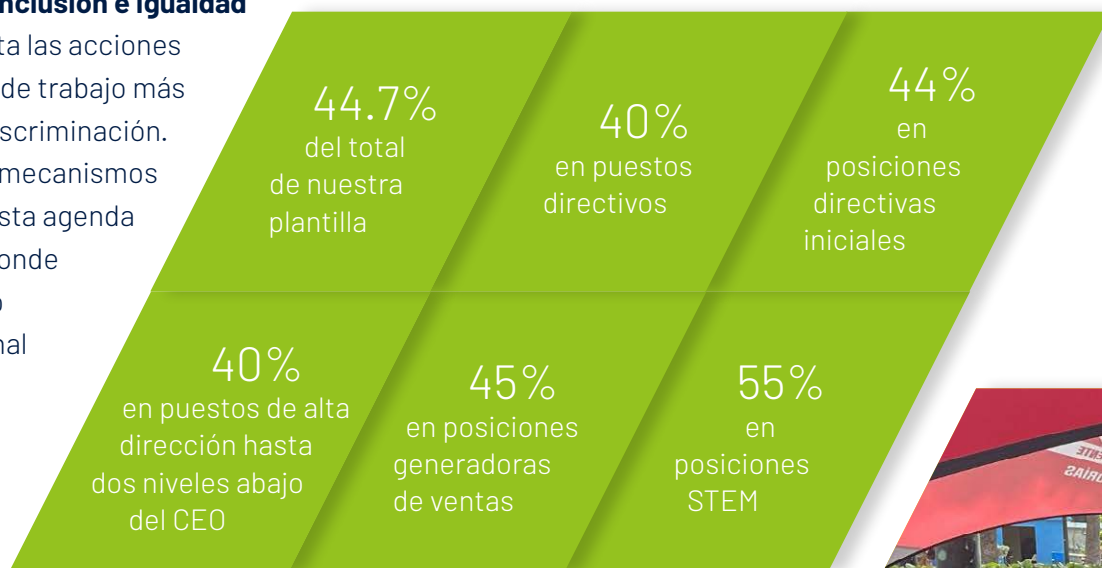
# DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Contar con equipos diversos e incluyentes fortalece nuestra capacidad de innovar, tomar mejores decisiones y responder a las necesidades de un negocio con presencia regional. Por ello, promovemos un entorno de trabajo en el que todas las personas tengan acceso a oportunidades de desarrollo, en condiciones de respeto, equidad e inclusión.

Este compromiso se respalda en nuestra **Política de Diversidad, Inclusión e Igualdad de Género**, que orienta las acciones para fomentar espacios de trabajo más equitativos y libres de discriminación. Además, contamos con mecanismos internos que impulsan esta agenda en los distintos países donde operamos, promoviendo una cultura organizacional en la que las diferencias se reconocen como una fortaleza para la Compañía.

Durante 2025, continuamos fortaleciendo nuestras acciones de sensibilización y formación en diversidad e inclusión, con el objetivo de seguir construyendo una cultura más respetuosa e incluyente en todos los niveles de la organización. Además, lanzamos el curso “Más allá de la diversidad e inclusión”, que nos permitió fortalecer nuestras acciones en este ámbito y seguir aprendiendo para crear espacios más inclusivos.

Al cierre del año, las mujeres representaron



Estos avances reflejan la importancia que damos a la construcción de equipos más diversos y al fortalecimiento de oportunidades de desarrollo para las mujeres dentro de la Compañía.

Para más información dirigirse al Anexo de [Principales indicadores ASG](#).

## EQUIDAD SALARIAL

La equidad salarial es parte de nuestro enfoque para construir un entorno de trabajo más justo. Al mismo tiempo de reconocer el talento con base en criterios objetivos. Buscamos que la compensación responda al desempeño, las responsabilidades del puesto y las capacidades de cada persona.

Para ello, aplicamos lineamientos de remuneración y evaluación que permiten mantener consistencia en la asignación de compensaciones, alineados con nuestra estrategia de talento y con los principios de inclusión y equidad que promovemos dentro de la Compañía.

Este enfoque contribuye a fortalecer una cultura de reconocimiento al desempeño y a seguir avanzando hacia condiciones laborales más equitativas para todas las personas que integran nuestro equipo.





# BIENESTAR LABORAL

El bienestar laboral es una parte relevante de la experiencia de nuestro equipo y de la forma en que fortalecemos el compromiso dentro de la organización. Por ello, promovemos espacios de escucha, comunicación cercana e iniciativas que contribuyen al bienestar físico, mental y emocional de nuestros colaboradores y colaboradoras.

Este enfoque se sostiene en dos frentes principales: por un lado, mantener canales de diálogo que nos permitan conocer la percepción del equipo y, por otro, impulsar programas que acompañen sus necesidades de bienestar en distintos momentos de su vida laboral.

Como parte de estos esfuerzos, realizamos espacios de comunicación interna en los que compartimos avances, prioridades y proyectos relevantes de la Compañía, buscando que las personas se mantengan informadas y conectadas con la evolución del negocio.

La evaluación abarca distintas dimensiones vinculadas con la experiencia del colaborador(a), entre ellas liderazgo inmediato, enfoque estratégico, confianza, compromiso, diversidad, innovación, habilitación, empoderamiento y compensación total. Este ejercicio nos permite identificar prioridades de acción y dar seguimiento a la evolución del clima organizacional.



## ENCUESTAS DE CLIMA Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL

Medir la percepción de nuestro equipo es una herramienta clave para identificar fortalezas, áreas de mejora y prioridades de gestión en el entorno laboral. Por ello, llevamos a cabo la encuesta de clima y compromiso organizacional, con el objetivo de conocer de manera estructurada la experiencia de nuestros colaboradores(as), dar seguimiento a su nivel de compromiso y contar con información que nos permita definir acciones de mejora en la Compañía.

El proceso cuenta con acompañamiento especializado para fortalecer la objetividad en el análisis de resultados y permitir una lectura más clara de los hallazgos.

## PROGRAMAS DE BIENESTAR

GRI 403-6

Como parte de nuestro compromiso con la calidad de vida del equipo, impulsamos iniciativas orientadas al bienestar físico, mental y emocional. Estas acciones buscan acompañar a nuestros colaboradores(as) más allá de su función diaria, promoviendo condiciones que favorezcan un entorno de trabajo más saludable y equilibrado.

Entre estas iniciativas se incluyen apoyos en salud emocional, así como beneficios complementarios orientados al bienestar integral. Además, fomentamos actividades que fortalecen la convivencia y el trabajo en equipo, al tiempo que promueven hábitos saludables dentro de la organización.

A través de este enfoque, buscamos que el bienestar laboral se traduzca en una experiencia más positiva para nuestro equipo y en un entorno que favorezca su permanencia, motivación y desarrollo.

Conoce más acerca de nuestros [programas de bienestar aquí](#)



# SALUD Y SEGURIDAD

GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10



Brindar un entorno de trabajo seguro es una condición básica para el desarrollo de nuestra operación y para el bienestar de las personas que forman parte de nuestra cadena de valor. Por ello, mantenemos un enfoque preventivo en seguridad y salud ocupacional, orientado a proteger la integridad de nuestros colaboradores(as), fortalecer la gestión de riesgos y promover una cultura de seguridad en todos nuestros centros de trabajo.

Este enfoque se sustenta en nuestra **Política de Seguridad y Salud** y en el **Sistema de Gestión de Seguridad Industrial, Salud Ocupacional y Medio Ambiente (SSMA)**, a través de los cuales establecemos lineamientos para prevenir incidentes, controlar riesgos y dar seguimiento a las condiciones de trabajo en las distintas áreas de la operación. La cobertura de este sistema alcanza al **100% de nuestra plantilla y personal contratista**, en cumplimiento con la regulación aplicable en los países donde operamos.

La gestión de riesgos ocupacionales se realiza mediante procesos formales de identificación, evaluación y seguimiento, que nos permiten analizar la probabilidad, severidad y exposición asociadas a las actividades de cada equipo. Estos análisis se actualizan de manera periódica para mantener su vigencia y responder a cambios en la operación o a nuevos riesgos detectados.

Como parte de este modelo, impulsamos un **programa de capacitación continúa** diseñado a partir de las actividades que realiza cada equipo. Entre las principales capacitaciones impartidas se encuentran:

- Cursos para brigadistas (primeros auxilios, evacuación, búsqueda y rescate)
- Inducción en seguridad industrial y medio ambiente
- Formación en el sistema SSMA
- Mantenimiento de equipos de emergencia
- Seguridad y prevención de riesgos en almacén
- Manejo de residuos
- Manejo y almacenamiento de materiales.

Estas acciones buscan fortalecer capacidades preventivas y asegurar que cada persona conozca los riesgos asociados a su función y la manera adecuada de responder ante ellos.

A la par, contamos con un proceso establecido para la prevención, registro y seguimiento de incidentes en los centros de trabajo. Este mecanismo nos permite documentar eventos, investigar causas, identificar oportunidades de mejora y establecer medidas correctivas y preventivas orientadas a reducir la recurrencia de accidentes y enfermedades ocupacionales.



La participación de nuestros colaboradores(as) es clave para sostener condiciones de trabajo seguras y saludables. Por ello, promovemos una cultura preventiva en la que cada persona pueda identificar, comunicar y atender riesgos potenciales de manera oportuna.

Como parte de este enfoque, contamos con una Comisión de Seguridad encargada de realizar recorridos preventivos trimestrales en planta para detectar actos y condiciones inseguras, así como dar seguimiento a acciones preventivas y correctivas. Esta comisión está integrada por personal operativo y administrativo, miembros del sindicato y representantes de mantenimiento, seguridad, salud y medio ambiente, lo que permite una visión más completa de los riesgos presentes en la operación.

Aunado a esto para nuestros contratistas contamos con procedimientos de ingreso y registro que aseguran un control adecuado y el cumplimiento de las normas de seguridad dentro de nuestras instalaciones. Además, implementamos programas de identificación y capacitación específica para que conozcan las medidas necesarias para desarrollar sus actividades de forma segura.

*En 2025, registramos 0 enfermedades profesionales, con 0 fallecimientos relacionados con accidentes o enfermedades laborales.*

Nuestra gestión de salud ocupacional complementa este enfoque preventivo. A través del equipo médico, impulsamos campañas periódicas, análisis clínicos y acciones de formación continua para prevenir enfermedades laborales y fortalecer el cuidado de la salud del personal.

En México, contamos con consultorios médicos equipados y disponibles de forma permanente para atender situaciones de salud y emergencias, así como con servicio de ambulancia externa para traslados cuando se requiere atención hospitalaria.

De forma complementaria, promovemos hábitos saludables mediante iniciativas como apoyo en psicología y nutrición, campañas de vacunación en coordinación con autoridades de salud y charlas de sensibilización en prevención de enfermedades.

*Contamos con un promedio de 288 horas de formación en seguridad ocupacional por colaborador(a).*





Tenemos un compromiso efectivo con la protección del medio ambiente mediante la gestión responsable de nuestros recursos, operaciones y productos. Este capítulo presenta las principales acciones implementadas para reducir nuestros impactos ambientales y promover una gestión más eficiente y circular de nuestros materiales y procesos.



# DESEMPEÑO AMBIENTAL





# NUESTRA GESTIÓN AMBIENTAL

GRI 2-27

Contamos con un Sistema de Gestión Ambiental y Social (SGAS) compuesto por más de 50 procedimientos operativos, orientados a fortalecer nuestro desempeño ambiental y social, así como a prevenir, reducir y mitigar los principales impactos de nuestras operaciones.

Los principales elementos de nuestro Sistema de Gestión Ambiental y Social se resumen a continuación:

ASPECTO	DESCRIPCIÓN
Sistema de gestión	SGAS compuesto por más de 50 procedimientos operativos.
Instituciones financiadoras	Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Corporación Financiera Internacional (IFC).
Supervisión externa	Validación y auditoría anual del sistema por parte de BID e IFC <sup>21</sup> .
Gestión interna	Auditorías y programas de mejora continua liderados por el área de Seguridad, Salud y Medio Ambiente <sup>22</sup> .

### Cumplimiento normativo

- Cumplimos con la legislación ambiental aplicable en todos los países donde operamos.
- En México, nuestras operaciones en el Complejo Industrial de San Cayetano (Estado de México) están sujetas a regulaciones ambientales adicionales.

*En 2025 no se registraron multas y/o sanciones significativas, relacionadas con la gestión ambiental.*



<sup>21</sup> Consideramos estas auditorías como una verificación por parte de un tercero independiente.

<sup>22</sup> Consideramos este tipo de auditorías como internas, las cuales se llevan a cabo con el apoyo de nuestro equipo especializado.



# EFICIENCIA ENERGÉTICA Y EMISIONES<sup>23</sup>

GRI 3-3 Gestión energética, Gestión de emisiones, 302-1, 305-1, 305-2, 305-3

En línea con nuestro comprometidos con la gestión ambiental responsable, implementamos diferentes medidas que nos permiten reducir y/o minimizar los impactos de nuestras actividades hacia el medio ambiente.

- Concientización y sensibilización:** En 2025, logramos capacitar a nuestro personal en eficiencia energética y mejores prácticas, fortaleciendo una cultura organizacional orientada al uso responsable de la energía.
- Monitoreo continuo de consumos:** Damos seguimiento continuo a nuestros consumos energéticos, incluyendo energía eléctrica y combustibles, para identificar oportunidades de eficiencia y optimización.
- Sustainability Awards:** Reconocemos a nuestros colaboradores(as) que impulsan iniciativas innovadoras en eficiencia energética y gestión de combustibles.
- Energía limpia (proyecto de cogeneración):** Contamos con un proyecto de cogeneración en nuestro Complejo Industrial de San Cayetano. Durante 2025, este proyecto registró avances relevantes, entre ellos el mantenimiento del chiller y la reparación de un motor, acciones que permitirán iniciar su operación.
- Cálculo de huella de carbono:** Realizamos el inventario de emisiones de GEI. Para los Alcances 1 y 2, utilizamos el GHG Protocol bajo el estándar corporativo; mientras que para el Alcance 3 aplicamos el estándar de cadena de valor, complementado con factores de emisión actualizados (2024) de fuentes internacionales como el Departamento de Seguridad Energética y Net Zero del Reino Unido y la Environmental Protection Agency.
- Compensación de emisiones:** En 2025 compensamos alrededor de 4,715 tCO<sub>2</sub>e mediante créditos de carbono verificados (VCU) del proyecto Oaxaca II Wind Energy Project (Verra), correspondientes a emisiones de Alcance 3 en México y Estados Unidos, asociadas a la línea Tío Nacho®.



Nuestro objetivo es reducir en un 5% el consumo de energía por sitio

<sup>23</sup> El alcance de la información relacionada con los consumos energéticos cubre únicamente las operaciones en México, lo cual incluye el Complejo Industrial San Cayetano, las oficinas corporativas y el sitio productivo Playa Langosta en Ciudad de México.

<sup>24</sup> Fuentes de energía consideradas: electricidad, gas natural, diésel y gasolina.

<sup>25</sup> tCO<sub>2</sub>e / Tonelada producida



## TRANSPORTE EFICIENTE Y AMBIENTALMENTE RESPONSABLE

Trabajamos continuamente en optimizar nuestros procesos de distribución y logística para mantener la calidad del servicio y mejorar la eficiencia de los recorridos. Al mismo tiempo, buscamos reducir el impacto ambiental de nuestras operaciones.

Gracias al modelo Tren Oxxo, en colaboración con Solística, logramos una reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>equivalente a retirar 382 camiones de circulación. Además, mediante la implementación de entregas centralizadas y la optimización del uso de unidades de transporte, alcanzamos una reducción adicional equivalente a más de 250 camiones.

Para 2026, tenemos el compromiso que el 100% de nuestras entregas a clientes se realicen mediante transporte certificado por el programa Transporte Limpio de SEMARNAT<sup>26</sup>. Adicionalmente, nuestras operaciones logísticas en Colombia continúan avanzando hacia modelos más sostenibles. En 2025, mantuvimos el uso de energías alternativas en el transporte, incorporando vehículos eléctricos y vehículos a gas natural vehicular (GNV).

*A través de vehículos más sostenibles, logramos evitar aproximadamente 2.38 tCO<sub>2</sub>.*

Finalmente, cabe destacar que en Argentina, la totalidad de las empresas con las que colaboramos participan en el programa “Transporte Inteligente” del Ministerio de Economía.

<sup>26</sup> Secretaría de Medio Ambiente y Recursos naturales (SEMARNAT) en México.

## EDIFICACIONES SOSTENIBLES

*El estándar EDGE, requiere al menos 20% de reducción en el uso de energía, agua y carbono incorporado en materiales frente a un edificio estándar.*





# AGUA

GRI 3-3 Gestión del agua, 303-1, 303-2 SASB CG-HP-140a.2

Contamos con una **Política de Gestión del Agua** que establece lineamientos para su uso responsable, incluyendo la gestión de extracción y vertimientos, la identificación de impactos y la implementación de medidas de control y colaboración con grupos de interés.

Implementamos diversas medidas para fortalecer la gestión del agua en nuestras operaciones. Entre ellas, realizamos verificaciones hídricas, con el objetivo de evaluar la eficiencia en el consumo de agua e identificar oportunidades para su reducción dentro de la Compañía.

Además, gestionamos el tratamiento de aguas residuales a través de un tercero autorizado y llevamos a cabo evaluaciones de la calidad del agua residual mediante el estudio CRETIB, asegurando que las descargas cumplen con los límites máximos permisibles establecidos en la NOM-002-SEMARNAT-1996.

Adicionalmente, contamos con una Planta de Tratamiento de Agua Industrial, asegurando que el agua utilizada en nuestras operaciones en producción y consumo, cumplan con los estándares necesarios.

Finalmente, en seguimiento a lo reportado en 2024, donde

De cara a 2026, buscamos mejorar la eficiencia en el tratamiento de la línea de bebidas SUEROX® en la PTAR, fortalecer el tratamiento de agua en la PTAR sin la carga de SUEROX® y optimizar el consumo de agua en servicios generales.

la Planta de Tratamiento de Agua Residual se encontraba en fase de estabilización tras labores de mantenimiento, en 2025 la planta ya opera de manera continua y en cumplimiento a la normativa aplicable.

De forma trimestral, se realizan los reportes correspondientes ante CONAGUA, cumpliendo con lo establecido en el Título de Descarga. El proveedor responsable de la toma de muestras y la elaboración de las declaraciones es ARVA.

Asimismo, desarrollamos un proyecto para separar el drenaje de la Planta SUEROX® y tratarlo de manera independiente, al representar el mayor volumen y menor carga contaminante. Este proyecto ha concluido y actualmente se encuentra en fase de capacitación al personal y validación del agua residual tratada.

162,687.59 m<sup>3</sup>  
de agua extraída en 2025

10,541,000 m<sup>3</sup>  
de aguas residuales  
tratadas

*Realizamos 3 campañas de concientización sobre el uso responsable del agua.*





# RESIDUOS

GRI 306-1, 306-2

Contamos con un Sistema de Gestión Ambiental y Social (SGAS) que contempla la adecuada gestión de residuos peligrosos y no peligrosos. Este compromiso se refleja en nuestra **Política Ambiental**, la cual establece lineamientos para su manejo responsable, priorizando su reducción, reciclaje y reutilización. Asimismo, en nuestro Complejo Industrial de San Cayetano y en nuestros centros de distribución, cuando el aprovechamiento no es viable, recurrimos a alternativas de tratamiento con terceros autorizados, como la incineración (con o sin recuperación energética), y el co-procesamiento para aquellos residuos no aprovechables. Adicionalmente, sensibilizamos a nuestros colaboradores mediante capacitaciones en relación a la reducción y gestión responsable de residuos.

*De manera continua, trabajamos en la reducción del porcentaje de residuos destinados a relleno sanitario, con una meta del 3% para 2026*



Además, en 2025 retomamos el programa "Cero residuos a relleno sanitario", iniciado en 2023. Como parte de esta iniciativa, realizamos auditorías internas orientadas a verificar la correcta segregación de residuos e identificar oportunidades de mejora para minimizar su generación y fortalecer su gestión.

*El 46.5% de los residuos no peligrosos generados fueron valorizados mediante reciclaje o reutilización.*

*El 99.9% de los residuos peligrosos generados fue valorizado mediante incineración, con o sin recuperación energética.*



Para mayor detalle, consulta el Anexo 5: Principales indicadores ASG.

● Residuos no peligrosos

● Residuos peligrosos

En 2025, continuamos fortaleciendo nuestra alianza estratégica con CHEP®, cuyo sistema de pooling promueve el uso compartido y la reutilización de tarimas dentro de la cadena de suministro. Este modelo extiende la vida útil de las tarimas y evita la generación de residuos asociados al uso de plataformas de un solo uso, contribuyendo a una gestión circular de los materiales.



# BIODIVERSIDAD

Reconocemos que nuestras operaciones dependen, en distinta medida, de los recursos naturales y de los servicios ecosistémicos. Por ello, buscamos identificar y gestionar adecuadamente estas dependencias, consolidando nuestro compromiso a través de nuestra **Política de Biodiversidad y No Deforestación**. [🔗](#)

Para avanzar en este proceso, adoptamos el enfoque de análisis LEAP (por las siglas de Localizar, Evaluar, Analizar y Preparar) circunscrito al estándar internacional del TNFD, el cual nos permite identificar nuestras interacciones con la naturaleza, evaluar dependencias e impactos, analizar riesgos y oportunidades asociados y prepararnos para su adecuada gestión y divulgación.



## Localizar

Localizar las interfases con la naturaleza.

## Evaluar

Evaluar las dependencias de la naturaleza y los impactos en ella.

## Analizar

Analizar los riesgos y las oportunidades relacionadas con la naturaleza.

## Prepararse

Prepararse para identificar y reportar temas materiales relacionados con la naturaleza, en línea con el TNFD.



# NUESTRA RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

Seguimos avanzando en el desarrollo de productos más responsables con el medio ambiente mediante iniciativas orientadas a minimizar el impacto de nuestros empaques y embalajes, promover su circularidad y fomentar la recuperación de materiales post-consumo.

## SOLUCIONES CIRCULARES

### GRI 3-3 Soluciones circulares

Trabajamos para que nuestros empaques sean cada vez más sostenibles mediante iniciativas orientadas a reducir el uso de plástico virgen<sup>27</sup>, disminuir la huella de carbono y promover la circularidad de los materiales.

*En 2025, utilizamos aproximadamente 122,647.55 toneladas de material de empaque reciclado y/o renovable en la elaboración de nuestros productos.<sup>28</sup>*

En 2025, la Compañía continuó avanzando en este compromiso mediante diversas iniciativas, entre las que destacan las siguientes:



*En 2026, evaluaremos la incorporación de material reciclado en las botellas de SUEROX® para avanzar hacia empaques más circulares.*

<sup>27</sup> Nos estaremos adhiriendo a las normativas de cada país.

<sup>28</sup> México, Brasil, Colombia.



## CASO DE ÉXITO

Nos enorgullecen los avances logrados, que han permitido que nuestro producto Tío Nacho® sea más sostenible. **Los empaques de este producto cuentan con una política de carbono neutral, lo que permite fortalecer su competitividad mientras se minimiza su impacto ambiental.**

*Cabe destacar que, la botella, tapa y empaque están elaborados con materiales 100% reciclados y reciclables, mientras que las cajas de cartón cuentan con certificación de gestión responsable de bosques, garantizando la trazabilidad de la materia prima.*

Finalmente, la etiqueta incorpora un 90% de material reciclado y utiliza tecnología wash-off, lo que facilita y mejora el proceso de reciclaje de la botella.





## INICIATIVAS PARA LA RECUPERACIÓN DE EMPAQUES POSTCONSUMO

SASB CG-HP-410a.1, CG-HP-410a.2, HC-BP-250a.4

Contribuimos a la recuperación y valorización de residuos postconsumo mediante nuestra participación en diversas iniciativas, orientadas a facilitar la gestión y el aprovechamiento de los residuos generados una vez que nuestros productos han sido utilizados por los consumidores.



**MÃOS PRO FUTURO**  
PROGRAMA DE LOGÍSTICA REVERSA

En 2025, en **Brasil**, establecimos una alianza con ABIHPEC mediante su programa *Mãos Pro Futuro*, iniciativa que **promueve la recuperación y el reciclaje de envases postconsumo**, contribuyendo a disminuir el volumen de residuos enviados a vertedero. En 2025, logramos recuperar y reciclar 491.63 toneladas de materiales, incluyendo plástico, papel, aluminio, entre otros, contribuyendo a la valorización de residuos.

**ecolana**

**Reciclando con Novamil:** A través de nuestra alianza con Ecolana, el mapa de reciclaje más grande de México, desde 2024 promovemos que nuestros consumidores dispongan correctamente de sus residuos, facilitando el acceso a puntos de reciclaje cercanos.



**SINGREM**  
SISTEMA NACIONAL DE GESTIÓN DE RESIDUOS DE ENVASES Y MEDICAMENTOS A.C.

En colaboración con SINGREM, asociación civil impulsada por CANIFARMA, promovemos la **gestión responsable de medicamentos caducos generados en los hogares mexicanos**. El programa contempla su recolección periódica y su destrucción final mediante gestores autorizados, en cumplimiento con la normativa de SEMARNAT. En 2025, logramos la correcta gestión de aproximadamente 12,307 unidades de medicamento.





## ANÁLISIS DE CICLO DE VIDA

Realizamos una Evaluación del Ciclo de Vida (LCA) del empaque primario y secundario de los productos de la línea Tío Nacho®, con el objetivo de identificar los principales impactos ambientales asociados a su ciclo de vida y detectar oportunidades de mejora.

ASPECTO EVALUADO	DESCRIPCIÓN
<b>Normas utilizadas</b>	ISO 14044:2006 (Evaluación del Ciclo de Vida) e ISO 14067:2018 (Huella de carbono de producto).
<b>Metodología</b>	Método del IPCC con horizonte de 100 años.
<b>Tipo de evaluación</b>	Análisis exploratorio (screening).
<b>Unidad de medición</b>	kg de CO <sub>2</sub> equivalente.
<b>Categorías de impacto analizadas</b>	Potencial de cambio climático de origen fósil, biogénico y por transformación del suelo.

*Para 2027, nuestro objetivo es ampliar la implementación del LCA en los productos.*

### Principales hallazgos

- La fase de fabricación del empaque representa el mayor impacto dentro del ciclo de vida del producto.
- Se confirmó la reciclabilidad de los empaques, evaluada conforme a los criterios de la Guía de la Asociación de Recicladores de Plástico (APR).

*En 2025, los productos de Tío Nacho® representaron el 45.8% de nuestras ventas totales de Cuidado Personal.*





Desde Genomma Lab Internacional impulsamos la colaboración y el compromiso de nuestro equipo a través de los distintos programas sociales<sup>29</sup> tales como el voluntariado y las donaciones desarrolladas en los países que operamos.



# NUESTRO IMPACTO COMUNITARIO

29 Aplicables sólo en México.



de empoderamiento y liderazgo  
 mujeres de la región con el objetivo  
 de diversificar sus ingresos a través  
 de la apicultura regenerativa

GRI 413-1



# CONTRIBUCIÓN SOCIAL

GRI 413-1, 413-2

Alineados a nuestro modelo de sostenibilidad, hemos desarrollado iniciativas de carácter social con el objetivo de ayudar a mejorar la calidad de vida de las comunidades y el cuidado ambiental.

Presentamos nuestras líneas de acción:



## DONATIVOS

**Alianzas por el Bienestar:** Apoyamos a organizaciones que trabajan con comunidades que requieren asistencia.

**Programa de respuesta ante situaciones de emergencia y desastres naturales:** Apoyamos a personas afectadas por desastres naturales con donación de productos.



## VOLUNTARIADO

Llevamos a cabo actividades de voluntariado alineadas con nuestro modelo de sostenibilidad, involucrando a los(as) integrantes de nuestro equipo y a sus familias en acciones que promueven el desarrollo social y el cuidado del medio ambiente.



## COMPROMISO DEL BUEN VECINO (INVERSIÓN SOCIAL)

Mantenemos un diálogo continuo con las comunidades cercanas para conocer sus necesidades y emprender acciones que contribuyan a su salud, bienestar y desarrollo integral.



## ESFUERZOS DE PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

Impulsamos proyectos orientados a la conservación de especies y a la restauración de espacios naturales.

En 2025 logramos:

**+8.7**  
MILLONES INVERTIDOS

**184**  
VOLUNTARIOS(AS)

**30**  
ORGANIZACIONES BENEFICIADAS

Para conocer más sobre nuestras [iniciativas en materia de salud, consulta aquí](#)





## DONATIVOS

5

organizaciones apoyadas

\$2,790,332

de inversión



## VOLUNTARIADO

7

organizaciones apoyadas

\$76,796

de inversión



## COMPROMISO DEL BUEN VECINO (INVERSIÓN SOCIAL)

1

organizacion apoyada

\$346,600

de inversión



## ESFUERZOS DE PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

1

organizacion apoyada

\$1,294,779

de inversión



# IMPACTO COMUNITARIO Y ACCIONES POR PAÍS



Alianzas por el Bienestar



Voluntariado



Esfuerzos de protección de la biodiversidad



Compromiso del Buen Vecino (Inversión social)



Programa de respuesta ante situaciones de emergencia y desastres naturales

Desde Fundación Genomma Lab, establecemos alianzas con instituciones de salud, fundaciones y asociaciones civiles que desarrollan iniciativas enfocadas en mejorar la salud de las personas. En 2025, implementamos las GEN Talks dedicadas a dar información sobre salud bienestar y herramientas de desarrollo profesional; ampliamos nuestra red de aliados y reforzamos nuestra respuesta ante desastres naturales.

Además, en colaboración con Direct Relief México, en Genomma Lab donamos más de 16,000 unidades de productos de salud e higiene personal para respaldar las iniciativas **“Caravanas de Salud”** y **“Puntos de Hidratación”**, impulsadas por el Gobierno de Baja California.

Gracias a esta acción, durante el mes de mayo se brindaron servicios médicos, acciones preventivas y actividades de promoción de la salud a más de **8,000 personas** en comunidades rurales y de difícil acceso, fortaleciendo así la capacidad de atención del sistema de salud estatal.

Entre las principales acciones previstas para 2026, destacan las siguientes:

- **Dar continuidad y fortalecer los programas de donación** de productos de salud y cuidado personal, ampliando su alcance hacia poblaciones en situación de vulnerabilidad.
- **Continuar impulsando las jornadas comunitarias de educación en salud**, enfocadas en prevención, autocuidado y promoción de hábitos saludables.
- **Promover la participación de colaboradores** a través de iniciativas de voluntariado corporativo, contribuyendo a la implementación de actividades de apoyo comunitario.
- **Dar seguimiento a la medición y comunicación del impacto social** de las iniciativas, fortaleciendo los mecanismos de monitoreo y reporte de resultados.



# COMPROMISO DEL BUEN VECINO



Fomentamos un diálogo continuo y cercano que nos permite identificar las necesidades y expectativas de las comunidades, para así implementar iniciativas que impulsen su bienestar y desarrollo integral.

*Con el fin de fortalecer la comunicación, ponemos a disposición de las comunidades la línea Gen Te Escucha, así como canales de contacto directo con nuestras áreas de Responsabilidad Social y Sostenibilidad.*

Como parte de este compromiso, llevamos a cabo evaluaciones de impacto ambiental y social<sup>30</sup>. Asimismo, desarrollamos programas comunitarios basados en las necesidades locales y contamos con planes de consulta y participación que nos permiten involucrar activamente a nuestros grupos de interés, incorporando sus voces en nuestros procesos de toma de decisiones.

30 En 2025, no se identificaron impactos negativos en las comunidades cercanas a nuestras operaciones.



Para conocer más acerca de nuestra línea Gen Te Escucha dar [clic aquí](#).

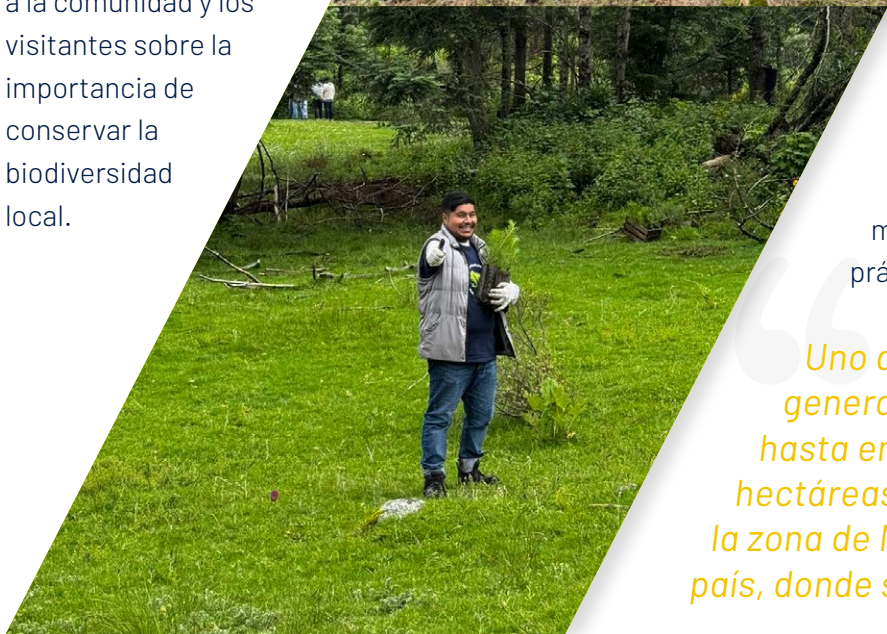




# CONTRIBUCIÓN AMBIENTAL Y CONSERVACIÓN DE BIODIVERSIDAD

Impulsamos iniciativas de restauración y regeneración de los ecosistemas para promover la conciencia ambiental entre nuestros colaboradores(as) y comunidades.

En 2025 llevamos a cabo una jornada de reforestación en Xonacatlán, Toluca, donde plantamos más de 570 pinos en alianza con Ecopil MX. Además, instalamos señaléticas informativas con el objetivo de educar y sensibilizar a la comunidad y los visitantes sobre la importancia de conservar la biodiversidad local.



## ALIANZA UBEEES PARA LA CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

A través de nuestra marca de shampoo Tío Nacho®, nos unimos a UBEEES para impulsar Colmenas de Oportunidades; este proyecto promueve el desarrollo sostenible mediante la apicultura regenerativa, generando un impacto positivo tanto en el entorno natural como en las comunidades locales.

Durante 2025, con esta alianza, en Costa Rica se inauguró el primer Bee Lab de Centroamérica, un laboratorio apícola destinado a impulsar la conservación de la biodiversidad y a generar oportunidades económicas para pequeños productores locales. Este espacio también fortalece el empoderamiento de las comunidades rurales mediante la apicultura regenerativa y la adopción de prácticas agrícolas sostenibles.

*Uno de los objetivos del proyecto es generar un impacto positivo y aumentar hasta en un 25% la productividad de 300 hectáreas de café y cítricos ubicadas en la zona de Naranjo, en el occidente del país, donde se desarrolla la iniciativa.*





Reafirmamos nuestro compromiso de operar bajo las mejores prácticas empresariales, éticas y de gobierno corporativo, con el objetivo de generar valor de manera sostenible.

Además, conscientes de que el contexto en el que operamos es dinámico y evoluciona constantemente, impulsamos una cultura de mejora continua que nos permite gestionar de forma responsable nuestros impactos, riesgos y oportunidades, promoviendo la transparencia, el cumplimiento y la integridad en todas nuestras operaciones.



# NEGOCIO RESPONSABLE

GRI 3-3 Negocio responsable



# GOBIERNO CORPORATIVO

GRI 3-3 Gobierno corporativo, 2-9, 2-10, 2-11, 2-17, 2-18, 2-19, 2-20

“*Adoptamos las mejores prácticas de gobierno corporativo, en alineación con las recomendaciones de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) y de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV).*”

## ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS

GRI 2-9

El órgano de gobierno con la máxima autoridad sobre la organización es la Asamblea General Ordinaria de Accionistas.

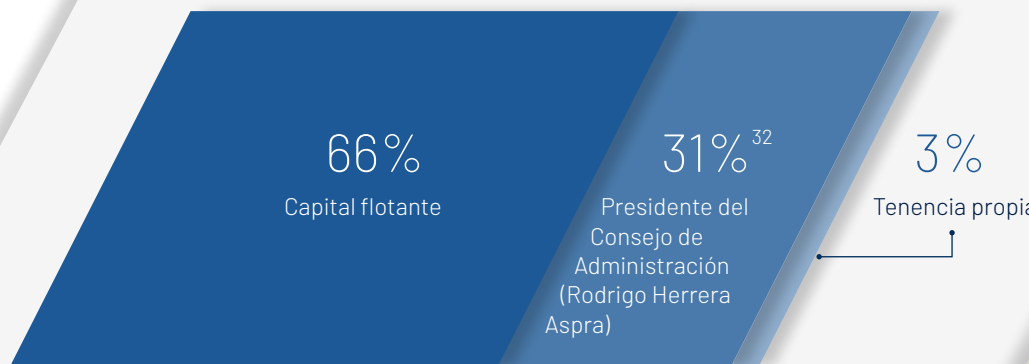
Entre sus principales responsabilidades, se incluye la aprobación o ratificación de los(as) miembros del Consejo de Administración y, la gestión de su remuneración, así como la designación de los presidentes de los comités de gobierno.

Adicionalmente, la Asamblea se encarga de revisar y aprobar los informes de actividades presentados por el Consejo de Administración y por los demás comités de gobierno. Cabe destacar, que la Asamblea también es responsable de revisar el informe sobre el cumplimiento de las obligaciones fiscales y, además, de aprobar el pago del dividendo para los accionistas. Dependiendo, evalúa la posibilidad de cancelar o bien, recomprar acciones.

## ESTRUCTURA ACCIONARIAL DE LA COMPAÑÍA

Según el reporte anual más reciente ante la Bolsa Mexicana de Valores, la familia fundadora concentra más del 5% del capital social, directa o indirectamente.

### Tenencia accionaria<sup>31</sup>



<sup>31</sup> La Compañía no es propiedad ni se encuentra controlada, directa o indirectamente, por instituciones gubernamentales, y ninguna entidad gubernamental posee más del 5% de los derechos de voto de la Compañía.”

<sup>32</sup> Información al 30 de abril de 2025 que la fecha de reporte anual a BMV.



# CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

GRI 2-9, 2-10, 2-17, 2-18

## SELECCIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN E INDEPENDENCIA

GRI 2-10

Sus principales responsabilidades incluyen la definición y supervisión de la estrategia de la Compañía, la gestión de los riesgos corporativos, así como la designación y evaluación de los miembros del Equipo Directivo, incluido el Director General.

Se conforma por 12 miembros, de los cuales 9 son independientes asegurando que el consejo actúe en el mejor interés de sus partes involucradas. En línea y para evitar cualquier posible conflicto de interés, aseguramos el cumplimiento de los requisitos señalados en el artículo 26 de la Ley del Mercado de Valores en México y solicitamos a los consejeros independientes la entrega de una declaración de independencia.<sup>33</sup>

Es la Asamblea General Ordinaria de Accionistas que se encarga de la selección de Consejeros, la cual se realiza de manera **individual**, en línea con los principios establecidos en los Estatutos Sociales. Para ello, se consideran factores como sus conocimientos especializados, experiencia profesional y habilidades en la gestión de riesgos, así como la alineación de sus valores con los principios y objetivos de la Compañía, garantizando coherencia en la toma de decisiones y en la dirección estratégica. Cabe destacar **que los periodos de mandato son anuales con la posibilidad de ser renombrado.**

69%  
de los miembros del Consejo  
de Administración son  
independientes

8.8 años  
como promedio de antigüedad  
general

<sup>33</sup> Ante cualquier indicio de conflicto, los miembros del Consejo de Administración implicados se abstienen de participar en discusiones y votaciones relacionadas. En caso de surgir alguna situación conflictiva, se lleva a cabo un análisis exhaustivo y se toman las medidas necesarias por parte de los órganos de gobierno.





## DIVERSIDAD EN EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y MEJORES PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO

Buscamos asegurar la competencia y diversidad de nuestro Consejo de Administración, por lo que consideramos criterios como la experiencia profesional, la alineación con los valores corporativos, así como la diversidad de género y nacionalidad. Reconocemos que la diversidad aporta valor al consejo, enriqueciendo la toma de decisiones a través de las diferentes perspectivas que se puede generar. En ese sentido, contamos con nuestra **Política de Diversidad e Inclusión en el Consejo de Administración.** [🔗](#)

El 23% de los miembros del Consejo de Administración son mujeres. En 2025, la Asamblea General de Accionistas ratificó a los miembros del Consejo de Administración y del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias.

En línea con las mejores prácticas de gobierno corporativo, el Consejo de Administración se reúne de forma ordinaria al menos una vez cada trimestre. Para que las sesiones tengan validez legal, se requiere de **una asistencia mínima del 51% de los miembros.** En 2025, el Consejo se reunió 5 veces con un 90% de asistencia registrado.

## EVALUACIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

GRI 2-18

Los miembros del Consejo realizan anualmente una autoevaluación basada en Los Cuatro Pilares de Efectividad del *International Institute for Management Development* (IMD).

Adicionalmente y de manera anual, la Asamblea General de Accionistas evalúa la eficacia del Consejo de Administración, considerando el desempeño integral del negocio, abarcando aspectos económicos, sociales y ambientales.

*Nos comprometemos a integrar criterios ASG en las evaluaciones de desempeño de todos los altos funcionarios de la Compañía, en un plazo de dos años.*



## CAPACITACIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
















GRI 2-17




Nuestra Dirección Jurídica, respaldada por el sub-comité de sostenibilidad es responsable de mantener informado al Consejo de Administración sobre cambios regulatorios y temas de cumplimiento normativo, asegurando la actualización oportuna y la adecuada toma de decisiones.

Adicionalmente, como parte de los programas de capacitación continua disponibles en la plataforma "Gen Institute", los y las Consejeras participan anualmente en cursos institucionales sobre sostenibilidad corporativa, gestión de derechos humanos, diversidad e inclusión y gestión de riesgos corporativos, fortaleciendo así sus competencias para el ejercicio de sus funciones.

## DETALLE DE LA COMPOSICIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

GRI 2-9

NOMBRE	ANTIGÜEDAD (AÑOS)	AUDITORÍA Y PRÁCTICAS SOCIETARIAS	EJECUTIVO	ÉTICA	EXPERIENCIA EN EL SECTOR BIENES DE CONSUMO/ FARMACÉUTICO	PARTICIPACIÓN EN OTROS CONSEJOS DE ADMINISTRACIÓN
 <b>Rodrigo Herrera Aspra</b> Presidente del Consejo de Administración	17				Ambos	1 <sup>34</sup>
 <b>Juan Alonso</b>	15					
 <b>Sabrina Herrera Aspra</b>	14					2 <sup>35</sup>
 <b>Jorge Gutiérrez Muñoz</b>	11	 Presidente				5 <sup>36</sup>
 <b>Javier Vale Castilla</b>	9					
 <b>Juan Carlos Gavito</b>	8					1 <sup>37</sup>
 <b>Carlos Vara Alonso</b>	8				Bienes de consumo	3 <sup>38</sup>
 <b>Ignacio González Rodríguez</b>	8					1 <sup>39</sup>
 <b>Marco Forastieri Muñoz</b>	6					
 <b>Simona Visztova</b>	2				Bienes de consumo	1 <sup>40</sup>
 <b>Joaquín Ley Pinto</b>	2					
<b>Renata Herrera Aspra</b> <sup>41</sup>	15					

 Consejero Propietario Independiente
  Consejero Patrimonial Independiente
  Consejero Propietario Relacionado

34 Grupo Financiero Multiva.

35 HEROE, S.A. de C.V., Outhinkers Fund, Inc.

36 Mexichem; Grupo Aeroportuario del Centro Norte; Grupo Pochteca; Arcos Dorados Bolsa Mexicana de Valores.

37Airos Capital.

38 Grupo Gigante, Desarrollo de Hoteles Presidente y Fhipo.

39 Grupo Pavisa.

40 Aleatica S.A.B.

41 El Consejo cuenta con la participación de Renta Herrera Aspra como consejera suplente relacionada.



# COMITÉS DE GOBIERNO CORPORATIVO

GRI 2-9

El Consejo de Administración se apoya de la visión estratégica de diversos comités y subcomités especializados. A continuación, se presentan los comités del máximo órgano de gobierno y sus responsabilidades principales.

## COMITÉ DE AUDITORÍA Y PRÁCTICAS SOCIETARIAS

- Evaluar el desempeño del Auditor Externo y analizar sus informes.
- Supervisar los estados financieros, el control y auditoría internos.
- Vigilar el cumplimiento de normativas y políticas internas.
- Analizar el desempeño de los ejecutivos y evaluar excepciones en oportunidades de negocio.
- Solicitar asesoría de expertos independientes cuando sea necesario.
- Investigar posibles incumplimientos para garantizar la transparencia y responsabilidad en la gestión de la Compañía.

## COMITÉ EJECUTIVO<sup>42</sup>

- Gestionar asuntos financieros y de planeación general.
- Designar, remover y compensar a funcionarios y colaboradores(as).
- Aprobar convenios de financiamiento de la Compañía.
- Convocar a asambleas generales de accionistas.
- Atender otros asuntos delegados por el Consejo de Administración, siempre que no sean competencia exclusiva de otros órganos.
- Informar al Consejo de Administración sobre irregularidades importantes y proponer acciones correctivas.

### Sub-Comités del Comité Ejecutivo

El Comité Ejecutivo cuenta con el apoyo de los siguientes subcomités, los cuales son designados por el Consejo de Administración para fortalecer la gobernanza y la toma de decisiones estratégicas.

- Subcomité de Impactos Financieros
- Subcomité de Administración de Riesgos y Auditoría Interna
- Subcomité de Desarrollo de Negocios
- Subcomité de Financiamiento, Bancos y Flujo
- Subcomité de Estrategia de Marcas
- Subcomité de Relaciones y Comunicación Institucional
- Subcomité de Sostenibilidad
- Subcomité de Innovación
- Subcomité de Medios
- Subcomité de Cadena de Suministro
- Subcomité de Transformación Organizacional

<sup>42</sup> Integrado por el Director General, un miembro del Consejo de Administración, el Líder Global de Relaciones Institucionales, Responsabilidad Social y Recursos Humanos, Líder Global de Finanzas y Administración, Líder Global Jurídico y el Vicepresidente Ejecutivo de Finanzas y Administración.



## COMITÉ DE ÉTICA<sup>43</sup>

- Supervisar el cumplimiento del Código de Conducta y Ética, las Políticas de Integridad Corporativa y la normatividad aplicable.
- Recibir, investigar y resolver casos de incumplimiento reportados por colaboradores, proveedores, socios comerciales y comunidades cercanas.
- Promover una cultura de integridad y ética dentro de la Compañía.
- Proponer programas y acciones para fortalecer el clima laboral y desarrollo organizacional.

## EQUIPO DIRECTIVO EJECUTIVO

El equipo directivo de la Compañía está conformado por profesionales con amplia experiencia y una visión estratégica sólida, quienes lideran la implementación de la estrategia corporativa y aseguran su alineación con los objetivos de largo plazo. Su rol es fundamental en la toma de decisiones clave, promoviendo una gestión eficiente, responsable y orientada a la creación de valor sostenible.

## REMUNERACIONES

GRI 2-19, 2-20

El Comité de Auditoría y Prácticas Societarias es el órgano responsable de definir la compensación del equipo directivo, incluyendo la del Director General.

La Compañía cuenta con políticas y procedimientos formales para la determinación de la compensación variable. En el caso del Director General, el esquema de compensación variable se estructura con base en indicadores de desempeño de corto y largo plazo, evaluados mediante métricas financieras clave como el **Retorno sobre el Capital** (ROE, por sus siglas en inglés) y el **Retorno sobre el Capital Invertido** (ROIC, por sus siglas en inglés).

Adicionalmente, este esquema considera indicadores clave de desempeño orientados a la creación de valor, tales como el crecimiento anual de ventas, crecimiento anual del margen EBITDA, el aumento de la utilidad neta y el crecimiento anual de flujo de efectivo.

Para el resto del equipo directivo, se contempla un bono anual variable vinculado al cumplimiento de metas específicas de sus respectivas áreas, en función de indicadores de desempeño previamente definidos. Contamos con políticas de compensación variable ajustados al rendimiento de cada área, considerando el impacto de iniciativas de optimización de procesos y mejora continua.

<sup>43</sup> Integrado por el Director General, un miembro no independiente del Consejo de Administración, el Líder Global de Relaciones Institucionales, Responsabilidad Social y Recursos Humanos y el Líder Global Jurídico.



# GESTIÓN DE RIESGOS

GRI 2-12

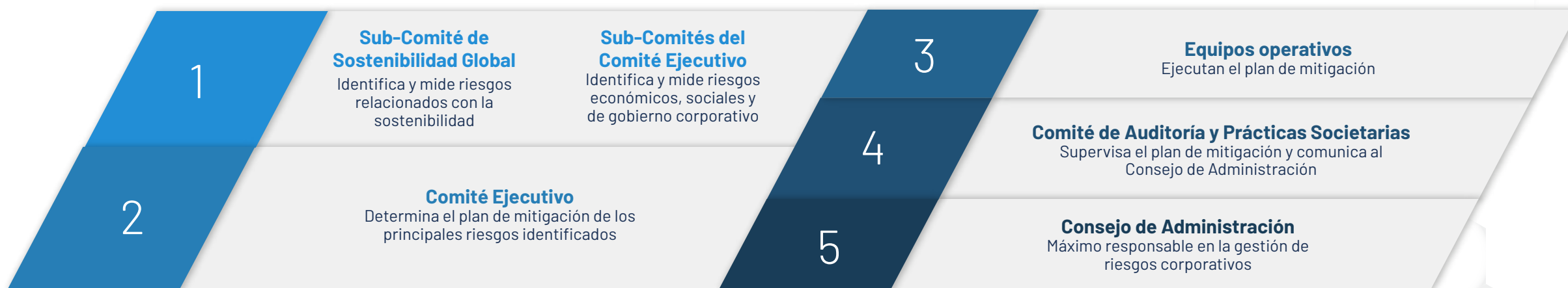
*Brindamos capacitación en gestión de riesgos a todos nuestros colaboradores(as).*

Nuestro marco de gobernanza de riesgos busca asegurar que tanto el Consejo de Administración como el Comité Ejecutivo no solo estén conscientes de los riesgos de la Compañía, sino que participen activamente en su gestión. Si bien el Consejo de Administración es, en última instancia, responsable de la gestión de riesgos,

este proceso involucra activamente a las distintas áreas de la organización, las cuales participan de manera coordinada en la identificación, evaluación, mitigación y seguimiento de los riesgos a lo largo de toda la Compañía.

En primera instancia, el **equipo multidisciplinario**, integrado por los subcomités del Comité Ejecutivo, se encarga de identificar los riesgos que podrían afectar las operaciones de la Compañía, así como de evaluar la exposición al riesgo. Una vez identificados, este equipo diseña los planes de mitigación correspondientes, en alineación con la metodología de análisis de activos, amenazas, vulnerabilidades, probabilidad e impacto (AAVPI).

Posteriormente, los equipos operativos y responsables de las distintas unidades de negocio de la Compañía son responsables de gestionar los riesgos en las operaciones del día a día, así como de implementar y ejecutar los controles y planes de mitigación definidos. Por su parte, la supervisión y el seguimiento continuo recaen en el **Consejo de Administración**, mientras que el monitoreo independiente y la verificación del cumplimiento de los controles y procesos de gestión de riesgos recaen en el Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, garantizando una gestión integral, objetiva, sistemática y continua del riesgo.



Para mayor información consulta el siguiente [link](#)



## PRINCIPALES RIESGOS IDENTIFICADOS

En Genomma Lab Internacional promovemos una cultura de riesgos sólida y efectiva. Para ello, hemos implementado estrategias de gestión de riesgos que fortalecen la estabilidad financiera, el monitoreo del entorno y la capacidad de adaptación en el largo plazo.

Realizamos evaluaciones de riesgo que incluyen el análisis de la exposición al riesgo, estas revisiones las realizamos de manera anual, asegurando un monitoreo continuo y oportuno de los principales riesgos que podrían afectar nuestras operaciones. En el caso de los riesgos relacionados con cambio climático y derechos humanos, la evaluación del nivel de exposición se lleva a cabo al menos cada dos años.



TIPO DE RIESGOS	DEFINICIÓN
<b>Riesgo o efectos del cambio climático</b>	Enfrentamos riesgos derivados del cambio climático, como aumentos en costos de materias primas, material de empaque y producción, regulaciones sanitarias más estrictas y cambios en leyes ambientales. Para mayor información consulta el siguiente <a href="#">link</a>
<b>Derechos humanos</b>	Vinculamos nuestros objetivos de negocio con el respeto de los derechos humanos, así como la prevención y posible remediación en caso de vulnerarlos.
<b>Condiciones económicas adversas en los países en donde la Compañía opera</b>	Nuestras operaciones están sujetas a las condiciones económicas de los países en los que tenemos presencia, lo que puede afectar la estabilidad del consumo.
<b>Cambios en las regulaciones aplicables</b>	Operamos en 18 países con regulaciones diversas. Cambios en leyes o reglamentos pueden afectar el entorno operativo y generar sanciones.
<b>Inestabilidad de precios</b>	Resultados operativos afectados por inflación, tasas de interés, tipo de cambio, precios del petróleo e inestabilidad social y económica.
<b>Afectación a la reputación de nuestras marcas</b>	La imagen de marca puede verse afectada por iniciativas de mercadotecnia, calidad del producto o eventos reputacionales.
<b>Expectativas de los consumidores(as)</b>	Si los productos no cumplen las expectativas de clientes y consumidores(as), las ventas podrían disminuir.
<b>Riesgos de manufactura</b>	Incrementos en líneas de producción pueden generar variaciones en calidad, retrasos y problemas de adaptación operativa.
<b>Riesgos de la cadena de valor</b>	Dependemos de fabricantes que cumplan estándares de calidad, normatividad, plazos y precios competitivos.
<b>Retención y atracción de talento</b>	La salida de personal clave o altos ejecutivos(as) puede afectar las operaciones futuras.
<b>Ciberseguridad</b>	Dependemos de tecnologías de información y sistemas automatizados para operar y atender a clientes.
<b>Infraestructura tecnológica</b>	La competitividad depende de nuestra capacidad para innovar y actualizar infraestructura tecnológica oportunamente.



# RIESGOS CLIMÁTICOS

Es importante una gestión eficaz de riesgos para la estabilidad financiera y la capacidad de adaptación a largo plazo, para cumplir dicho objetivo desde 2023, actualizamos nuestro análisis de riesgos asociados al cambio climático, incorporando escenarios físicos y de transición alineados con TCFD<sup>44</sup>, lo que nos permite anticipar y responder estratégicamente ante posibles impactos en nuestras operaciones.

El análisis consideró información meteorológica, el contexto regulatorio y tendencias del sector farmacéutico, utilizando escenarios del IPCC<sup>45</sup> para riesgos físicos y de la IEA<sup>46</sup> para riesgos de transición, con el apoyo de un tercero independiente especializado.

## Riesgos Físicos

Los principales riesgos físicos identificados fueron evaluados considerando su nivel de exposición por ubicación, así como horizontes temporales de corto y mediano plazo.<sup>47</sup>



Sequías y estrés hídrico



Precipitaciones e inundaciones



Ondas cálidas



44 Desde octubre 2023, las responsabilidades del TCFD fueron transferidas a la Norma Internacional de Información no Financiera S2 (NIIF) del IFRS.

45 Intergovernmental Panel on Climate Change.

46 International Energy Agency.

47 El alcance del análisis de riesgos climáticos comprende nueve ubicaciones operativas en México, incluyendo el Complejo Industrial San Cayetano, así como operaciones tercerizadas y algunos criterios generales para la cadena de suministro.



## Riesgos de transición

Se identificaron 44 riesgos de transición a corto, mediano y largo plazo bajo los dos escenarios climáticos analizados. De estos, se presentan únicamente los riesgos prioritarios para la operación, clasificados con niveles "Muy alto" o "Alto".



**Riesgo reputacional**  
*Integración de energías renovables en la matriz energética*



**Riesgo reputacional**  
*Impactos a la sostenibilidad desde la cadena de valor*



**Riesgo reputacional**  
*Regulación de eco - etiquetado*



**Riesgo reputacional**  
*Aumento en las expectativas de sostenibilidad de grupos de interés*



**Riesgo regulatorio**  
*Regulación de la Responsabilidad Extendida del Productor*



**Riesgo regulatorio**  
*Imposición de impuesto al carbono*



**Riesgo de mercado**  
*Regulación para promover el transporte limpio o de bajas emisiones*





# IMPLICACIONES FINANCIERAS DEL CAMBIO CLIMÁTICO

GRI 201-2

Con base en la evaluación realizada para el cuestionario del *Carbon Disclosure Project (CDP)* en 2022, a continuación, se presenta la valoración financiera de los riesgos y oportunidades identificados. Cabe destacar que desarrollamos la valoración financiera para los riesgos físicos y de transición prioritarios.

## Valoración para riesgos identificados

### Riesgo físico (agudo)

Precipitación intensa

**\$2,958,400**

Impacto financiero potencial (MXN)

**\$78,223,004<sup>48</sup>**

Costo de respuesta (MXN)

### Riesgo de transición

Cambios en la regulación de productos y servicios existentes

**\$32,000,000<sup>49</sup>**

Impacto financiero potencial (MXN)

**\$103,587,892<sup>50</sup>**

Costo de respuesta (MXN)

## Valoración para oportunidades identificadas

### Oportunidad de productos y servicios

Desarrollo y/o expansión de bienes y servicios de baja emisión

**\$2,000,000,000<sup>51</sup>**

Impacto financiero potencial (MXN)

**\$10,805,188<sup>52</sup>**

Costo de respuesta (MXN)

### Oportunidad eficiencia de recursos

Uso de alternativas de transporte logístico más eficiente

**\$33,858,106<sup>53</sup>**

Impacto financiero potencial (MXN)

**\$19,004,753<sup>54</sup>**

Costo de respuesta (MXN)

48 Para invertir en una planta de cogeneración para diversificar las fuentes de energía.

49 Debido a las regulaciones sobre materiales de embalaje en el estado de Oaxaca.

50 Para cumplir con las regulaciones, incluyendo la adopción de materiales de embalaje reciclados

51 Financiación obtenida por el IFC y BID Invest.

52 Para aumentar la capacidad de producción y obtener certificaciones sustentables.

53 Ahorros directos a través de mejoras en la logística.

54 En inversiones para mejorar la cadena de suministro y la logística.



# GOBERNANZA CLIMÁTICA

GRI 2-13

Los temas ASG y de sostenibilidad son supervisados tanto a nivel del Consejo de Administración como del Comité Ejecutivo, asegurando su adecuada integración en la estrategia corporativa y en los procesos de toma de decisiones para la creación de valor a largo plazo.

En 2022, se constituyó el **Subcomité Global de Sostenibilidad** con el objetivo de supervisar los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático, así como de definir y dar

seguimiento a los objetivos de sostenibilidad de corto y largo plazo.

Este Subcomité reporta directamente al **Comité Ejecutivo**, el cual a su vez informa al **Consejo de Administración**.

El Subcomité Global de Sostenibilidad es liderado por el Presidente del Consejo de Administración y el Director General, y está compuesto por líderes de áreas estratégicas como Sostenibilidad, Finanzas, Manufactura, Unidades de Negocio (*BU's*), Abastecimiento y Planeación de la Demanda,

Asuntos Regulatorios, Manufactura, Logística, Desarrollo, Recursos Humanos, así como por los Gerentes Generales (*Country Managers*) de los países en donde tenemos presencia.

Adicionalmente, contamos con la dirección de Relaciones Institucionales Medios y Responsabilidad Social, responsable de supervisar las iniciativas implementadas en sostenibilidad.

## Gobernanza y responsabilidades en la gestión de riesgos climáticos

### Sub-Comité de Sostenibilidad Global

Designa el plan de mitigación de los principales riesgos ASG identificados.

### Comité Ejecutivo

Supervisa el plan de mitigación de los principales riesgos identificados.

Comunica los principales resultados al Consejo de Administración.

### Consejo de Administración

Máximo responsable en la gestión de riesgos ASG.





# RIESGOS ASOCIADOS A LOS DERECHOS HUMANOS

GRI 407-1

Contamos con un proceso estructurado de **debida diligencia en derechos humanos** que nos permite identificar, prevenir y mitigar de manera proactiva y sistémica los posibles impactos, tanto en nuestras operaciones propias como a lo largo de la cadena de suministro.

## Principales riesgos en derechos humanos identificados

Concebimos nuestro Sistema de Debida Diligencia en Derechos Humanos como un proceso continuo orientado a identificar, prevenir, mitigar y gestionar los riesgos e impactos asociados al desarrollo de nuestras operaciones y a las de nuestra cadena de suministro, considerando el contexto geográfico, social y sectorial en el que operamos.


Para la identificación de los riesgos potenciales, nos apoyamos en fuentes bibliográficas especializadas, flujogramas internos de la Compañía y un análisis comparativo con información de empresas del sector farmacéutico. Posteriormente, los riesgos identificados fueron priorizados a través de una consulta con

consumidores(as), clientes, proveedores y áreas internas de Genomma Lab Internacional, con el objetivo de calificar el nivel de exposición al riesgo considerando variables de impacto y probabilidad.

Nuestra metodología incorporó el análisis del contexto operativo (riesgo país) y del sector de actividad (riesgo sectorial), en línea con las recomendaciones de los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos.

El ejercicio abarcó los 18 países en los que tenemos presencia, así como un porcentaje representativo de nuestros proveedores críticos y clientes. Para fortalecer la solidez y fiabilidad del proceso, contamos con el acompañamiento de un tercero independiente especializado, quien lideró el ejercicio.

Como resultado, **se identificaron 29 riesgos en derechos humanos**, agrupados en cuatro categorías: riesgos relacionados con las operaciones directas; riesgos asociados al relacionamiento comunitario; riesgos vinculados a la cadena de suministro; y riesgos sectoriales.

A continuación, se presenta la relación de los riesgos prioritario<sup>55</sup> con su respectiva categoría y los grupos de interés potencialmente impactados. Asimismo, en el documento completo del **análisis de debida diligencia**  se detallan las medidas de prevención, mitigación y remediación definidas para cada riesgo identificado.

### Principales riesgos de DD.HH. identificados



<sup>55</sup> Entendemos como riesgo prioritario aquellos que obtuvieron una calificación de "Muy alto" o "Alto" con base en las evaluaciones de impacto y probabilidad.



# CIBERSEGURIDAD

GRI 418-1

A medida que aumenta la dependencia de la información digital, reconocemos que la adopción de buenas prácticas en seguridad de la información se ha convertido en un factor crítico para prevenir ciber-amenazas, filtraciones de datos y otras vulnerabilidades que podrían afectar nuestras operaciones, tanto a nivel interno como externo.

En Genomma Lab, consolidamos nuestro compromiso con la seguridad de la información a través de la **Política de Ciberseguridad** [🔗](#) y la **Política sobre Información Confidencial**, [🔗](#) las cuales establecen nuestros principios y compromisos en materia de integridad de datos, protección de la información y la inversión continua en infraestructura tecnológica, entre otros aspectos.

## GOBERNANZA EN SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

La Compañía cuenta con un **Subcomité de Seguridad de la Información** responsable de coordinar la implementación de la estrategia de protección digital, bajo el liderazgo del equipo de la Alta Dirección.

Este órgano está integrado por representantes de las áreas de Auditoría Interna, Recursos Humanos, Finanzas, Legal y Tecnologías de la Información (TI), con la participación de auditores y evaluadores externos especializados, asegurando un enfoque transversal en la gestión de riesgos cibernéticos y la adopción de mejores prácticas

El Subcomité opera bajo el liderazgo del **Director Global de Tecnologías de la Información (TI)**, quien reporta directamente al **Director Global de Finanzas y Administración**, garantizando una adecuada supervisión a nivel directivo.

Entre sus principales funciones se encuentran:

- Fortalecer los controles de seguridad de la información.
- Facilitar la coordinación interáreas para la identificación y evaluación de riesgos.
- Dar seguimiento a planes de acción y mejora continua.
- Promover una cultura organizacional de prevención en ciberseguridad.
- Dar seguimiento de incidentes en seguridad de la información.
- Designar recursos (humanos, tecnológicos y financieros).
- Revisar periódicamente la política de ciberseguridad.

Adicionalmente, el Subcomité recibe asesoría permanente del **Líder Global Jurídico** en materia regulatoria.





## SISTEMA DE GESTIÓN DE CIBERSEGURIDAD

*Durante 2025, no se registraron incidentes relacionados con filtraciones de datos o accesos no autorizados a información confidencial o sensible.*

Dada la importancia de proteger nuestros sistemas y la información crítica, así como de fortalecer nuestra capacidad de respuesta ante amenazas de seguridad de la información, implementamos un **Sistema de Gestión de Ciberseguridad**. Este sistema contempla, entre otros elementos, planes de continuidad del negocio, pruebas periódicas de vulnerabilidades y programas de capacitación continua en materia de ciberseguridad para nuestros colaboradores.

Elementos de nuestro sistema de gestión:

- Plan de Recuperación ante desastres (DRP, por sus siglas en inglés)
- Pruebas de penetración
- Simulación de ataques: anuales y a través de un tercero independiente (Red Team)
- Análisis de postura GIS<sup>56</sup>
- Canal de denuncia
- Capacitación sobre seguridad de la información

Ponemos a disposición de nuestros colaboradores los siguientes correos electrónicos para el reporte de incidentes, vulnerabilidades o actividades sospechosas relacionadas con la seguridad de la información.

**911@genommalab.com    mesadeayuda@genommalab.com**

## PROGRAMAS DE FORMACIÓN EN SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN / CIBERSEGURIDAD

Como parte de nuestras medidas preventivas y de fortalecimiento de la cultura de seguridad de la información, ofrecemos de manera **anual** la capacitación en Ciberseguridad a nuestros colaboradores(as), en la que se presentan las principales amenazas y los protocolos de actuación correspondientes.

Esta capacitación se realiza a través de “Gen Institute”, con ello promovemos la cultura de prevención en toda la organización.

*“100% de los colaboradores(as) participaron en el curso de Ciberseguridad”*

56 Los estándares del Centro de Seguridad en Internet (CIS) constituyen un conjunto de prácticas recomendadas, reconocidas y consensuadas a nivel mundial para ayudar a los profesionales de la seguridad a aplicar y administrar medidas de seguridad cibernética.



# ÉTICA, INTEGRIDAD Y CULTURA DE LEGALIDAD

GRI 3-3 Ética y corrupción

Nos guiamos por principios de ética y conducta empresarial responsable, promoviendo la transparencia, la integridad y la rendición de cuentas en todas nuestras operaciones, fortaleciendo una relación de confianza con nuestros grupos de interés.

Asimismo, impulsamos una cultura de cumplimiento normativo y de legalidad, reconociendo la importancia de mantener una relación ética y responsable entre la Compañía y la sociedad, que nos permita seguir contribuyendo al desarrollo de las personas, el planeta y la sociedad.

## GOBERNANZA Y RESPONSABILIDADES

GRI 2-14

En Genomma Lab Internacional desarrollamos e implementamos controles internos orientados a prevenir, detectar y atender posibles incumplimientos respecto a la conducta organizacional y la ética.

Para ello, contamos con un **Comité de Ética**, que funge como el órgano responsable de supervisar la implementación, difusión y cumplimiento del Código de Ética, así como del conjunto de Políticas de Integridad Corporativa.

Entre las responsabilidades del Comité de Ética se encuentran:


- Proponer programas e iniciativas en materia de ética e integridad.
- Dar seguimiento a los reportes en materia ética presentados por los colaboradores.
- Informar oportunamente al Consejo de Administración sobre posibles casos de corrupción, conflictos de interés u otras situaciones que pudieran afectar la integridad de la Compañía.






# CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA

GRI 2-15, 2-23, 2-24

Nuestro **Código de Conducta y Ética**,  describe los valores, principios y lineamientos que orientan la forma en que llevamos a cabo nuestras actividades y tomamos decisiones. Este Código es aplicable a todos los niveles de la organización.

De manera complementaria, hemos desarrollado un conjunto de **18 Políticas de Integridad Corporativa**  que guían nuestro actuar y fortalecen una conducta ética, justa y transparente.

Estas políticas abordan temas clave como derechos humanos, prevención del acoso, anticorrupción, conflictos de interés, entre otros aspectos fundamentales para una gestión responsable.

Todas nuestras políticas corporativas son revisadas y validadas por el Director General, reforzando el compromiso de la Alta Dirección.

Con el objetivo de asegurar que nuestros colaboradores tengan conocimiento del Código de Conducta y Ética, y comprendan

*“En Genomma Lab Internacional mantenemos una política de tolerancia cero frente al acoso sexual y no sexual en todas sus formas.”*

lo que esté espera de ellos, implementamos las siguientes medidas:

- **Compromiso anual:** Cada año solicitamos a los colaboradores la lectura y firma del Código de Conducta y Ética, así como de la declaración de conflicto de interés, con el fin de reafirmar su conocimiento y compromiso con estos principios.

- **Inducción a colaboradores(as) de nuevo ingreso:** Brindamos una capacitación introductoria en la que se presenta el Código de Conducta y Ética como parte del proceso de incorporación.

- **Capacitación continua:** Anualmente impartimos formación a todos los colaboradores para reforzar la comprensión y aplicación del Código.

- **Difusión interna:** El Código de Conducta y Ética se encuentra disponible de manera permanente en el portal institucional de la Intranet.

Estamos comprometidos con garantizar un entorno laboral seguro, respetuoso e inclusivo, en el que cada persona sea tratada con dignidad. Para fortalecer este compromiso, contamos con la línea de denuncia “Gen Te Escucha”, un canal accesible para que colaboradores y colaboradoras puedan reportar cualquier conducta que incumpla el Código de Conducta y Ética.

Asimismo, ante cualquier inquietud, el colaborador(a) puede acercarse a su líder inmediato, al equipo jurídico, al Comité de Ética o al área de Recursos Humanos.

*En 2025, 949 colaboradores(as) fueron capacitados en materia de conflicto de interés.*

*En 2025, el 98% de colaboradores, recibió capacitación en materia del Código de Conducta y Ética, acumulando un total de 2,442 horas de formación.*

Finalmente, promovemos una cadena de valor responsable y, como parte de nuestro Programa de Sostenibilidad para Proveedores, comunicamos a nuestros socios comerciales nuestros valores y principios a través del **Código de Conducta y Ética para Proveedores**, así como del resto de nuestras políticas corporativas.<sup>57</sup>


<sup>57</sup> Para más información dirigirse al capítulo de Cadena de suministro.





# ANTICORRUPCIÓN Y SOBORNO

GRI 205-1, 205-2, 205-3, 3-3 Relación con autoridades, 415-1; SASB HC-BP-510a.1

Mantenemos una postura de **Cero Tolerancia** ante actos de soborno y corrupción, la cual se ve formalizada en nuestra **Política Anticorrupción.** 

La política cubre nuestros compromisos y lineamientos en materia de: prevención del soborno y corrupción, lineamientos sobre regalos, donativos, gastos de viaje, entre otros, y es aprobada por la Alta Dirección y el área legal.

En línea, no realizamos contribuciones políticas.

En alineación con las mejores prácticas éticas, implementamos medidas para prevenir la corrupción y el soborno, entre ellas:

- La Línea Ética **“Gen te escucha”** para reportar de manera confidencial cualquier práctica relacionada con corrupción o soborno.

- Una **evaluación de riesgos relacionados con la corrupción** en todas nuestras operaciones, lo que nos permite priorizar nuestros esfuerzos de gestión de riesgos.

*“En 2025, no se registraron incidentes de corrupción, ni pérdidas monetarias derivadas de procedimientos judiciales asociados.”*





# CANAL DE DENUNCIA "GEN TE ESCUCHA"

GRI 2-26

Nuestro canal de denuncia "**Gen Te Escucha**" está disponible 24/7 para todos nuestros colaboradores(as), clientes y proveedores que deseen plantear cualquier preocupación o irregularidad en nuestras operaciones o relaciones comerciales.

Este canal es gestionado por un tercero independiente, Ethics Global, quien recibe y analiza las denuncias y posteriormente las canaliza con el Comité de Ética<sup>58</sup> para su debida investigación y resolución.



**Teléfono:** operadores de lunes a sábado, de 8 a.m. a 10 p.m.



**Correo electrónico:**  
genteescucha@ethicsglobal.com



**Sitio web:**  
<https://gen-teescucha.ethicsglobal.com/#>



**App móvil Ethics Global:**  
disponible para Android e iOS.

Nuestro canal de denuncia garantiza la confidencialidad y no represalias. Además, ofrecemos la posibilidad de realizar denuncias de manera anónima.

Comprometidos con la eficacia del sistema, medimos el nivel de satisfacción de los usuarios a través de un apartado específico en nuestra encuesta de clima laboral, lo que nos permite identificar áreas de mejora para fortalecer su desempeño.

“En 2025, recibimos 27<sup>59</sup> reportes a través de "Gen Te Escucha"”

## PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE LAS DENUNCIAS RECIBIDAS Y MEJORA CONTINUA

### Recepción (3 días hábiles)

Evaluamos la procedencia de los reportes recibidos y, si son válidos, confirmamos el inicio del proceso de investigación.

### Investigación (hasta 8 semanas)

Para su revisión, asignamos a uno o varios investigadores, quienes analizan el caso y las evidencias proporcionadas. Si es necesario, se solicitará información adicional.

### Resolución (hasta 4 semanas)

Las conclusiones de la investigación son enviadas al Comité de Ética de Genomma Lab Internacional, que determina las medidas a aplicar.

### Seguimiento (2 meses)

Supervisamos tanto la aplicación de medidas correctivas como la detección de reportes falsos.

<sup>58</sup> Cualquier persona dentro de la Compañía puede acercarse al equipo de Recursos Humanos (HRBP), Sostenibilidad, Jurídico o a cualquier integrante del Comité de Ética para realizar consultas o reportar posibles incumplimientos.

Para más información, consultar el [Protocolo de Atención a Reportes Éticos](#).

<sup>59</sup> Dirigirse al [Anexo Principales indicadores ASG](#) para obtener más detalles sobre los tipos de inquietudes recibidas.



# CUMPLIMIENTO REGULATORIO

GRI 2-27, 417-2, 417-3; SASB HC-BP-270a.1

Nuestro enfoque de cumplimiento regulatorio garantiza la alineación de los procesos con la normativa vigente, fortalece la transparencia operativa y promueve una relación proactiva y constructiva con autoridades y organismos sectoriales.

## RESPONSABILIDADES

El equipo de Asuntos Regulatorios desempeña un papel fundamental en la operación de la Compañía, entre sus funciones clave:

- Asegura la obtención, mantenimiento y renovación de registros sanitarios.
- Supervisa el cumplimiento normativo en etiquetado y comercialización.
- Gestiona auditorías y revisiones regulatorias.

## GESTIÓN DE RIESGOS REGULATORIOS

Como parte de nuestra cultura de cumplimiento, implementamos medidas para identificar y gestionar de manera ágil los riesgos regulatorios, entre las que destacan:

- **Monitoreo continuo de cambios normativos**, a través de una herramienta tecnológica de gestión regulatoria, para el seguimiento de trámites, registros, alertas e indicadores de cumplimiento en tiempo real.
- **Autonomía regulatoria local**, que permite una mejor adaptación a los requerimientos de cada mercado.
- **Capacitación continua del equipo**, asegurando la aplicación de mejores prácticas y normativas actualizadas.
- **Protocolos claros ante auditorías y revisiones**, contribuyendo a la mitigación de riesgos regulatorios.

*“Durante 2025, no fuimos acreedores de ningún tipo de sanción o multa significativa por incumplimiento legal”*<sup>60</sup>

<sup>60</sup> Incluye aspectos laborales, medio ambiente, publicidad, etiquetado y calidad.





## ALIANZAS CON ORGANISMOS SECTORIALES E INTERNACIONALES

GRI 2-28

Como parte de nuestro **compromiso con la participación en la comunidad** y el fortalecimiento del entorno regulatorio, durante 2025 integramos diversos comités y grupos de trabajo especializados a nivel nacional e internacional.

A través de estas alianzas, colaboramos en el análisis y desarrollo de normativas que impactan directamente en la salud pública, la seguridad del consumidor(a) y la calidad de los productos.

Nuestra intervención técnica busca no solo representar los intereses del sector, sino también contribuir al desarrollo de marcos regulatorios más eficientes y en beneficio de la sociedad.

RESPONSABLE	ÁREA EN GENOMMA LAB	ORGANIZACIÓN	ENFOQUE DE LA PARTICIPACIÓN
Bradley Johnson		CHPA (Asociación de Fabricantes de Productos para el Cuidado de la Salud del Consumidor)	Este comité da seguimiento y representa a la industria en temas regulatorios federales y estatales relacionados con medicamentos de venta libre (OTC) y suplementos dietéticos. Entre los asuntos prioritarios se encuentran la reforma de la monografía de los OTC, la seguridad y eficacia de los ingredientes activos, así como la reautorización de la legislación federal aplicable a suplementos dietéticos.
Anabel Zárate / Oyuki Espinosa		Comisión de Asuntos Regulatorios de AFAMELA	La comisión da seguimiento a oportunidades para el desarrollo de medicamentos de libre venta en México y promueve lineamientos que contribuyan al autocuidado responsable.
Anabel Zárate / Oyuki Espinosa		Comisión de asuntos regulatorios de CANIFARMA	Esta comisión monitorea temas clave que afectan a los medicamentos en México y contribuye a agilizar la gestión de trámites regulatorios.
Francisco Jordana / Paloma Montserrat Romero Moya	Asuntos Regulatorios	Comité de Seguridad y Toxicología Regulatoria de la PCPC (Consejo de Productos de Cuidado Personal)	Monitoreo y cabildeo sobre normativas federales y estatales que afectan a los cosméticos, incluyendo la implementación de la ley MoCRA y seguridad de ingredientes.
Jennifer Josefina Pérez		CANIPEC (Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos)	Revisión de temas clave del sector como pruebas en animales, regulación de parabenos y aluminio, negociaciones de ALADI y estudios de calidad de PROFECO.
Jennifer Josefina Pérez / Oscar Ricardo Rodríguez		Comité de Asuntos Regulatorios de CASIC (Consejo de la Industria de Cosméticos, Aseo y Cuidado Personal de Latinoamérica)	Monitoreo de cambios regulatorios en Latinoamérica, incluyendo actualizaciones en MERCOSUR y la Comunidad Andina, promoviendo la armonización normativa del sector cosmético.
Lorena Pastor Bautista		COPECOH (Comité Técnico del Sector Cosmético en Perú)	Participación activa en reuniones del Comité para revisar y debatir actualizaciones regulatorias, como el nuevo Reglamento Técnico de Etiquetado de Cosméticos en la CAN.
Melina Symeoniñez		Comité de Asuntos Regulatorios de CAPC	Participación en el comité se materializa a través de la asistencia a reuniones plenarias de MERCOSUR, brindando soporte técnico a las autoridades en la actualización de listados de ingredientes cosméticos.
Fabio Gandra		Comités de la Cámara de la Industria de Higiene Personal, Perfumería y Cosméticos ABIPEC	Revisión de los cambios normativos del sector en Brasil.



## COMUNICACIÓN, MARKETING Y ETIQUETADO

GRI 3-3 Marketing responsable y etiquetado, 417-1; SASB HC-BP-270a.2

La satisfacción de nuestros consumidores(as) y sus intereses constituyen una base fundamental para el buen funcionamiento de la Compañía. Por ello, reconocemos la importancia de apegarnos a prácticas comerciales, de marketing y publicitarias justas, así como de garantizar la calidad y confiabilidad de los productos que ofrecemos.

Nos comprometemos a brindar información precisa, verificable y clara que sea suficiente para permitir a los consumidores(as) una toma de decisiones informada.

Nos abstenemos de realizar representaciones u omisiones, de llevar a cabo cualquier práctica engañosa, fraudulenta, o que de otro modo influya en la elección del consumidor(a) de forma que perjudique a los consumidores o a la competencia.

Este compromiso se encuentra formalizado a través de nuestra **Política Global de Publicidad y Comunicación.**

Adicionalmente, nos adherimos de manera voluntaria a los códigos de ética de las cámaras industriales en las que participamos, reforzando nuestra responsabilidad con una comunicación alineada a los más altos estándares del sector.

NOMBRE DEL CÓDIGO	PAÍS	ORGANISMO
Código de Autorregulación y Ética Publicitaria de Productos del Cuidado Personal y del Hogar	México	Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos en México (CANIPEC)
Código de Ética Publicitaria de la Asociación de Fabricantes de Medicamentos de Libre Acceso, A.C.	México	Asociación de Fabricantes de Medicamentos de Libre Acceso, A.C.
Código de Integridad, Ética y Transparencia de CETIFARMA	México	Consejo de Ética y Transparencia de la Industria Farmacéutica (CETIFARMA)
Código de Ética y Transparencia de ANDI	Colombia	Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI)
Advertising Practices for Nonprescription Medicines	Estados Unidos	Consumer Healthcare Products Association (CHPA)
Consumer Commitment Code	Estados Unidos	Personal Care Products Council (PCPC)
Código de Ética de CASIC	Latinoamérica	Consejo de la Industria de Cosméticos, Aseo Personal y Cuidado del Hogar de Latinoamérica (CASIC)
Código de Ética y Autorregulación Publicitaria de CASIC	Latinoamérica	Consejo de la Industria de Cosméticos, Aseo Personal y Cuidado del Hogar de Latinoamérica (CASIC)





## PUBLICIDAD RESPONSABLE

GRI 417-1

En concordancia con prácticas de publicidad justas y no engañosas, contamos con un equipo multidisciplinario encargado de revisar y aprobar cada uno de los claims utilizados en nuestras piezas de comunicación, asegurando que estén debidamente respaldados por estudios de seguridad y eficacia realizados durante el desarrollo de cada producto.

Además, y en alineación a nuestro Código de Conducta y Ética que establece principios claros para garantizar un marketing responsable, implementamos los siguientes mecanismos de control y cumplimiento, orientados a prevenir cualquier tipo de exageración, omisión o información engañosa sobre los beneficios de los productos, asegurando el cumplimiento regulatorio en cada país.



### Comité de Revisión de Materiales promocionales

Compuesto por especialistas en marketing, asuntos regulatorios, jurídico y dirección médica, que supervisa y aprueba todo el contenido antes de su difusión.



### Auditorías internas

Se realizan revisiones periódicas para evaluar el cumplimiento del código ético de comunicación y detectar posibles desviaciones en las campañas de marketing.



### Canales de denuncia y medidas disciplinarias

Contamos con un canal confidencial para reportar incumplimientos y, en caso de una infracción aplicar medidas disciplinarias proporcionales.



### Monitoreo continuo de cambios normativos

Asegurando que nuestras estrategias de marketing y publicidad se mantengan alineadas con las mejores prácticas y las regulaciones vigentes.

*+90% de las objeciones recibidas por autoridades en materia de WWpublicidad, fueron resueltas favorablemente.*





# ETIQUETADO TRANSPARENTE

GRI: 417-1, 417-2, 417-3

Comprometidos con la salud y seguridad de los y las consumidoras, garantizamos el cumplimiento de los estándares aplicables en materia de seguridad del producto, así como la provisión de información adecuada y clara.

Asimismo, cumplimos con las regulaciones nacionales e internacionales en todas nuestras categorías de producto. Contamos con un sistema integral de soporte, gestión y revisión de etiquetado que nos permite asegurar el

cumplimiento normativo y la trazabilidad de la información incluida en nuestros empaques, fortaleciendo la protección al consumidor(a) y una comunicación responsable.

## Proceso de etiquetado:



### RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

El departamento de Desarrollo, así como proveedores certificados, proporcionan información sobre los ingredientes, su origen, propiedades y especificaciones, garantizando su trazabilidad.

### DISEÑO DE ETIQUETAS

Incorporamos la información requerida por la normativa aplicable, así como cualquier otra información relevante para el consumidor, asegurando que sea accesible y comprensible.

### REVISIÓN NORMATIVA

Nuestro equipo de Asuntos Regulatorios y Dirección Médica verifica que el contenido de las etiquetas cumpla con las normativas locales e internacionales vigentes, como regulaciones de salud y seguridad.

### VALIDACIÓN CIENTÍFICA Y TÉCNICA

El departamento Médico y los equipos de Innovación & Desarrollo analiza la veracidad de la información técnica y científica en las etiquetas.

### REVISIÓN Y APROBACIÓN

Un equipo multidisciplinario revisa las etiquetas y materiales de publicidad antes de su impresión o publicación.

### ACTUALIZACIÓN CONTINUA

Implementamos un monitoreo continuo y activo de cambios normativos, así como de descubrimientos científicos que puedan impactar la información del etiquetado.

### COMUNICACIÓN AL CONSUMIDOR

Comunicamos la información del producto de forma clara y accesible a través del etiquetado, materiales informativos y canales digitales, facilitando su comprensión por parte del consumidor.

*En 2025 no contamos con incumplimientos relacionados al etiquetado y marketing de productos.*



## AVANCES DE NUESTRAS UNIDADES DE NEGOCIO 2025

### BU Novamil

Fortalecimos nuestro modelo de comunicación con un enfoque educativo, basado en evidencia científica y colaboración con especialistas en nutrición infantil.

### BU Bebidas isotónicas

Establecimos rutas de éxito fundamentadas en estudios de mercado como BHT y U&A, diseñadas para responder a las necesidades del consumidor en cada etapa del ciclo de marca.

### BU Personal Care

Nuestro modelo de comunicación y marketing evolucionó hacia un enfoque más digital y la segmentación de audiencias, orientado a maximizar el retorno de inversión (ROI) y fortalecer la conexión emocional con nuestras audiencias.





# ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

## Resultados consolidados para el año 2025

### VENTAS NETAS 2025

Las ventas netas durante 2025 alcanzaron \$17,541 millones de pesos, en comparación con \$18,606 millones de pesos en 2024. Esta variación refleja un desempeño más moderado frente al año anterior, en un contexto retador para algunas categorías y mercados relevantes para la Compañía.

Aun con esta disminución, la operación internacional continuó teniendo un peso relevante en el negocio. Al cierre de 2025, las ventas realizadas por subsidiarias en el extranjero representaron aproximadamente 55% de las ventas netas consolidadas, frente a 52% en 2024 y 51% en 2023, lo que confirma la importancia de los mercados fuera de México dentro de la estructura comercial de la Compañía.

Este comportamiento muestra, por un lado, una mayor participación relativa de la operación internacional en las ventas consolidadas y, por otro, la necesidad de seguir fortaleciendo la ejecución comercial y el desempeño del portafolio en los distintos mercados donde operamos.

Es importante destacar que el desempeño de las ventas ha estado condicionado por factores externos ajenos a nuestra gestión operativa, especialmente por el contexto macroeconómico en Argentina, mercado que opera bajo un escenario de hiperinflación y marcada depreciación cambiaria.

Adicionalmente, la elevada exposición internacional de Genomma, con más del 50 % de sus ingresos generados en el exterior, incrementa de manera significativa la sensibilidad frente a la volatilidad de los tipos de cambio, impactando directamente en los resultados consolidados.

### UTILIDAD BRUTA 2025

La utilidad bruta alcanzó \$11,022 millones de pesos durante 2025, en comparación con \$11,931 millones de pesos en 2024. Esta variación refleja un entorno más retador en ventas y una menor absorción operativa frente al año anterior.

Aun con esta disminución, la Compañía mantuvo un enfoque disciplinado en la gestión de costos y en la ejecución de iniciativas de productividad, buscando proteger la rentabilidad del negocio y sostener una estructura operativa eficiente.





## GASTOS GENERALES, DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN 2025

Los gastos generales, de venta y administración ascendieron a \$6,951 millones de pesos durante 2025, en comparación con \$7,707 millones de pesos en 2024.

Esta disminución refleja una mayor disciplina en la gestión del gasto y una ejecución más eficiente en rubros operativos, comerciales y administrativos.

La evolución de este indicador muestra el efecto de las acciones implementadas para optimizar la estructura de costos y mejorar la eficiencia del negocio.

Los gastos de venta, generales y de administración representan una proporción significativa de las ventas de Genomma Lab, situándose en aproximadamente 39.6% en 2025, 41.4% en 2024 y 38.7% en 2023. Esto refleja una estructura de costos operativos elevada, consistente con el modelo de negocio de la empresa, que requiere fuertes inversiones en publicidad, comercialización y posicionamiento de marca. No obstante, se observa una ligera mejora en 2025, donde estos gastos disminuyen como porcentaje de las ventas, lo que sugiere avances en eficiencia operativa.

En conjunto, aunque los gastos siguen siendo altos, su comportamiento indica cierto control y optimización en el último año.

## EBITDA 2025

En 2025, el EBITDA disminuyó ligeramente en 4.0%, en línea con la caída en ventas y utilidad operativa registrada durante el año. Sin embargo, desde una perspectiva operativa, el negocio continúa mostrando un sólido desempeño.

El EBITDA totalizó \$4,101 millones de pesos mexicanos en el año completo 2025, reflejando la capacidad de la Compañía para mantener su rentabilidad operativa en un entorno de ventas más desafiante. Este resultado fue impulsado por disciplina en costos, eficiencias operativas y una gestión enfocada en productividad a lo largo del año.

## RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO 2025

El resultado integral de financiamiento ascendió a un gasto de \$1,326 millones de pesos mexicanos en 2025, en comparación con \$1,031 millones de pesos mexicanos en 2024.

Este incremento se presentó a pesar de un menor gasto financiero neto por intereses, debido a mayores pérdidas cambiarias no monetarias, principalmente relacionadas con una depreciación de 42% del peso argentino.



## DEUDA FINANCIERA NETA 2025

Al cierre de 2025, la deuda financiera neta totalizó \$4,495 millones de pesos mexicanos. Este resultado se compone de una deuda total de \$7,569 millones de pesos mexicanos y un saldo de efectivo y equivalentes de efectivo de \$3,073 millones de pesos mexicanos.

La posición de deuda de la Compañía refleja una estructura de financiamiento que se mantiene en niveles manejables en relación con su capacidad operativa para generar flujo de efectivo.

## RAZÓN DE DEUDA NETA A EBITDA

El EBITDA de 2025 totalizó \$4,101 millones de pesos mexicanos. Como resultado, la razón de deuda neta a EBITDA cerró en 1.10x.

Este nivel de apalancamiento refleja una posición financiera consistente con la capacidad operativa del negocio y brinda flexibilidad para administrar obligaciones financieras y prioridades de capital.

### DN/EBITDA:

1.10x

## FLUJO LIBRE DE EFECTIVO DE OPERACIONES 2025

En 2025, el flujo neto de efectivo generado por actividades de operación totalizó \$2,054 millones de pesos mexicanos. Este resultado refleja la capacidad de la Compañía para convertir sus operaciones en generación de efectivo y mantener una posición financiera funcional para atender las necesidades del negocio.

La generación de efectivo operativo continuó siendo un factor clave para respaldar las operaciones de la Compañía, la administración de deuda y otras decisiones de asignación de capital.

## PRINCIPALES RATIOS FINANCIEROS

Al cierre de 2025, los principales indicadores disponibles se ubicaron en los siguientes niveles:

### UPA (utilidad por acción de operaciones continuas):

\$1.61 pesos

## COBERTURA DE ANALISTAS 2025

Al cierre del 31 de diciembre de 2025, "LABB" contaba con cobertura de 8 analistas del lado de venta pertenecientes a las siguientes casas de bolsa: Actinver Casa de Bolsa, Banco Itaú BBA, BBVA Bancomer, BTG Pactual US Capital, GBM Grupo Bursátil Mexicano, Grupo Financiero Banorte, J.P. Morgan Securities y Monex Grupo Financiero.



# ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS POR LOS AÑOS QUE TERMINARON EL 31 DE DICIEMBRE DE 2025, 2024 Y 2023, E INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES DEL 12 DE ABRIL DE 2026.

Para consultar la información oficial auditada que se reportó a la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) en el Anexo N y en la sección de la emisora en la página de la BMV, favor de consultar el siguiente enlace:



**Genomma Lab.**  
Internacional



# ANEXOS ASG





# ANEXO 1: GRUPOS DE INTERÉS




GRI 2-29

Creemos que la construcción de relaciones sólidas, transparentes y de largo plazo nos permite identificar expectativas relevantes, fortalecer la toma de decisiones

y avanzar de manera consistente en el cumplimiento de nuestros objetivos estratégicos. A través de distintos mecanismos de diálogo y comunicación, fomentamos la

colaboración y el intercambio continuo con nuestros grupos de interés, reconociendo las necesidades y prioridades específicas de cada uno.

## GRUPOS DE INTERÉS, PROPUESTA DE VALOR Y CANALES DE COMUNICACIÓN

GRUPO DE INTERÉS	PROPUESTA DE VALOR	PREOCUPACIONES IDENTIFICADAS	CANALES DE COMUNICACIÓN
 <b>COLABORADORES(AS)</b>	Ofrecer oportunidades para el desarrollo personal y profesional, promoviendo un entorno de trabajo inclusivo, respetuoso y alineado con los principios de igualdad de oportunidades, diversidad, bienestar laboral y respeto a los derechos humanos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultura empresarial</li> <li>• Clima organizacional</li> <li>• Capacitación</li> <li>• Programas y beneficios para colaboradores y sus familias</li> <li>• Bienestar físico y mental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación interna</li> <li>• Plataforma social "GEN APP"</li> <li>• Encuesta anual de clima organizacional</li> <li>• Línea ética de atención "GEN Te Escucha"</li> <li>• Sesiones de <i>Town Hall</i> globales y por país</li> </ul>
 <b>INVERSIONISTAS</b>	Generar valor económico a través de una gestión financiera sólida y transparente, identificando riesgos y oportunidades, y comunicando de manera clara el desempeño financiero y ASG de la Compañía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempeño financiero de la Compañía</li> <li>• Comportamiento de la acción</li> <li>• Divulgación y desempeño en materia de sostenibilidad</li> <li>• Gestión de riesgos y oportunidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación directa con el área de Relación con Inversionistas</li> <li>• Reuniones periódicas</li> <li>• Llamadas de presentación de resultados</li> <li>• Informes financieros trimestrales</li> <li>• Página web de relación con inversionistas</li> <li>• Informe Anual</li> <li>• Difusión de eventos relevantes</li> <li>• Boletines de prensa</li> </ul>
 <b>CLIENTES Y CONSUMIDORES(AS)</b>	Contribuir a la salud y el bienestar mediante productos accesibles, seguros y de calidad, fortaleciendo relaciones comerciales basadas en la confianza y el cumplimiento de estándares éticos y sociales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio y calidad de los productos</li> <li>• Entregas eficientes</li> <li>• Cumplimiento de estándares éticos y sociales</li> <li>• Responsabilidad del entorno</li> <li>• Reacciones adversas o eventos asociados al uso de productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación directa con representantes de ventas</li> <li>• Línea de atención a clientes</li> <li>• Línea ética de atención "GEN Te Escucha"</li> <li>• Página web</li> <li>• Línea de atención a consumidores(as)</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Línea de farmacovigilancia</li> <li>• Tecnovigilancia y cosmetovigilancia</li> </ul>



GRUPO DE INTERÉS	PROPUESTA DE VALOR	PREOCUPACIONES IDENTIFICADAS	CANALES DE COMUNICACIÓN
 <p><b>PROVEEDORES Y SOCIOS COMERCIALES</b></p>	<p>Desarrollar relaciones de colaboración basadas en estándares de calidad, cumplimiento normativo y buenas prácticas, asegurando la continuidad operativa y una relación financiera responsable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cadena de suministro eficiente y sostenible</li> <li>• Ética y cumplimiento legal</li> <li>• Calidad de productos y servicios</li> <li>• Alineación con valores y políticas de la Compañía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación directa con representantes de compras</li> <li>• Portal para proveedores</li> <li>• Línea ética de atención "GEN Te Escucha"</li> </ul>
 <p><b>COMUNIDADES</b></p>	<p>Generar un impacto positivo en las comunidades donde operamos, a través de iniciativas que favorezcan el acceso a la salud, el bienestar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diálogo abierto con comunidades cercanas a las operaciones</li> <li>• Responsabilidad y compromiso con el entorno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación directa con el área de responsabilidad social y sostenibilidad</li> <li>• Línea ética de atención "GEN Te Escucha"</li> <li>• Diálogo con comunidades cercanas</li> <li>• Iniciativas sociales</li> <li>• Voluntariado</li> <li>• Programas de Fundación Genomma Lab Internacional</li> </ul>
 <p><b>AUTORIDADES</b></p>	<p>Garantizar el cumplimiento normativo aplicable a nuestros productos y operaciones en los países donde operamos, fortaleciendo una relación institucional basada en la legalidad y la transparencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética y cumplimiento legal</li> <li>• Cultura de legalidad</li> <li>• Prácticas laborales</li> <li>• Desempeño ambiental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación directa con el área de asuntos regulatorios</li> <li>• Comunicación directa con el área jurídica</li> <li>• Comunicación directa con el área fiscal</li> </ul>
 <p><b>ONG'S Y ORGANIZACIONES CIVILES</b></p>	<p>Establecer alianzas estratégicas que impulsen iniciativas con impacto positivo en comunidades y grupos vulnerables, alineadas con objetivos sociales y de bienestar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempeño de la Compañía en materia de sostenibilidad</li> <li>• Construcción de alianzas para impulsar el desarrollo del entorno</li> <li>• Accesibilidad a programas de bienestar y salud</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación directa con el área de responsabilidad social y sostenibilidad</li> <li>• Programas de Fundación Genomma Lab Internacional</li> <li>• Página web</li> <li>• Informe Anual</li> </ul>
 <p><b>ORGANISMOS MULTILATERALES Y CÁMARAS SECTORIALES</b></p>	<p>Fomentar relaciones de largo plazo orientadas al intercambio de mejores prácticas y al fortalecimiento de estándares en los sectores donde participamos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compromiso y responsabilidad de la Compañía con el entorno</li> <li>• Ética y cumplimiento legal</li> <li>• Desempeño ambiental</li> <li>• Impulso de mejores prácticas en la industria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación directa con las áreas de relación con inversionistas, jurídica, responsabilidad social y sostenibilidad y asuntos regulatorios</li> <li>• Reuniones periódicas</li> <li>• Conferencias y foros anuales</li> <li>• Comités y grupos de trabajo especializados</li> </ul>



# ANEXO 2. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD Y ESTRATEGIA ASG

GRI 3-1; 3-2 IFRS S1; GES<sup>61</sup>

Con el propósito de integrar la sostenibilidad en la estrategia del negocio y fortalecer la toma de decisiones, durante 2023 y el primer trimestre de 2024 se llevó a cabo la actualización de nuestro ejercicio de materialidad bajo un enfoque de doble materialidad<sup>62</sup>. Este análisis permitió identificar y priorizar los temas en las dimensiones ASG más relevantes considerando, de manera simultánea, los impactos que generan nuestras operaciones y los riesgos y oportunidades que pueden influir en el desempeño financiero y la creación de valor de la Compañía.

El ejercicio se desarrolló a partir de un análisis estructurado de tendencias ambientales, sociales y de gobernanza, así

como de la revisión de marcos y estándares internacionales especializados. Entre las referencias consideradas se encuentran los lineamientos del *Global Reporting Initiative* (GRI), el marco sectorial del *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB) y mapas de materialidad elaborados por S&P Global, lo que permitió contextualizar los resultados dentro de las expectativas del sector.

Como resultado, se definió un universo preliminar de temas potencialmente materiales y se identificaron sus principales impactos, riesgos y oportunidades (IROs), proporcionando una visión integral de los factores ASG relevantes para la Compañía.

La metodología aplicada se alineó con las recomendaciones vigentes de GRI para la evaluación de impactos, así como con los criterios establecidos en la Norma Internacional de Información no Financiera S1 del *International Financial Reporting Standards* (IFRS), publicada en 2023.

*Este enfoque permitió consolidar matrices que reflejan los temas prioritarios desde la perspectiva de impacto y relevancia financiera, bajo un esquema de doble materialidad.*

## PROCESO DE LA DOBLE MATERIALIDAD

1.

### IDENTIFICACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE TEMAS POTENCIALES

Se analizaron tendencias ASG, referencias sectoriales y estándares internacionales con el fin de conformar un listado inicial de temas relevantes para el contexto operativo y estratégico de la Compañía.

2.

### ANÁLISIS DE IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES (IROS)

Para cada tema identificado, se evaluaron los impactos positivos y negativos, así como los riesgos y oportunidades asociados a la operación, la cadena de valor y el entorno regulatorio.

3.

### EVALUACIÓN INTERNA Y PRIORIZACIÓN

En la materialidad de impacto, se consideraron los criterios de escala, alcance, probabilidad y carácter remediable. Para impactos positivos, se analizaron los criterios de escala, alcance y probabilidad.

En el caso de riesgos y oportunidades, se evaluaron la probabilidad de ocurrencia y su impacto potencial en la capacidad financiera de la Compañía, en línea con IFRS S1.

4.

### PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

Se incorporaron perspectivas de colaboradores(as), proveedores, organizaciones de la sociedad civil y clientes, con el objetivo de enriquecer el análisis y fortalecer la priorización de los temas evaluados.

5.

### VALIDACIÓN Y APROBACIÓN

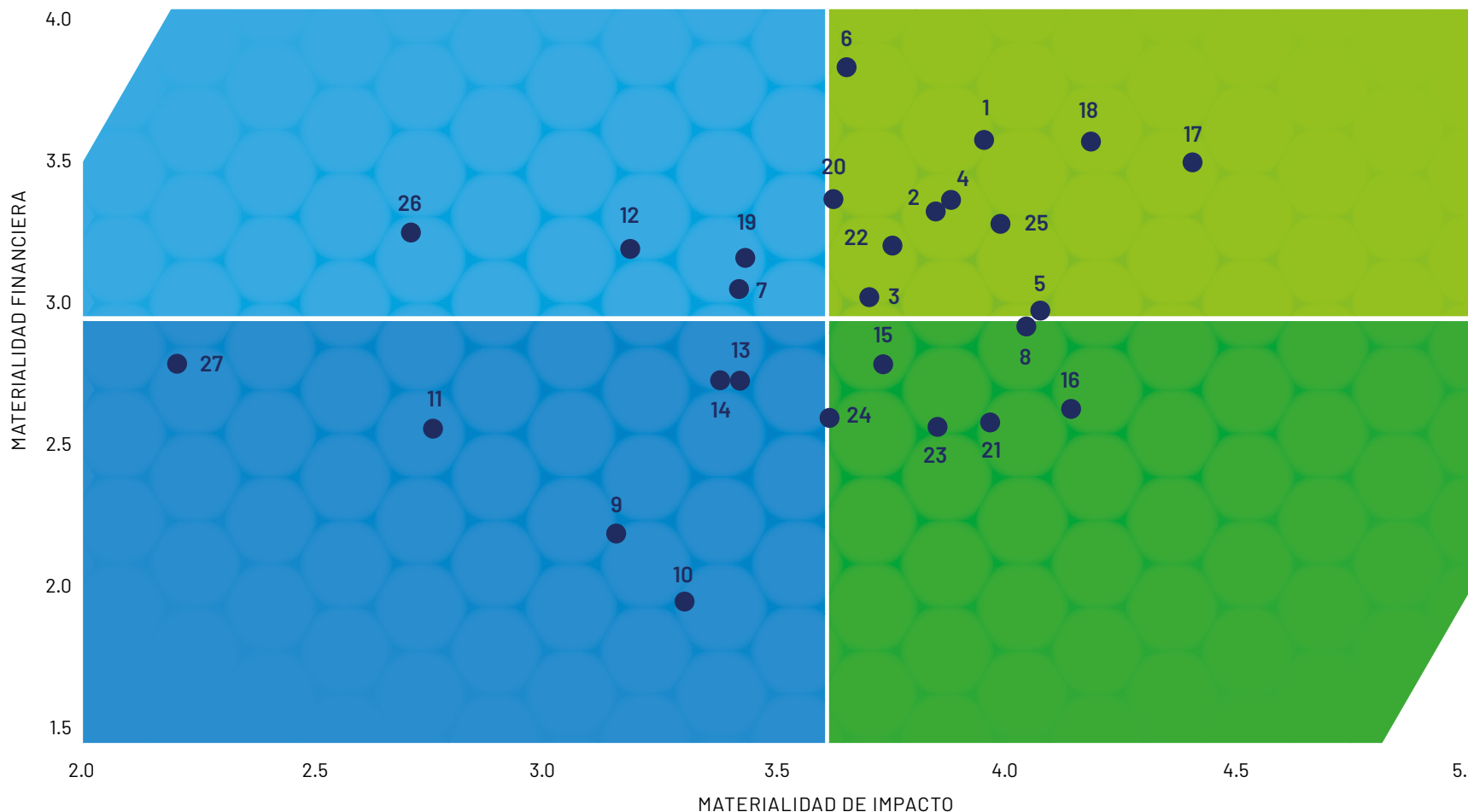
Los resultados del ejercicio fueron revisados por la alta dirección y aprobados por el Consejo de Administración. Adicionalmente, el proceso contó con la verificación de un tercero independiente.

61 Gestión del riesgo: damos cumplimiento a los apartados 43 y 44 de la NIIF S1.

62 La Compañía actualiza su análisis de materialidad cada dos años. Por ello, durante el segundo semestre de 2026 se llevará a cabo la actualización del ejercicio.



### MATRIZ DE DOBLE MATERIALIDAD



#### TEMAS DOBLEMENTE MATERIALES

- 17 Desempeño económico
- 18 Relación con inversionistas
- 1 Soluciones circulares
- 25 Impactos físicos y riesgos del cambio climático
- 4 Salud y bienestar del consumidor
- 2 Seguridad y calidad de productos
- 22 Gestión del agua
- 3 Trazabilidad
- 6 Gestión responsable de la cadena de valor
- 5 Accesibilidad y asequibilidad
- 20 Negocio responsable

#### TEMAS FINANCIERAMENTE MATERIALES

- 19 Relación con autoridades
- 16 Marketing responsable y etiquetado
- 21 Atracción y retención del talento
- 26 Gestión de impactos ambientales en la cadena de valor

#### TEMAS MATERIALES DE IMPACTO

- 8 Innovación de productos e investigación
- 16 Gobierno corporativo
- 21 Gestión de emisiones
- 15 Ética y corrupción
- 23 Gestión energética

#### TEMAS POTENCIALMENTE MATERIALES

- 24 Biodiversidad y deforestación
- 13 Salud y seguridad de los colaboradores (as)
- 14 Inclusión social
- 10 Diversidad e inclusión
- 9 Ciberseguridad
- 11 Protección a los derechos humanos
- 27 Gestión de residuos



# PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES

IFRS S1; GOB<sup>63</sup>

Los temas materiales identificados fueron revisados y aprobados por el Consejo de Administración, el cual delegó al Subcomité de Sostenibilidad Global la atención de los asuntos sociales, ambientales y económicos. A continuación, se describe la gestión de algunos de los principales IROS identificados, así como su vinculación con la estrategia ASG y la matriz de doble materialidad.

## RIESGOS Y OPORTUNIDADES IFRS S1 EST<sup>64</sup>; MET<sup>65</sup>



63 Gobernanza: Se da cumplimiento al requisito 27 de la NIIF S1

64 Estrategia

65 Métricas



## Gestión de la cadena de valor

Riesgo

### Riesgo reputacional y regulatorio

#### DESCRIPCIÓN DEL RIESGO U OPORTUNIDAD

La operación con una cadena de suministro extendida y diversificada incrementa la exposición a posibles incumplimientos por parte de proveedores en materia social, ambiental o de gestión ética.

#### RELEVANCIA PARA LA COMPAÑÍA

Incumplimientos en prácticas laborales o ambientales pueden afectar la continuidad operativa, la reputación de la Compañía y la disponibilidad de productos en distintos mercados.

#### RESPUESTA ESTRATÉGICA

Implementamos procesos de identificación de proveedores Tier 1 críticos para el negocio, así como esquemas de capacitación y autoevaluación en prácticas ASG en los países donde operamos.

#### Métrica y objetivo relacionados al riesgo u oportunidad

Porcentaje de proveedores Tier 1 capacitados y/o autoevaluados en el Programa de Sostenibilidad para Proveedores.

#### Meta a 2022

Para 2022, el 100% de nuestra cadena de suministro global (proveedores Tier 1) será evaluada en el marco del Programa de Sostenibilidad para Proveedores.

#### Progreso sobre el objetivo a 2025

México: 26.6%  
Argentina: 100%

Brasil: 100%  
Colombia: 100%

Perú: 100%  
EE. UU.: 100%



## Impacto físicos y riesgos del cambio climático

Riesgo

### DESCRIPCIÓN DEL RIESGO U OPORTUNIDAD

El aumento en la frecuencia e intensidad de eventos climáticos extremos incrementa la probabilidad de interrupciones en el suministro eléctrico del Complejo Industrial San Cayetano.

### RELEVANCIA PARA LA COMPAÑÍA

Las interrupciones operativas derivadas de estos eventos pueden generar incrementos en costos, retrasos en la producción y afectaciones a la continuidad del negocio.

### RESPUESTA ESTRATÉGICA

Se desarrollan capacidades de cogeneración energética en el Complejo Industrial San Cayetano, con el objetivo de fortalecer la resiliencia operativa y reducir la dependencia del suministro eléctrico externo.

**Métrica y objetivo relacionados al riesgo u oportunidad**

Porcentaje de energía eléctrica generada mediante procesos de cogeneración.

**Meta a 2025**

Para 2025, el 50% de la energía eléctrica consumida en el Complejo Industrial San Cayetano será energía generada por cogeneración.

### Progreso sobre el objetivo a 2025

Mantenimientos correctivos y preventivos, así como avance con la autoridad correspondiente en la presentación de requerimientos normativos





## IMPACTOS

GRI 3-3 Impactos físicos y riesgos del cambio climático

### Accesibilidad y asequibilidad

#### DESCRIPCIÓN DEL IMPACTO IDENTIFICADO

Fortalecimiento de las capacidades técnicas y comerciales de profesionales farmacéuticos(as) a través del programa Gen Expertos, con el objetivo de mejorar la calidad de la asesoría brindada a consumidores(as) y clientes, facilitando el acceso informado a medicamentos de libre venta y productos de cuidado personal.

#### TIPO DE IMPACTO

Positivo

#### CAUSA OPERATIVA DEL IMPACTO

Operaciones (más del 50% de las operaciones del negocio involucradas)

#### MÉTRICA OPERATIVA DE DONDE SE ORIGINA EL IMPACTO

Número de vendedores(as) a nivel global con procesos de selección y capacitación especializada para asesorar a farmacias en temas de venta, dolencias y formulaciones.

#### GRUPOS DE INTERÉS IMPACTADOS

Consumidores(as) y clientes

**Métrica de impacto cuantitativa** 13,500 farmacias y tiendas beneficiadas en 2025

#### Meta a 2025

Para 2025, el 50% de la energía eléctrica consumida en el Complejo Industrial San Cayetano será energía generada por cogeneración.

#### Evaluación del impacto

Las farmacias y tiendas que participan en el programa Gen Expertos presentan, de manera general, una mejora en su desempeño comercial, derivada del fortalecimiento de capacidades técnicas y de atención al cliente.





## Inclusión social

### DESCRIPCIÓN DEL IMPACTO IDENTIFICADO

Contribución al bienestar de poblaciones vulnerables y comunidades afectadas por desastres naturales mediante programas de donación de medicamentos de libre venta y productos de cuidado personal.

### TIPO DE IMPACTO

Positivo

### CAUSA OPERATIVA DEL IMPACTO

Productos

### GRUPOS DE INTERÉS IMPACTADOS

Sociedad y comunidades donde operamos

### MÉTRICA OPERATIVA DE DONDE SE ORIGINA EL IMPACTO

Número de organizaciones beneficiadas por donaciones y número de productos (SKUs) destinados a programas de apoyo social.

**Métrica de impacto cuantitativa** +3,000,000 de personas beneficiadas desde 2019

### Evaluación del impacto

El acceso a medicamentos y productos de cuidado personal contribuye a mejorar las condiciones de bienestar de familias y comunidades locales en los países donde operamos, especialmente en contextos de vulnerabilidad o emergencia.



# ANEXO 3: ASOCIACIONES SECTORIALES

GRI 2-28

Mantenemos un firme compromiso con la transparencia y la participación responsable en asociaciones, cámaras y organismos sectoriales. Todas las contribuciones realizadas corresponden exclusivamente al pago de membresías a asociaciones y cámaras industriales. La vinculación con estas organizaciones tiene como objetivo fomentar el intercambio de información, el análisis de tendencias regulatorias y la actualización continua sobre cambios normativos relevantes para la industria.

Así mismo, la participación en asociaciones sectoriales nos permite contribuir al diálogo técnico y colaborar con autoridades y otros actores para promover marcos regulatorios viables, equitativos y alineados con las mejores prácticas internacionales, en beneficio de la Compañía y de nuestros grupos de interés.

Es importante señalar que no realizamos contribuciones a organizaciones políticas, iniciativas de votación ni actividades de cabildeo relacionadas con la fijación de precios de medicamentos u otros temas similares.

ASOCIACIÓN U ORGANIZACIÓN	PAÍS	INVERSIÓN (USD)	ASOCIACIÓN U ORGANIZACIÓN	PAÍS	INVERSIÓN (USD)
Asociación de Fabricantes de Medicamentos de Libre Acceso (AFAMELA)	México	\$38,496	Cámara de la Industria Cosmética de Chile	Chile	\$8,000
Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica (CANIFARMA)	México	\$63,675	Asociación Colombiana de Ciencia y Tecnología Cosmética (ACCYTEC)	Colombia	\$255
Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos (CANIPEC)	México	\$57,650	Punto Azul (posconsumo y envases y empaque)	Colombia	\$12,149
Cámara Argentina de Productores de Especialidades Medicinales de Venta Libre (CAPEMVEL)	Argentina	\$54,700	Cámara de la Industria Farmacéutica y de la Asociación Nacional de Empresarios (ANDI)	Colombia	\$24,026
Cámara Argentina de la Industria de Cosmética y Perfumería (C.A.P.A.)	Argentina	\$18,000	Asociación de Fabricantes de Productos para el Cuidado e Higiene Personal y del Hogar	República Dominicana	\$1,425
Cámara Nacional de Comercio	Bolivia	\$147	Asociación Ecuatoriana de Empresas de Productos Cosméticos, de Higiene Doméstica y Absorbentes (PROCOSMÉTICOS)	Ecuador	\$3,500
Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC)	Brasil	\$11,500	Asociación de Productos de Cuidado Personal y del Hogar (CHPA)	Estados Unidos	\$60,000
Associação Brasileira da Indústria de Produtos para o Autocuidado em Saúde (ACESSA)	Brasil	\$20,325	Cámara de Comercio de Lima	Perú	\$3,473
Cámara de Medicamentos de Venta Directa (CAMEVED)	Chile	\$13,750	<b>Total</b>		<b>\$391,342</b>



# ANEXO 4. ÍNDICES, RECONOCIMIENTOS, INICIATIVAS Y RANKINGS

Formamos parte de iniciativas, certificaciones, índices y reconocimientos que reflejan la solidez de nuestro desempeño y nuestra alineación con estándares internacionales en materia ASG.

Estas adhesiones respaldan el compromiso de Genomma Lab Internacional con una gestión responsable y con la generación de valor sostenible en nuestras operaciones, la sociedad y las comunidades donde operamos.

## ÍNDICES

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

Orgullosamente pertenecemos al **Dow Jones Sustainability Index**, un índice que evalúa el desempeño en sostenibilidad de empresas que cotizan en bolsa, considerando criterios ambientales, sociales y de gobernanza.

**MSCI**  
ESG RATINGS



CCC B BB BBB A AA AAA

Recibimos una calificación de **"A"** en el **MSCI ESG Rating**, lo que refleja nuestro desempeño en la gestión de riesgos ASG y nuestro esfuerzo continuo por fortalecer prácticas responsables.

## RECONOCIMIENTOS



En **2022**, nuestro Complejo Industrial obtuvo la **Certificación EDGE**, impulsada por el **Banco Mundial**, que reconoce la eficiencia en el uso de recursos y la incorporación de criterios de sostenibilidad desde su diseño y construcción.



Por **19º año consecutivo**, el **Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)** nos otorgó el **Distintivo ESR**, en reconocimiento a nuestro desempeño en responsabilidad social, ética empresarial y sostenibilidad.



Fuimos reconocidos por **Human Rights Campaign** como uno de los Mejores Lugares para Trabajar LGBTQ+, reflejando nuestro compromiso con la inclusión y el respeto a la diversidad. Este reconocimiento se obtuvo por quinto año en México y por tercer año consecutivo en Argentina.



En 2025, obtuvimos la **Certificación EDGE Assess** y la **Certificación EDGEplus**, reafirmando nuestro compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión como pilares de nuestra cultura organizacional. Este logro nos posiciona como la primera organización del sector salud en México en alcanzar la Certificación EDGE, consolidando nuestro liderazgo en la industria.



## INICIATIVAS EN SOSTENIBILIDAD



Somos participantes del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde 2011** como reflejo de nuestro compromiso con la adopción de principios universales en materia de derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción.

WOMEN'S  
EMPOWERMENT  
PRINCIPLES



Sign the #WEPs today!  
weps.org

Respaldamos los **Principios de Empoderamiento de las Mujeres (WEPs)**, una iniciativa impulsada por **ONU Mujeres y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas**, que orienta a las empresas en la promoción del liderazgo, la igualdad de oportunidades y la participación de las mujeres en el ámbito laboral y social.



Participamos en **CDP**, una iniciativa internacional que evalúa y promueve la transparencia corporativa en materia de cambio climático, gestión del agua y protección de los bosques, fortaleciendo la divulgación y la gestión de impactos ambientales relevantes. En 2025, obtuvimos una calificación de C en clima y B en bosques.



Participamos activamente en el **Comité de Sostenibilidad de la BMV** y en el **Programa de Acompañamiento Sostenible (PAS)**, impulsando el desarrollo de cadenas de suministro más sostenibles a través del acompañamiento a nuestros proveedores.



Impulsamos la conservación de la biodiversidad mediante nuestra alianza con **UBEEES por la Biodiversidad**.

## RANKINGS



La revista Expansión reconoció nuestras prácticas de ética y transparencia al incluirnos en el ranking 500 Empresas contra la Corrupción<sup>1</sup>.



En 2025 fuimos seleccionados para formar parte de dos importantes rankings de Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), que evalúa la reputación de las empresas desde el año 2000. Nos posicionamos en Merco Empresas, Merco Líderes y Merco Talento.



<sup>1</sup> Para el listado completo consultar: [link](#)



# ANEXO 5. PRINCIPALES INDICADORES ASG

## DESEMPEÑO AMBIENTAL

### Energía

GRI 302-1, 302-2, 302-3, 302-4

#### Consumo de energía dentro de la organización<sup>66</sup>

	2021	2022	2023 <sup>67</sup>	2024	2025	Δ (%) 25-24
<b>Electricidad</b>						
MWh <sup>68</sup>	7,024.15	9,289.92	12,131.65	13,034.49	12,922.19	-0.86%
GJ	25,286.94	33,443.79	43,673.92	46,924.17	46,519.87	-0.86%
<b>Gas Natural</b>						
MWh <sup>69</sup>	7,712.00	11,652.96	13,549.01	14,840.43	16,370.87	10.31%
GJ	27,763.19	41,950.65	48,776.45	53,425.54	58,935.14	10.31%
<b>Diésel</b>						
MWh <sup>70</sup>	1,374.08	1,070.64	1,229.86	1,041.69	810.14	-22.23%
GJ	4,946.68	3,854.29	4,427.50	3,750.09	2,916.50	-22.23%
<b>Gasolina</b>						
MWh <sup>71</sup>	4,687.91	354.04	639.73	585.16	613.51	4.84%
GJ	1,302.2	1,274.53	2,303.02	2,106.59	2,208.62	4.84%
<b>Total MWh</b>	<b>20,798.14</b>	<b>22,367.56</b>	<b>27,550.24</b>	<b>29,501.77</b>	<b>30,716.71</b>	<b>4.12%</b>
<b>Total GJ</b>	<b>59,299.01</b>	<b>80,523.26</b>	<b>99,180.89</b>	<b>106,206.39</b>	<b>110,580.13</b>	<b>4.12%</b>

66 El alcance de la información comprende todos los sitios operativos en México, incluyendo el Complejo Industrial San Cayetano en México, lo cual considera las plantas de producción de OTC y de productos de cuidado personal y bebidas isotónicas, así como las oficinas corporativas y la planta productiva ubicada en Ciudad de México llamada Playa Langosta.

67 GRI 2-4: La información fue actualizada este 2024. En el caso de los consumos por electricidad, en 2023 solo se contemplaba únicamente el Complejo Industrial San Cayetano. Este año, la información de 2023 comprende el Complejo Industrial, el corporativo Samara, así como el sitio productivo de Playa Langosta. Los consumos de Gas Natural y Diésel tienen como alcance el Complejo Industrial San Cayetano. Los consumos de Gasolina incluyen las unidades propias de transporte y autos de servicio del corporativo Samara y el Complejo Industrial.

68 La información referente a los consumos de electricidad comprende las ubicaciones del corporativo Samara, el Complejo Industrial San Cayetano, Playa Langosta y Playa Pichilingue.

69 El alcance de la información comprende las plantas de manufactura de OTC y PC del Complejo Industrial San Cayetano.

70 El alcance la información comprende únicamente las plantas de manufactura OTC y PC del Complejo Industrial San Cayetano.

71 El alcance la información comprende únicamente unidades propias de transporte y autos de servicio del Corporativo Samara y el Complejo Industrial San Cayetano.

#### Consumo de energía fuera de la organización<sup>72</sup> (GJ)

	2021	2022	2023	2024	2025	Δ (%) 25-24
Diesel para transporte y distribución upstream <sup>73</sup>	10,459.47	6,172.22	6,438.78	3,187.51	3,890.30	22.05%
Diesel para transporte y distribución downstream <sup>74</sup>	64,697.40	68,670.62	72,827.93	65,003.87	53,382.03	-17.88%
Gasolina para transporte y distribución upstream	391.18	103.53	340.01	91.58	78.45	-14.34%
Gasolina para transporte y distribución downstream	1,399.89	2,209.40	1,798.93	663.53	1,164.72	75.53%
Diesel para transporte de colaboradores <sup>75</sup>	S/I	S/I	2,347.81	2,089.19	4,824.06	130.91%
<b>Total</b>	<b>76,947.94</b>	<b>77,155.77</b>	<b>83,753.46</b>	<b>71,035.68</b>	<b>63,339.56</b>	<b>-10.83%</b>

#### Intensidad energética

	2025
Intensidad energética en CEDIS (kWh /caja movida)	0.76
Intensidad energética en Planta de Medicamentos de Libre Venta (kWh /caja producida)	0.69
Intensidad energética en Planta de Productos de Cuidado Personal (kWh /caja producida)	0.26

Actualmente en Genomma no contamos con fuentes de energía no renovable.

72 Se refiere a los consumos de combustibles por el transporte de proveedores contratados aguas arriba y aguas abajo para el traslado de insumos y productos.

73 Actividades posteriores a la fabricación, es decir, la distribución del producto al cliente final.

74 Todas las que se generan en actividades que el cliente o consumidor final hacen con ese producto o servicio.

75 Solo considera el diésel de las unidades de transporte contratado por Genomma con Servitur para las rutas de transporte de colaboradores. No incluye el combustible de transporte público ni vehículos propios del personal. Durante el año la cantidad de colaboradores que usan las rutas de transporte de Servitur es variable, es decir, no todo el personal y no todos los días de trabajo el personal usa ese medio de transporte.



## Emisiones de GEI

GRI 2-4, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5

### Emisiones de GEI por alcance (tCO<sub>2</sub>e)

	2021	2022	2023	2024	2025	Δ (%) 25-24
Alcance 1 <sup>76</sup>	1,704.93	2,737.47	3,174.30	3,433.59	3,756.93	9.42%
Alcance 2 <sup>77</sup>	2,971.22	4,041.11	5,313.66	5,787.31	5,736.5	-0.88%
Alcance 3 <sup>78</sup>	52,039.77	43,466.98	44,075.12	32,673.46	30,016.59	-8.13%

### Intensidad de emisiones de GEI por tipo de alcance

	2022	2023	2024	2025	Δ (%) 25-24
Alcance 1y 2 (tCO <sub>2</sub> e/tonelada producida)	0.14	0.12	0.15	0.18	20%
Alcance 3 (tCO <sub>2</sub> e/tonelada producida)	S/I	0.65	0.53	0.58	9.43%

### Emisiones por categoría del Alcance 3

Categoría	2022	2023	2024 <sup>79</sup>	2025	Δ (%) 25-24
1. Bienes y servicios adquiridos	32,979.2	34,851.6	23,893.5	18,879.31	-20.99%
2. Bienes de capital	-	-	-	4,299.19	-
3. Actividades relacionadas con energía y combustibles	S/F	1,963.6	2,100.9	1,595.06	-24.08%
4. Transporte y distribución aguas arriba	S/F	510.1	246.4	298.37	21.09%
5. Residuos generados en la operación	S/F	201.0	412.3	127.36	-69.11%
6. Viajes de negocio	S/F	603.8	504.6	152.61	-69.76%
7. Desplazamiento de colaboradores	2,975.0	322.1	579.6	564.08	-2.68%
9. Transporte y distribución de aguas abajo	<b>5,236.3</b>	<b>5,623.0</b>	<b>4,938.9</b>	<b>4,100.61</b>	<b>-16.97%</b>
<b>Total</b>	<b>41,190.5</b>	<b>44,075.1</b>	<b>32,673.5</b>	<b>30,016.59</b>	<b>-8.13%</b>

### Notas relacionadas a las emisiones del Alcance 3

**Categoría 1:** Sólo se incluyen las cantidades de materias primas y material de empaque que representaron mayor cantidad de compra en 2025, por lista de priorización y con cantidades reportadas en unidades de masa; asimismo se eligieron aquellas categorías en donde fue posible adaptar los factores de emisión de DEFRA.

**Categoría 2.** Por primera vez incluimos las emisiones indirectas asociadas a la adquisición de bienes de capital, tales como maquinaria, equipos industriales, equipos tecnológicos, mobiliario y otros activos fijos en 2025, considerando las emisiones generadas a lo largo de su proceso de fabricación y suministro.

**Categoría 3:** Incluye las emisiones de generación, transmisión y distribución de la energía adquirida y reportada en alcance 1 y 2.

**Categoría 4:** Incluye el transporte terrestre de insumos adquiridos.

**Categoría 5:** Incluye la disposición de los residuos generados en el periodo de reporte: residuos peligrosos como no peligrosos (RSU y RME). No se consideran las emisiones por residuos de destrucciones fiscales de OTC en donde no fue posible contar con evidencia suficiente para cotejar cantidades.

**Categoría 6:** Incluye viajes en avión nacionales e internacionales y hospedajes, las cuales son las siguientes: 14 tCO<sub>2</sub> por viajes en avión y 78.46 tCO<sub>2</sub>e corresponden a hospedaje en los siguientes países (Alemania, Austria, Colombia, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Guatemala, Inglaterra, Italia y México).

**Categoría 7:** Incluye en transporte de personal en vehículos propiedad de los colaboradores, transporte contratado por la empresa con un tercero, y transporte público. Las tCO<sub>2</sub> se obtuvieron de la estimación basada en datos de encuesta con colaboradores sobre sus rutas de traslado. Incluye colaboradores del corporativo Samara, Complejo Industrial San Cayetano y Playa Langosta. El cálculo comprende lugar de residencia-centro de trabajo (ida y regreso), así como de la contabilidad del consumo de unidades de transporte contratadas en el Complejo Industrial.

**Categoría 9:** Incluye el transporte de producto terminado vía terrestre a clientes.

<sup>76</sup> Las emisiones de Alcance 1 incluyen el consumo de gas natural, diésel y gasolina. El alcance de la información comprende todos los sitios operativos en México, incluyendo el Complejo Industrial San Cayetano en México, lo cual considera las plantas de producción de OTC y de productos de cuidado personal y bebidas isotónicas, así como las oficinas corporativas y la planta productiva ubicada en Ciudad de México llamada Playa Langosta.

<sup>77</sup> Las emisiones de Alcance 2 se refieren al consumo de electricidad. El alcance de la información comprende todos los sitios operativos en México, incluyendo el Complejo Industrial San Cayetano en México, lo cual considera las plantas de producción de OTC y de productos de cuidado personal y bebidas isotónicas, así como las oficinas corporativas de Samara y las plantas de Playa Langosta y Playa Pichilingue.

<sup>78</sup> Las emisiones de Alcance 3 provienen principalmente de 7 categorías reportadas.

<sup>79</sup> GRI 2-4: La información del 2024, se ajusta por cambios obtenidos durante el cálculo del inventario de emisiones.



## Otras emisiones contaminantes

GRI 305-7

### Emisiones contaminantes a la atmósfera (concentración en ppmv)

	2023	2024	2025	Δ (%) 25-24
<b>Planta de Cuidado Personal (PC)</b>				
Monóxido de carbono (CO)	39.18	129.27	-	-
Óxidos de Nitrógeno (NOx)	47.13	25.94	-	-
<b>Planta de Medicamentos de Libre Venta (OTC)</b>				
Monóxido de carbono (CO)	41.45	187.50	56.56	-69.83%
Óxidos de Nitrógeno (NOx)	46.97	27.70	64.3	132.13%

## Materiales

GRI 301-1

### Materiales utilizados para la producción de nuestros productos

	2022	2023	2024	2025	Δ (%) 25-24
<b>Material de empaque con contenido reciclado y/o renovable (Toneladas)</b>	<b>4,074.8</b>	<b>15,865.8</b>	<b>14,141.1</b>	<b>122,309.02</b>	<b>765%</b>
% representativo sobre el total de materiales	23%	57%	49%	85%	73.47%
<b>Otro material de empaque (Toneladas)</b>	<b>7,830.0</b>	<b>7,088.0</b>	<b>7,235.9</b>	<b>6,277.0</b>	<b>-13%</b>
% representativo sobre el total de materiales	44%	26%	25%	4%	-84%
<b>Materia prima (Toneladas)</b>	<b>6,062.5</b>	<b>4,781.0</b>	<b>7,423.9</b>	<b>15,701.92</b>	<b>111.51%</b>
% representativo sobre el total de materiales	34%	17%	26%	11%	-58%
<b>Total</b>	<b>17,967.3</b>	<b>27,734.8</b>	<b>28,800.9</b>	<b>144,287.94</b>	<b>400.98%</b>

## Residuos<sup>80 81</sup>

GRI 306-3, 306-4, 306-5

### Gestión de residuos no peligrosos y método de tratamiento (toneladas)<sup>82</sup>

	2021	2022	2023	2024 <sup>83</sup>	2025	Δ (%) 25-24
<b>Total residuos no peligrosos reciclados/reutilizados</b>	<b>1,314.4</b>	<b>1,242.2</b>	<b>1,164.2</b>	<b>724.17</b>	<b>704.84</b>	<b>-2.67%</b>
<b>Total residuos no peligrosos eliminados</b>	<b>331.1</b>	<b>27.6</b>	<b>1,123.3</b>	<b>931.49</b>	<b>807.59</b>	<b>-13.30%</b>
Relleno Sanitario o vertedero autorizado	331.1	27.6	284.7	131.28	156.59	19.28%
Incineración con recuperación energética	-	-	838.6	-	561.93	-
Otros métodos varios (destrucción)	-	-	-	734.18	-	-
Compostaje	-	-	-	65.93	89.07	35.10%
<b>Total</b>	<b>1,645.5</b>	<b>1,269.8</b>	<b>2,287.5</b>	<b>1,655.67</b>	<b>1,512.43</b>	<b>-8.65%</b>

### Gestión de residuos peligrosos y método de tratamiento (toneladas)<sup>84</sup>

	2021	2022	2023	2024 <sup>83</sup>	2025	Δ (%) 25-24
<b>Total residuos peligrosos eliminados</b>	<b>4,100.3</b>	<b>118.8</b>	<b>511.1</b>	<b>880.22</b>	<b>922.69</b>	<b>1,079.91%</b>
Incineración con recuperación energética	4,100.3	56.2	498.6	-	922.69	-
Incineración sin recuperación energética	-	62.6	12.5	8.71	-	-
Otros métodos varios (destrucción)	-	-	-	-	-	-
Incineración/Co-procesamiento	-	-	-	864.08	-	-
Confinamiento	-	-	-	7.43	-	-
<b>Total</b>	<b>4,100.3</b>	<b>118.8</b>	<b>511.1</b>	<b>880.22</b>	<b>922.69</b>	<b>1,079.91%</b>

80 El alcance de la información comprende solo el Complejo Industrial San Cayetano en México.

81 Los datos se obtienen a partir de bitácoras de salida de residuos

82 Las categorías han cambiado, por lo que se ha afectado lo reportado en años pasados y en 2025 no estarán aplicando.

83 GRI 2-4: Los datos de 2024 se actualizaron debido a un ajuste en la clasificación y consolidación de residuos por lo que el volumen se ve afectado para reflejar con mayor precisión la generación y manejo de residuos, alineando la información con la metodología actualizada.

84 En 2025, hubo un aumento de áreas y líneas operativas por lo que se refleja en el aumento de la generación de residuos.



## Agua<sup>85</sup>

GRI 303-3, 303-4, 303-5; SASB CG-HP-140a.1

### Extracción de agua

	2021	2022	2023	2024	2025	Δ (%) 25-24
<b>Extracción de agua (m<sup>3</sup>)<sup>86</sup></b>	<b>130,699.6</b>	<b>228,193.0</b>	<b>217,686.0</b>	<b>213,560.6</b>	<b>162,687.6</b>	<b>-24%</b>
Extracción de agua (Mm <sup>3</sup> )	0.130699	0.228103	0.217686	0.213560	0.162901	-24%
Extracción de agua (MI)	130.7	228.2	217.7	213.6	162.7	-24%

### Descarga de agua

	2021	2022	2023	2024	2025	Δ (%) 25-24
<b>Descarga de agua (m<sup>3</sup>)</b>	<b>788.5</b>	<b>4,935.5</b>	<b>7,720</b>	<b>7,270<sup>87</sup></b>	<b>10,551</b>	<b>45%</b>
Descarga de agua (Mm <sup>3</sup> )	0.0007885	0.0049355	0.00772	0.00727	.01551	45%
Descarga de agua (MI)	0.7885	4.9	7.7	7.3	10.6	45%

152,137 m<sup>3</sup> como consumo de agua<sup>88</sup> en 2025  
(Extracción - Descarga de agua)

152.14 MI como consumo de agua en 2025.  
(Extracción - Descarga de agua)

85 El alcance de la información comprende únicamente el Complejo Industrial San Cayetano en México.

86 El 100% de agua utilizada en el Complejo Industrial San Cayetano es extraída de fuentes subterráneas. De igual forma, proviene de una zona identificada como de estrés hídrico. En cuanto al suministro del Corporativo Samara y Playa Langosta proviene de redes municipales; sin embargo, no está incluido en este alcance.

87,970 metros cúbicos fueron tratados por un tercero externo y 4,300 metros cúbicos mediante la PTAR en el Complejo Industrial San Cayetano, la cual inició operaciones desde septiembre de 2024.

88 Los datos se calculan con base en las mediciones registradas por los medidores de extracción de agua.

## DESEMPEÑO SOCIAL

### Descripción de la plantilla

GRI 2-4, 2-7, 2-30, 405-1

### Comparativa colaboradores por país

	2022	2023	2024	2025	Δ (%) 25-24
México	1,446	1,236	1,273	1,212	-5%
Estados Unidos	33	34	38	27	-29%
Brasil	75	65	65	73	12%
Argentina	171	162	158	163	3%
Colombia	41	42	48	54	13%
Ecuador	21	21	19	19	0%
Caricam	17	16	17	17	0%
Chile	35	35	25	20	-20%
Perú	18	17	17	19	12%
Uruguay	1	1	1	1	0%
Bolivia	2	3	3	3	0%
Paraguay	1	1	1	1	0%
<b>Total</b>	<b>1,861</b>	<b>1,633</b>	<b>1,665</b>	<b>1,609</b>	<b>-3%</b>



### Colaboradores por categoría laboral, género y edad en 2025

	Edad	Mujeres	Hombres	Total
<b>Comité Ejecutivo</b>	Total	0	3	3
	18-29	0	0	0
	29-44	0	0	0
	45-60	0	3	3
	61-79	0	0	0
<b>Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas</b>	Total	6	9	15
	18-29	0	0	0
	29-44	4	1	5
	45-60	2	8	10
	61-79	0	0	0
<b>Country Manager</b>	Total	10	15	25
	18-29	0	0	0
	29-44	7	5	12
	45-60	3	8	11
	61-79	0	2	2
<b>Directores</b>	Total	15	24	39
	18-29	0	0	0
	29-44	6	12	18
	45-60	9	12	21
	61-79	0	0	0
<b>Gerentes</b>	Total	52	71	123
	18-29	0	2	2
	29-44	38	39	77
	45-60	13	28	41
	61-79	1	2	3

	Edad	Mujeres	Hombres	Total
<b>Jefaturas y Coordinadores</b>	Total	107	123	230
	18-29	3	3	6
	29-44	81	87	168
	45-60	22	31	53
	61-79	1	2	3
<b>Supervisores, Especialistas y Analistas</b>	Total	328	315	643
	18-29	76	72	148
	29-44	203	170	373
	45-60	49	72	121
	61-79	0	1	1
<b>Operativos</b>	Total	214	317	531
	18-29	67	92	159
	29-44	117	157	274
	45-60	30	67	97
	61-79	0	1	1

#### Comparativa de distribución de género

	2022	2023	2024	2025	Δ (%) 25-24
Mujeres	50.3%	46.5%	46.8%	45.5%	-6%
Hombres	49.7%	53.5%	53.2%	54.5%	3%

#### Comparativa de colaboradores(as) cubiertos por contratos colectivos<sup>89</sup>

	2022	2023	2024	2025	Δ (%) 25-24
Mujeres	213	244	283	272	-4%
Hombres	149	210	225	212	-6%
<b>Total</b>	<b>362</b>	<b>454</b>	<b>508</b>	<b>484</b>	<b>-5%</b>
<b>%</b>	<b>19.4%</b>	<b>27.8%</b>	<b>30.5%</b>	<b>30.1%</b>	<b>-1%</b>

<sup>89</sup> GRI 2-4: se realizó un ajuste relacionado con la clasificación por género y los valores asociados. Durante la revisión de la información reportada, se identificó que los géneros habían sido asignados de manera invertida, lo que provocaba inconsistencias en los datos presentados.



## Contrataciones y ceses

GRI 401-1; SASB HC-BP-330a.2

### Comparativa de contrataciones y ceses

	2022	2023	2024	2025	Δ (%) 25-24
Nuevas contrataciones	402	487	703	365	-48%
Posiciones cubiertas con personal interno	-	322	330	330	0%
Rotación voluntaria	10.6%	18%	17.7%	36.42%	106%
<b>Rotación total</b>	<b>23.9%</b>	<b>31.3%</b>	<b>26.5%</b>	<b>59.98%</b>	<b>126%</b>

### Contrataciones y rotación por género, edad y categoría laboral 2025

	Generación	Contrataciones	Tasa de rotación voluntaria <sup>90</sup>	Tasa de rotación total <sup>91</sup>
<b>Comité Ejecutivo</b>	Total	0	0%	0%
	18-29	0	0%	0%
	29-44	0	0%	0%
	45-60	0	0%	0%
	61-79	0	0%	0%
	Mujeres	Total	0	0%
	18-29	0	0%	0%
	29-44	0	0%	0%
	45-60	0	0%	0%
	61-79	0	0%	0%
Hombres	Total	0	0%	0%
	18-29	0	0%	0%
	29-44	0	0%	0%
	45-60	0	0%	0%
	61-79	0	0%	0%
	Total	0	0%	0%

	Generación	Contrataciones	Tasa de rotación voluntaria <sup>90</sup>	Tasa de rotación total <sup>91</sup>
<b>Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas</b>	Total	0	0%	67%
	18-29	0	0%	0%
	29-44	0	0%	0%
	45-60	0	0%	0%
	61-79	0	0%	0%
Mujeres	Total	0	0%	0%
	18-29	0	0%	0%
	29-44	0	0%	0%
	45-60	0	0%	0%
	61-79	0	0%	0%
Hombres	Total	0	0%	33%
	18-29	0	0%	0%
	29-44	0	0%	0%
	45-60	0	0%	0%
	61-79	0	0%	0%
<b>Country Manager</b>	Total	4	20%	47%
	18-29	0	0%	0%
	29-44	2	17%	50%
	45-60	2	22%	44%
	61-79	0	0%	0%
Mujeres	Total	2	17%	33%
	18-29	0	0%	0%
	29-44	1	0%	25%
	45-60	1	50%	50%
	61-79	0	0%	0%

90 La tasa de rotación voluntaria se calculó dividiendo el total de bajas voluntarias entre el total de la plantilla y multiplicando el resultado por 100 para obtener el porcentaje.

91 La tasa de rotación se calculó dividiendo el total de bajas, tanto voluntarias como involuntarias, entre el total de la plantilla y multiplicando el resultado por 100 para obtener el porcentaje.



	Generación	Contrataciones	Tasa de rotación voluntaria <sup>90</sup>	Tasa de rotación total <sup>91</sup>
Hombres	Total	2	22%	56%
	18-29	0	0%	0%
	29-44	1	50%	100%
	45-60	1	14%	43%
	61-79	0	0%	0%
Directores	Total	4	12%	40%
	18-29	0	0%	0%
	29-44	2	8%	25%
	45-60	2	18%	64%
	61-79	0	0%	0%
Mujeres	Total	2	10%	50%
	18-29	0	0%	0%
	29-44	0	0%	29%
	45-60	2	33%	100%
	61-79	0	0%	0%
Hombres	Total	2	13%	33%
	18-29	0	0%	0%
	29-44	2	20%	20%
	45-60	0	13%	50%
	61-79	0	0%	0%
Gerentes	Total	15	12%	26%
	18-29	1	0%	0%
	29-44	10	16%	30%
	45-60	4	3%	18%
	61-79	0	0%	0%

	Generación	Contrataciones	Tasa de rotación voluntaria <sup>90</sup>	Tasa de rotación total <sup>91</sup>
Mujeres	Total	8	18%	30%
	18-29	0	0%	0%
	29-44	7	25%	39%
	45-60	1	0%	9%
	61-79	0	0%	0%
Hombres	Total	7	8%	24%
	18-29	1	0%	0%
	29-44	3	8%	23%
	45-60	3	5%	23%
	61-79	0	0%	0%
Jefaturas y Coordinadores	Total	45	20%	37%
	18-29	4	100%	100%
	29-44	37	18%	38%
	45-60	4	21%	30%
	61-79	0	0%	0%
Mujeres	Total	23	17%	36%
	18-29	1	67%	67%
	29-44	20	20%	41%
	45-60	2	0%	10%
	61-79	0	0%	0%
Hombres	Total	22	24%	39%
	18-29	3	133%	133%
	29-44	17	16%	34%
	45-60	2	34%	44%
	61-79	0	0%	0%

90 La tasa de rotación voluntaria se calculó dividiendo el total de bajas voluntarias entre el total de la plantilla y multiplicando el resultado por 100 para obtener el porcentaje.

91 La tasa de rotación se calculó dividiendo el total de bajas, tanto voluntarias como involuntarias, entre el total de la plantilla y multiplicando el resultado por 100 para obtener el porcentaje.



	Generación	Contrataciones	Tasa de rotación voluntaria <sup>90</sup>	Tasa de rotación total <sup>91</sup>
<b>Supervisores, Especialistas y Analistas</b>	Total	127	20%	45%
	18-29	53	19%	37%
	29-44	68	19%	46%
	45-60	6	22%	53%
	61-79	0	0%	0%
	Mujeres	Total	68	18%
18-29		23	16%	27%
29-44		43	19%	44%
45-60		2	16%	43%
61-79		0	0%	0%
Hombres		Total	59	22%
	18-29	30	24%	47%
	29-44	25	19%	50%
	45-60	4	25%	61%
	61-79	0	0%	0%
	<b>Operativos</b>	Total	170	78%
18-29		70	122%	159%
29-44		80	61%	85%
45-60		20	51%	70%
61-79		0	0%	0%
Mujeres		Total	67	118%
	18-29	26	166%	225%
	29-44	34	94%	119%
	45-60	7	100%	130%
	61-79	0	0%	0%

	Generación	Contrataciones	Tasa de rotación voluntaria <sup>90</sup>	Tasa de rotación total <sup>91</sup>
Hombres	Total	103	50%	72%
	18-29	44	89%	111%
	29-44	46	36%	60%
	45-60	13	30%	44%
	61-79	0	0%	0%

## DESARROLLO DEL COLABORADOR

GRI 404-1, 404-3

### Comparativa de promedio de horas de capacitación

2022	2023	2024	2025	Δ (%) 25-24
28	32	35	27	-22.86%

### Colaboradores por categoría laboral, género y edad en 2025

	Generación	Horas de Formación	Promedio
<b>Comité Ejecutivo</b>	Total	3	<b>1.50</b>
	18-29	0	
	29-44	0	
	45-60	3	<b>1.50</b>
	61-79	0	
<b>Mujeres</b>	Total	0	
	18-29	0	
	29-44	0	
	45-60	0	
	61-79	0	

90 La tasa de rotación voluntaria se calculó dividiendo el total de bajas voluntarias entre el total de la plantilla y multiplicando el resultado por 100 para obtener el porcentaje.

91 La tasa de rotación se calculó dividiendo el total de bajas, tanto voluntarias como involuntarias, entre el total de la plantilla y multiplicando el resultado por 100 para obtener el porcentaje.



	Generación	Horas de Formación	Promedio
	Total	3	<b>1.50</b>
Hombres	18-29	0	
	29-44	0	
	45-60	3	<b>1.50</b>
	61-79	0	
	Total	379	<b>18.95</b>
<b>Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas</b>	18-29	0	
	29-44	169	<b>16.93</b>
	45-60	144	<b>17.98</b>
	61-79	66	<b>32.93</b>
	Total	49	<b>8.17</b>
Mujeres	18-29	0	
	29-44	21	<b>5.26</b>
	45-60	28	<b>14.18</b>
	61-79	0	
	Total	330	<b>23.57</b>
Hombres	18-29	0	
	29-44	148	<b>24.71</b>
	45-60	115	<b>19.24</b>
	61-79	66	<b>32.93</b>
	Total	270	<b>15.88</b>
Country Manager	18-29	0	
	29-44	124	<b>20.69</b>
	45-60	146	<b>13.27</b>
	61-79	0	
	Total		

	Generación	Horas de Formación	Promedio
	Total	109	<b>13.63</b>
Mujeres	18-29	0	
	29-44	47	<b>15.57</b>
	45-60	63	<b>12.50</b>
	61-79	0	
	Total	161	<b>17.89</b>
Hombres	18-29	0	
	29-44	77	<b>25.81</b>
	45-60	84	<b>13.92</b>
	61-79	0	
	Total	4,113	<b>28.96</b>
<b>Directores</b>	18-29	0	
	29-44	2,775	<b>30.17</b>
	45-60	1,269	<b>28.20</b>
	61-79	69	<b>13.75</b>
	Total	1,864	<b>29.13</b>
Mujeres	18-29	0	
	29-44	1,464	<b>29.28</b>
	45-60	361	<b>30.08</b>
	61-79	39	<b>19.26</b>
	Total	2,249	<b>28.96</b>
Hombres	18-29	0	
	29-44	1,311	<b>31.22</b>
	45-60	908	<b>27.51</b>
	61-79	30	<b>10.08</b>
	Total		



	Generación	Horas de Formación	Promedio
<b>Gerentes</b>	Total	1,201	<b>25.02</b>
	18-29	0	
	29-44	605	<b>26.31</b>
	45-60	573	<b>23.88</b>
	61-79	23	<b>22.87</b>
	Mujeres	Total	468
	18-29	0	
	29-44	209	<b>18.96</b>
	45-60	236	<b>23.62</b>
	61-79	23	<b>22.87</b>
<b>Hombres</b>	Total	733	<b>28.19</b>
	18-29	0	
	29-44	397	<b>33.04</b>
	45-60	337	<b>24.06</b>
	61-79	0	
<b>Jefaturas y Coordinadores</b>	Total	19,848	<b>25.98</b>
	18-29	1,331	<b>21.47</b>
	29-44	14,256	<b>25.87</b>
	45-60	4,193	<b>27.95</b>
	61-79	69	<b>68.52</b>
	<b>Mujeres</b>	Total	10,316
18-29		710	<b>24.47</b>
29-44		7,495	<b>26.30</b>
45-60		2,111	<b>30.60</b>
61-79		0	

	Generación	Horas de Formación	Promedio
<b>Hombres</b>	Total	9,532	<b>25.02</b>
	18-29	622	<b>18.84</b>
	29-44	6,761	<b>25.42</b>
	45-60	2,081	<b>25.69</b>
	61-79	69	<b>68.52</b>
	<b>Supervisores, Especialistas y Analistas</b>	Total	8,105
18-29		522	<b>47.49</b>
29-44		5,581	<b>30.50</b>
45-60		1,980	<b>33.00</b>
61-79		21	<b>21.45</b>
<b>Mujeres</b>		Total	4,067
	18-29	79	<b>26.46</b>
	29-44	3,041	<b>30.72</b>
	45-60	946	<b>37.84</b>
	61-79	0	
<b>Hombres</b>	Total	4,038	<b>31.55</b>
	18-29	443	<b>55.38</b>
	29-44	2,540	<b>30.23</b>
	45-60	1,034	<b>29.54</b>
	61-79	21	<b>21.45</b>
	<b>Operativos</b>	Total	9,334
18-29		1,310	<b>12.47</b>
29-44		6,122	<b>12.42</b>
45-60		1,878	<b>14.79</b>
61-79		24	<b>6.12</b>



	Generación	Horas de Formación	Promedio
<b>Mujeres</b>	Total	4,230	<b>12.33</b>
	18-29	723	<b>13.38</b>
	29-44	2,780	<b>11.98</b>
	45-60	708	<b>12.64</b>
	61-79	20	<b>20.00</b>
<b>Hombres</b>	Total	5,104	<b>13.22</b>
	18-29	587	<b>11.51</b>
	29-44	3,342	<b>12.81</b>
	45-60	1,171	<b>16.49</b>
	61-79	4	<b>1.49</b>

### Personas evaluadas por categoría laboral y género<sup>92</sup>

	Personas evaluadas	%
<b>Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas</b>	3	100%
Mujeres	0	0%
Hombres	3	100%
<b>Country Manager</b>	15	100%
Mujeres	6	100%
Hombres	9	100%
<b>Directores</b>	25	100%
Mujeres	10	100%
Hombres	15	100%
<b>Gerentes</b>	162	101%
Mujeres	67	100%
Hombres	95	102%
<b>Jefaturas y Coordinadores</b>	230	100%
Mujeres	107	100%
Hombres	123	100%
<b>Supervisores, Especialistas y Analistas</b>	643	100%
Mujeres	328	100%
Hombres	315	100%

<sup>92</sup> La evaluación de desempeño aplica a los puestos administrativos que se encuentran entre los niveles 1 y 3.



## DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

### Comparativa de posiciones clave ocupadas por mujeres<sup>93</sup>

	2022	2023	2024	2025	Δ (%) 25-24
% mujeres sobre el total de la plantilla	50.3%	46.5%	46.8%	45.5%	-2.78%
% mujeres en puestos directivos <sup>94</sup>	42.2%	38.8%	42.0%	40%	-4.76%
% mujeres en puestos directivos en posiciones iniciales <sup>95</sup>	39.7%	39.7%	44.4%	-	-
% mujeres en puestos de alta dirección hasta dos niveles abajo del CEO <sup>96</sup>	45.9%	37.5%	29.4%	40%	36.05%
% de mujeres en puestos generadores de ventas <sup>97</sup>	22.5%	25.0%	27.21%	45%	65.38%
% mujeres en posiciones STEM <sup>98</sup>	32.2%	40.9%	46.1%	55%	19.31%

<sup>93</sup> Los porcentajes se calculan entre el total de la categoría laboral.

<sup>94</sup> Incluye todas las posiciones a nivel directivo, desde posiciones iniciales, medias y top management, desde posiciones de Country Manager, hasta Gerentes.

<sup>95</sup> Incluye únicamente posiciones directivas a nivel inicial, desde Directores a Gerentes.

<sup>96</sup> Incluyen posiciones Country Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas, Director Global de Finanzas y Country Manager.

<sup>97</sup> Incluye áreas de Trade, Marketing, Publicidad y Ventas.

<sup>98</sup> Áreas relacionadas a la investigación y desarrollo/ciencia y tecnología.

## BIENESTAR LABORAL

GRI 401-3

### Permisos parentales

	2024	2025
<b>Número de colaboradores que tomaron permiso parental</b>	<b>37</b>	<b>29</b>
Mujeres	26	19
Hombres	11	10
<b>Número de colaboradores que regresaron al trabajo tras el permiso</b>	<b>36</b>	<b>23</b>
Mujeres	25	13
Hombres	10	10
<b>Número de colaboradores que permanecen después del año de haber regresado de su permiso</b>	<b>21</b>	<b>6</b>
Mujeres	12	6
Hombres	9	0



## Incidentes ocupacionales colaboradores

403-9

	2021	2022	2023	2024	2025
Fallecimientos	0	0	0	0	0
Accidentes incapacitantes	4	3	17	13	0
LTIFR <sup>99</sup>	1.7	2.6	9.8	6.3	0
LWR <sup>100</sup>	ND	ND	ND	14.6	0
Horas trabajadas anuales	1,185,952	1,142,906	1,740,119	2,041,856	1,923,628.36
Número de colaboradores a los que les aplican los indicadores de seguridad ocupacional <sup>101</sup>	ND	ND	ND	1,665	1,223
% de colaboradores a los que le aplican los indicadores de seguridad ocupacional sobre la plantilla total	ND	ND	ND	100%	100%

99 Lost-Time Injury Frequency Rate: número de lesiones con tiempo perdido / total de horas laborales X 1,000,000.

100 Lost workday rate: número de días laborales perdidos (149) X 200,000 / número de horas laborales trabajadas.

101 Se consideran colaboradores que laboraron tanto en el Complejo Industrial San Cayetano, como en la planta de producción en Ciudad de México.

## DESEMPEÑO GOBERNANZA

## Reportes Éticos

GRI 205-3, 406-1, 418-1

Tema	2023	2024	2025
Acoso Sexual	1	2	0
Anomalías en Código de Conducta y Ética y Políticas de Integridad	0	3	9
Conducta inapropiada	2	2	1
Conflicto de interés	2	1	1
Corrupción y soborno	0	0	0
Datos de privacidad del cliente	0	0	0
Discriminación	0	0	0
Experiencia del colaborador(a) y liderazgo	8	20	19
Hostigamiento laboral	6	0	0
Lavado de dinero	0	0	0
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>28</b>	<b>31</b>

## Formación en anticorrupción

GRI 205-2

Categoría laboral	Mujeres HC	Hombres HC	HC Total	Mujeres	Hombres	Total
Supervisores, Especialistas y Analistas	291	278	569	303	284	587
Jefaturas y Coordinadores	100	104	204	95	102	197
Gerentes	47	64	111	48	59	107
Directores	17	19	36	16	18	34
Country Manager	9	15	24	2	9	11
Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas	5	8	13	3	3	6
<b>Total</b>	<b>469</b>	<b>488</b>	<b>957</b>	<b>467</b>	<b>475</b>	<b>942</b>



# ANEXO 6: ESTÁNDARES DE REPORTE ASG

## ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

Genomma Lab ha elaborado su informe de referencia con los Estándares GRI para el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025.

ESTÁNDARES UNIVERSALES				RAZONES DE OMISIÓN			
Estándar GRI	Contenido	Título del contenido GRI	Página(s) / URL / Comentario	Omisión	Razón	Explicación	
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>							
<b>GRI 2: Contenidos Generales 2021</b>							
<b>La organización y sus prácticas de reporte</b>	GRI 2-1	Detalles organizacionales	156				
	GRI 2-2	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	156				
	GRI 2-3	Periodo de reporte, frecuencia y punto de contacto	156				
	GRI 2-4	Actualización de la información	126, 127, 129				
	GRI 2-5	Verificación externa	149, 156				
<b>Actividades y trabajadores</b>	GRI 2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	6, 23, 41				
	GRI 2-7	Empleados	55, 129				
	GRI 2-8	Trabajadores que no son empleados	59				
	GRI 2-9	Estructura de gobernanza y composición	84, 85, 87, 88				
<b>Gobernanza</b>	GRI 2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	84, 85				
	GRI 2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	84				
	GRI 2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos	90				
	GRI 2-13	Delegación de responsabilidad para la gestión de impactos	95				
	GRI 2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	99, 156				
	GRI 2-15	Conflictos de interés	100				
	GRI 2-16	Comunicación de inquietudes críticas			a, b.	Información no disponible	No se cuenta con el detalle de si las inquietudes críticas se comunican al máximo órgano de gobierno.
	GRI 2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	84, 85, 87				



## ESTÁNDARES UNIVERSALES

## RAZONES DE OMISIÓN

Estándar GRI	Contenido	Título del contenido GRI	Página(s) / URL / Comentario	Omisión	Razón	Explicación
Gobernanza	GRI 2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	84, 85, 86			
	GRI 2-19	Políticas de remuneración	57, 84, 89			
	GRI 2-20	Proceso para determinar la remuneración	57, 84, 89			
	GRI 2-21	Ratio de compensación total anual		a, b, c	Restricciones de confidencialidad	Esta información es considerada confidencial.
Estrategia, políticas y prácticas	GRI 2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	4			
	GRI 2-23	Compromisos y políticas	100			
	GRI 2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	100			
	GRI 2-25	Procesos para remediar impactos negativos		a, b, c, d, e	Información no disponible	No contamos con información del proceso para remediar los impactos negativos.
	GRI 2-26	Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes	102			
	GRI 2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	67, 103			
	GRI 2-28	Afiliación a asociaciones	104, 123			
	Participación de los grupos de interés	GRI 2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	114		
GRI 2-30		Convenios de negociación colectiva	59, 129			
<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>						
Temas materiales	GRI 3-1	Proceso para determinar temas materiales	116			
	GRI 3-2	Lista de temas materiales	116			
	GRI 3-3	Gestión de los temas materiales	Se responde a lo largo del informe			



## ESTÁNDARES TEMÁTICOS

## RAZONES DE OMISIÓN

Temas materiales	Estándar GRI	Contenido	Título del contenido GRI	Página(s) / URL / Comentario	Omisión	Razón	Explicación
<b>TEMAS DOBLEMENTE MATERIALES</b>							
Desempeño económico	<b>GRI 3:Temas materiales 2021+C6:I35</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	14			
	<b>GRI 201: Desempeño económico 2016</b>	201-1	Valor económico generado y distribuido	15			
Relación con inversionistas	<b>GRI 3:Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales		a, b, c, d, e, f.	Información no disponible	No contamos con una gestión del tema material en 2025.
Soluciones circulares	<b>GRI 3:Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	73			
	<b>GRI 301: Materiales 2016</b>	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	128	a. ii.	Información no disponible	No contamos con el detalle de los materiales renovables utilizados.
		301-2	Insumos reciclados utilizados		a.	Información no disponible	No contamos con el detalle de los insumos reciclados utilizados.
	301-3	Productos y materiales de envasado recuperados		a, b.	Información no disponible	No se tiene el detalle de los productos y materiales recuperados.	
Impactos físicos y riesgos del cambio climático	<b>GRI 3:Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	121			
	<b>GRI 201: Desempeño económico 2016</b>	201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	94			
Salud y bienestar del consumidor	<b>GRI 3:Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	36			
	<b>GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016</b>	416-1	Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	37			
416-2		Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad		En 2025 no se registraron casos de incumplimiento relacionados con la salud y la seguridad de los productos.			
Seguridad y calidad de productos	<b>GRI 3:Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	37			
	<b>GRI 3:Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	70			
Gestión del agua	<b>GRI 303: Agua y efluentes 2018</b>	303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	70	d.	Información no disponible	No contamos con el detalle del proceso por el que establecemos objetivos y metas relacionadas al agua.
		303-2	Gestión de los impactos relacionados con el vertido de agua	70			
		303-3	Extracción de agua	129			
		303-4	Vertido de agua	129			
		303-5	Consumo de agua	129			



## ESTÁNDARES TEMÁTICOS

## RAZONES DE OMISIÓN

Temas materiales	Estándar GRI	Contenido	Título del contenido GRI	Página(s) / URL / Comentario	Omisión	Razón	Explicación
Trazabilidad	<b>GRI 3:Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	40			
	<b>GRI 3:Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	22, 28			
	<b>GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016</b>	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	24			
Gestión responsable de la cadena de valor	<b>GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016</b>	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	29			
		308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	28	c.	Información no disponible	No contamos con el detalle de los impactos negativos ambientales en la cadena de suministro para 2025.
	<b>GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016</b>	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	29			
		414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	28	c.	Información no disponible	No contamos con el detalle de los impactos negativos sociales en la cadena de suministro para 2025.
Accesibilidad y asequibilidad	<b>GRI 3:Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	49			
	<b>GRI 3:Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	83			
Negocio responsable	<b>GRI 207: Fiscalidad 2019</b>	207-1	Enfoque fiscal	20	a-ii, a-iv	Información no disponible	No se reporta la frecuencia de revisión de la estrategia fiscal ni se describe la relación entre el enfoque fiscal y las estrategias empresariales y de desarrollo sostenible de la organización.
		207-2	Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	20	a-ii	Información no disponible	No se describe la manera en que se integra el enfoque fiscal de la organización, ni se dispone de dicha información.
		207-3	Participación de los grupos de interés y gestión de sus inquietudes en materia fiscal	20			
		207-4	Presentación de informes país por país	20			
<b>TEMAS MATERIALES DE IMPACTO</b>							
Innovación de productos e investigación	<b>GRI 3:Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	30			
Gobierno corporativo	<b>GRI 3:Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	84			



ESTÁNDARES TEMÁTICOS					RAZONES DE OMISIÓN		
Temas materiales	Estándar GRI	Contenido	Título del contenido GRI	Página(s) / URL / Comentario	Omisión	Razón	Explicación
Gestión de emisiones	<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	68			
	<b>GRI 305: Emisiones 2016</b>	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	68, 127			
		305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	68, 127			
		305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	68, 127			
		305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	127			
		305-5	Reducción de las emisiones de GEI	127			
		305-7	Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire	128	a-ii, a-vii	Información no disponible	No contamos con SOx u otras categorías de emisiones.
Ética y corrupción	<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	99			
	<b>GRI 205: Anticorrupción 2016</b>	205-1	Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción	101	a	Información no disponible	No contamos con el detalle de la operaciones evaluadas en 2025.
		205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Se capacitó al 98% del personal administrativo en temas de ética, conducta y anticorrupción. 28, 101, 138			
		205-3	Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	101, 138			
		<b>GRI 406: No discriminación 2016</b>	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	138		
Gestión energética	<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	68			
	<b>GRI 302: Energía 2016</b>	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	68, 126			
		302-2	Consumo de energía fuera de la organización	126			
		302-3	Intensidad energética	126			
		302-4	Reducción del consumo energético	126			
		302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios		a, b, c	Información no disponible	No se cuenta con la información para 2025.
<b>TEMAS MATERIALES FINANCIEROS</b>							
Relación con autoridades	<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	101			



## ESTÁNDARES TEMÁTICOS

## RAZONES DE OMISIÓN

Temas materiales	Estándar GRI	Contenido	Título del contenido GRI	Página(s) / URL / Comentario	Omisión	Razón	Explicación
Relación con autoridades	<b>GRI 415: Política pública 2016</b>	415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	101			
	<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	105			
Marketing responsable y etiquetado	<b>GRI 417: Marketing y etiquetado 2016</b>	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	44, 105, 106, 107			
		417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	103, 107			
		417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	103, 107			
Atracción y retención del talento	<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	56, 60			
	<b>GRI 401: Empleo 2016</b>	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	56, 131			
		401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	57			
		401-3	Permiso parental	57, 137			
	<b>GRI 404: Formación y educación 2016</b>	404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	61, 133			
		404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	61			
		404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	60, 133			
Gestión de impactos ambientales en la cadena de valor	<b>GRI 3: Temas materiales 2021</b>	3-3	Gestión de los temas materiales	28			
<b>OTROS TEMAS NO MATERIALES</b>							
Gestión de residuos	<b>GRI 306: Residuos 2020</b>	306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	71			
		306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	71			
Gestión de residuos	<b>GRI 306: Residuos 2020</b>	306-3	Residuos generados	128			
		306-4	Residuos no destinados a eliminación	128			
		306-5	Residuos destinados a eliminación	128			



## ESTÁNDARES TEMÁTICOS

## RAZONES DE OMISIÓN

Temas materiales	Estándar GRI	Contenido	Título del contenido GRI	Página(s) / URL / Comentario	Omisión	Razón	Explicación
Ciberseguridad	<b>GRI 418: Privacidad del cliente 2016</b>	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	47, 97, 138			
Diversidad e inclusión	<b>GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016</b>	405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	129			
		405-2	Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres		a, b.	Información no disponible	No contamos con el detalle del ratio entre el salario básico y la remuneración para 2025.
Protección a los derechos humanos	<b>GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016</b>	407-1	Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo	96			
	<b>GRI 408: Trabajo infantil 2016</b>	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil		No se identifican operaciones o proveedores con un riesgo significativo de presentar casos de trabajo infantil.		
	<b>GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016</b>	409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio		No se identifican operaciones o proveedores con un riesgo significativo de presentar casos de trabajo forzoso u obligatorio.		
Salud y seguridad de los colaboradores(as)	<b>403: Salud y seguridad en el trabajo 2018</b>	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	64			
		403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	64			
		403-3	Servicios de salud en el trabajo	64			
		403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	64			
		403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	64			
		403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	63, 64			
		403-7	Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	64			
		403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	64			
		403-9	Lesiones por accidente laboral	64, 138			
		403-10	Las dolencias y enfermedades laborales	64			
Inclusión social	<b>GRI 413: Comunidades locales 2016</b>	413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	77, 78			
		413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	78			



# ÍNDICE DE CONTENIDOS SASB

Genomma Lab ha elaborado su informe de referencia con los Estándares SASB para el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025.

Estándar	Tópico SASB	Código	Descripción del parámetro de contabilidad o de actividad	Unidad de medida	Página(s) / URL / Comentario	Omisión
Biotecnología y productos farmacéuticos	<b>Seguridad de los participantes en los ensayos clínicos</b>	HC-BP-210a.1	Análisis por regiones del mundo, sobre el proceso de gestión para garantizar la calidad y la seguridad de los pacientes durante los ensayos clínicos.	Discusión y análisis	30	
		HC-BP-210a.2	Número de inspecciones de patrocinadores de la FDA relacionadas con la gestión de ensayos clínicos y la fármaco vigilancia que dieron como resultado: (1) Indicación de Acción Voluntaria (IAV) e (2) Indicación de Acción Oficial (IAO).	Número		No aplica. No realizamos ensayos clínicos.
		HC-BP-210a.3	Importe total de las pérdidas monetarias derivadas de los procedimientos judiciales asociados a ensayos clínicos en países en vías de desarrollo.	Moneda de presentación		No aplica. No realizamos ensayos clínicos.
	<b>Acceso a los medicamentos</b>	HC-BP-240a.1	Descripción de las acciones e iniciativas para promover el acceso a los productos de asistencia sanitaria para las enfermedades prioritarias y en los países prioritarios, tal como se define en el Índice de Acceso a los Medicamentos.	Discusión y análisis		No contamos con iniciativas específicas para promover el acceso a productos destinados a enfermedades prioritarias; sin embargo, a través de los programas de donación de medicamentos, brindamos apoyo en el tratamiento de enfermedades gastrointestinales y respiratorias mediante productos como Kaopectate® y Tafirol®.
		HC-BP-240a.2	Productos en la lista de productos medicinales precalificados de la OMS, como parte de su Programa de Precalificación de Medicamentos (PQP).	Discusión y análisis	Contamos con un portafolio de productos orientados a la atención de enfermedades gastrointestinales, como Kaopectate®; respiratorias, como Tafirol®; y opciones anticonceptivas a través de la marca M®.	
	<b>Asequibilidad y fijación de precios</b>	HC-BP-240b.2	Cambio porcentual en: (1) precio medio de venta y (2) precio medio neto en toda la cartera de productos de los Estados Unidos en comparación con el año anterior.	Porcentaje (%)	51	
		HC-BP-240b.3	Cambio porcentual en: (1) precio de venta y (2) precio neto del producto con mayor aumento en comparación con el año anterior.	Porcentaje (%)	51	
	<b>Seguridad de los medicamentos</b>	HC-BP-250a.1	Lista de productos que figuran en la base de datos MedWatch de alertas de seguridad para productos médicos humanos de la Administración de Medicamentos y Alimentos de los Estados Unidos (FDA).	Discusión y análisis	37	
		HC-BP-250a.2	Número de muertes asociadas a productos según el Sistema de notificación de eventos adversos de la FDA.	Número		No se cuenta con la información de muertes asociadas a los productos.
		HC-BP-250a.3	Número de retiradas emitidas, total de unidades retiradas.	Número	No se tuvo retiro de producto del mercado.	
HC-BP-250a.4		Cantidad total de producto aceptada para su recuperación, reutilización o eliminación.	Tonelada métrica (t)	75		



Estándar	Tópico SASB	Código	Descripción del parámetro de contabilidad o de actividad	Unidad de medida	Página(s) / URL / Comentario	Omisión
Biotecnología y productos farmacéuticos	<b>Seguridad de los medicamentos</b>	HC-BP-250a.5	Número de medidas de ejecución de la FDA adoptadas en respuesta a las infracciones de las buenas prácticas de fabricación (BPF) actuales.	Número		No se cuenta con la información para 2025.
		HC-BP-260a.1	Descripción de los métodos y las tecnologías utilizados para mantener la trazabilidad de los productos a lo largo de la cadena de suministro y evitar la falsificación.	Discusión y análisis	40	
	<b>Medicamentos falsificados</b>	HC-BP-260a.2	Análisis del proceso para alertar a los clientes y los socios comerciales de los riesgos potenciales o conocidos asociados a los productos falsificados.	Discusión y análisis	40	
		HC-BP-260a.3	Número de acciones que dieron lugar a redadas, confiscaciones, detenciones o presentación de cargos penales en relación con la falsificación de productos.	Número		No se cuenta con la información para 2025.
	<b>Marketing ético</b>	HC-BP-270a.1	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con afirmaciones promocionales falsas.	Moneda de presentación	103	
		HC-BP-270a.2	Descripción del código ético que regula la publicidad de usos para indicaciones no autorizadas de los productos.	Discusión y análisis	105	
	<b>Contratación desarrollo y retención de empleados</b>	HC-BP-330a.1	Análisis de los esfuerzos de contratación y retención de talentos para científicos y personal de investigación y desarrollo.	Discusión y análisis	56	
		HC-BP-330a.2	(1) Tasa de rotación voluntaria e (2) involuntaria para: a) altos ejecutivos y gerentes, b) gerentes de nivel medio, c) profesionales y d) todos los demás.	Porcentaje (%)	131	
	<b>Gestión de la cadena de suministro</b>	HC-BP-430a.1	Porcentaje de (1) instalaciones de la entidad y (2) instalaciones de los proveedores de nivel I que participan en el programa de auditoría del Consorcio Internacional de la Cadena de Suministro Farmacéutico Rx-360 o programas equivalentes de auditoría de terceros para la integridad de la cadena de suministro y los ingredientes.	Porcentaje (%)		<p>"No participamos actualmente en el programa Rx-360 ni en esquemas equivalentes de auditoría externa. No obstante, contamos con procesos internos de evaluación y auditoría de proveedores que cubren el 100% de proveedores críticos, enfocados en asegurar la calidad, cumplimiento regulatorio e integridad de la cadena de suministro.</p> <p>Actualmente, no se cuenta con el seguimiento del porcentaje de instalaciones propias ni de proveedores Tier 1 que participan en programas de auditoría externos."</p>
		HC-BP-510a.1	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la corrupción y el soborno.	Moneda de presentación	101	
<b>Ética empresarial</b>	HC-BP-510a.2	Descripción del código ético que regula las interacciones con los profesionales sanitarios.	Discusión y análisis		No se aborda de manera específica las interacciones con profesionales de la salud ni los lineamientos éticos aplicables a dichas relaciones.	



Estándar	Tópico SASB	Código	Descripción del parámetro de contabilidad o de actividad	Unidad de medida	Página(s) / URL / Comentario	Omisión
Productos de cuidado personal y para el hogar	Parámetro de actividad	HC-BP-000.A	Número de pacientes tratados.	Número		No aplica, ya que comercializamos únicamente medicamentos de venta libre y no disponemos de una base de datos de pacientes.
		HC-BP-000.B	Número de medicamentos (1) en cartera y (2) en investigación y desarrollo (Fases 1-3).	Número	33	
	Gestión del agua	CG-HP-140a.1	(1) Total de agua extraída, (2) total de agua consumida, porcentaje de cada una en regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto.	Mil metros cúbicos (m <sup>3</sup> ), Porcentaje (%)	129	
		CG-HP-140a.2	Descripción de los riesgos de la gestión del agua y análisis de las estrategias y las prácticas para mitigarlos.	Discusión y análisis	70	Se describen las prácticas de gestión del agua; sin embargo, no se cuenta con una identificación explícita ni un análisis de los riesgos asociados a la extracción, consumo y descarga de agua.
	Desempeño del producto en materia de medioambiente, salud y seguridad	CG-HP-250a.1	Ingresos de productos que contienen sustancias extremadamente preocupantes (SEP) según el reglamento REACH.	Moneda de presentación	18	
		CG-HP-250a.3	Análisis del proceso de identificación y gestión de nuevos materiales y sustancias químicas de interés.	Discusión y análisis	37	
		CG-HP-250a.4	Los ingresos de los productos diseñados de acuerdo a los principios de la química verde o sostenible.	Moneda de presentación		No contamos con productos diseñados bajo los principios de la química verde.
	Gestión del ciclo de vida de los envases	CG-HP-410a.1	(1) Peso total de los envases, (2) porcentaje fabricado con materiales reciclados o renovables y (3) porcentaje que es reciclable, reutilizable o compostable.	Toneladas métricas (t), Porcentaje (%)	2) En 2025, el 95% del total de materiales de empaque utilizados correspondió a materiales con contenido reciclado o renovable	1) No se cuenta con el registro del peso total de empaques adquiridos en toneladas métricas. 3) No se cuenta con la información.
		CG-HP-410a.2	Análisis de las estrategias para reducir el efecto ambiental de los embalajes a lo largo de su ciclo de vida.	Discusión y análisis	75	
	Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro del aceite de palma	CG-HP-430a.1	Cantidad de aceite de palma obtenido, porcentaje certificado a través de las cadenas de suministro de la Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (RSPO) como a) Identidad preservada b) Segregación c) Balance de masas o d) Registro y Reclamo.	Toneladas métricas (t), Porcentaje (%)	Se obtienen 367 toneladas métricas de aceite de palma del cual el 100% está certificado.	
Parámetro de actividad	CG-HP-000.A	Unidades de producto vendidas peso total de los productos vendidos.	Cantidad, toneladas métricas (t)	10		
	CG-HP-000.B	Número de instalaciones de fabricación.	Número	12		



## Reporte de aseguramiento limitado e independiente de una muestra de indicadores 2025 de sostenibilidad presentados en el Informe Anual de Genomma Lab Internacional.

Al Consejo de Administración de Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.:

Growing Verifications llevó a cabo un encargo de aseguramiento limitado sobre una muestra de indicadores clave de desempeño de sostenibilidad (“**muestra de KPIs de sostenibilidad**”) de Genomma Lab Internacional (“**Genomma Lab Internacional**”); desarrollados del 1º de enero al 31 de diciembre de 2025 y presentados en el Informe Anual 2025 “Construyendo las bases para un crecimiento sostenible”, (“**Informe Anual 2025**”). A partir de la página 3 de este reporte se detalla el alcance del aseguramiento de la muestra de KPIs de sostenibilidad asegurada que abarca los 18 países donde tienen operación para temas sociales y de gobernanza, mientras que, para criterios ambientales solo se ha considerado el Complejo Industrial México (conformado por: Complejo Industrial San Cayetano, Corporativo Samara, plantas de Playa Langosta y Playa Pichilingue).

### Responsabilidades y criterios:

La responsabilidad de la dirección de responsabilidad social y sostenibilidad de Genomma Lab Internacional recae en:

- Definir los temas materiales y seleccionar la muestra de KPIs de sostenibilidad.
- Proporcionar evidencia de soporte que asegure la **exactitud, integridad, fiabilidad y suficiencia de la información**, libre de errores o incorrecciones materiales (por fraude o error).
- Diseñar e implementar procedimientos y sistemas internos que permitan **definir, medir, recopilar, validar, procesar y reportar** adecuadamente la muestra de KPIs de sostenibilidad incluidos en el Informe Anual 2025.
- Preparar y presentar el Informe Anual 2025.

La responsabilidad de Growing Verifications, de conformidad con la Norma Internacional de Aseguramiento de la Sostenibilidad (**ISSA, por sus siglas en inglés**) **5000**, Requisitos Generales para los Encargos de Aseguramiento de la sostenibilidad, es:

- Diseñar y aplicar procedimientos que brinden un nivel de seguridad limitada a la muestra de KPIs de sostenibilidad.
- Evaluar la razonabilidad de la muestra de KPIs de sostenibilidad con base en los temas materiales de Genomma Lab Internacional.
- Identificar cualquier asunto significativo que sugiera alguna incorrección material, ya sea por fraude o error, de la muestra de KPIs de sostenibilidad.
- Expresar una conclusión de aseguramiento limitado sobre la preparación y presentación de la muestra de KPIs de sostenibilidad, de conformidad con los **Estándares GRI**, el Sustainability Accounting Standards Board (“**SASB**”) de los sectores: Productos de Cuidado Personal y del Hogar, así como Biotecnología y Productos Farmacéuticos, además de algunos **indicadores estratégicos** para Genomma Lab Internacional, publicados en el Informe Anual 2025.

Growing Verifications S. C. | C. Juan Sánchez Azcona 307 A, Narvarte Poniente, Benito Juárez, 03020 Ciudad de México, CDMX. | [www.growingverifications.com](http://www.growingverifications.com)



Nuestro actuar cumple los **principios éticos** del Código de Ética Profesional del Instituto Mexicano de Contadores Públicos (IMCP), que se alinea al Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad del IESBA (International Ethics Standards Board for Accountants), respetando la integridad, la objetividad, la confidencialidad y el comportamiento profesional. El encargo del aseguramiento descrito en este reporte fue realizado por un equipo que incluye profesionales con la competencia profesional y la experiencia relevante en el aseguramiento de información de sostenibilidad y cumplen con los requerimientos de independencia.

El alcance del encargo de aseguramiento es limitado, por lo que es sustancialmente menor en alcance que un encargo de aseguramiento razonable. No llevamos a cabo una evaluación exhaustiva del diseño ni de la efectividad operativa de los sistemas de gestión y control interno.

Nuestros **procedimientos** consistieron en:

- comprender las estrategias de negocio y de sostenibilidad de Genomma Lab Internacional.
- conocer los procedimientos y sistemas utilizados para definir, medir, recopilar, validar, procesar y reportar la muestra de KPIs de sostenibilidad.
- realizar un análisis de alineación de la muestra de KPIs de sostenibilidad con la materialidad de Genomma Lab Internacional.
- evaluar la suficiencia y adecuación de la evidencia proporcionada por Genomma Lab Internacional.
- revisión de documentación y/o evidencia pública, incluyendo informes de años anteriores.
- aplicación de diversos tipos de análisis de datos para identificar inconsistencias o fluctuaciones inusuales que podrían indicar posibles incorrecciones materiales de la muestra de KPIs de sostenibilidad.
- conversaciones con personal involucrado y responsable de la preparación del Informe Anual Integrado 2025.

En nuestra opinión, sobre la base de los procedimientos realizados, no encontramos factor alguno que nos haga creer que la muestra de KPIs de sostenibilidad no ha sido preparada y presentada de conformidad con los Estándares GRI, el Sustainability Accounting Standards Board (“SASB”) de los sectores: Productos de Cuidado Personal y del Hogar, así como Biotecnología y Productos Farmacéuticos, además de algunos indicadores estratégicos para Genomma Lab Internacional.

**Alma Paulina Garduño Arellano**  
Socia de aseguramiento limitado  
pgarduno@growingverifications.com  
Cel: 5532039023  
México, CDMX

**José de Jesús Hernández Cruz**  
Ejecutor del aseguramiento limitado  
jhernandez@growingverifications.com  
Cel: 5514584288  
México, CDMX

Este reporte se proporciona únicamente para el uso de Genomma Lab Internacional, quedando excluido su empleo por terceros. Este reporte de aseguramiento se expide el 26 de mayo de 2026. Ni Growing Verifications, ni el equipo verificador aceptan responsabilidad alguna derivada de su aplicación para otros fines o por parte de otras personas. Se entrega por separado y exclusivamente a Genomma Lab Internacional un reporte de retroalimentación que detalla los principales hallazgos y recomendaciones destinadas a fortalecer los procesos futuros.

Growing Verifications S. C. | C. Juan Sánchez Azcona 307 A, Narvarte Poniente, Benito Juárez, 03020 Ciudad de México, CDMX. | [www.growingverifications.com](http://www.growingverifications.com)



## Muestra de KPIs de sostenibilidad - Ambientales

KPIs de sostenibilidad	Contenidos GRI, indicadores SASB, y/o indicadores estratégicos para Genomma Lab Internacional	Alcance
<b>Consumo total de combustibles (GJ)</b> <b>Gasolina (F. móvil):</b> 2,208.62 <b>Diésel ( F. móvil + fija):</b> 2,916.50 <b>Gas natural:</b> 58,935.14 <b>Total: 64,060.26</b>	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	Complejo Industrial México
<b>Consumo total de electricidad (GJ)</b> <b>Electricidad:</b> 46,519.87		
<b>Consumo total de energía dentro de la organización (GJ)</b> <b>Total combustible + electricidad:</b> <b>110,580.13</b>		
Cronograma de actividades para la estabilización de descarga de agua residual tratada de tipo industrial aprobado por la CONAGUA.	303-2 Gestión de los impactos relacionados con el vertido de agua	Complejo Industrial México
<b>163.87 megalitros</b> de agua extraída	303-3 Extracción de agua	Complejo Industrial San Cayetano
<b>152.14 megalitros</b> de agua consumida.	303-5 Consumo de agua	Complejo Industrial San Cayetano
El 100% del agua proviene de una zona identificada como de estrés hídrico.	CG-HP-140a.1 (2) total de agua consumida, porcentaje de cada una en regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	Complejo Industrial México

KPIs de sostenibilidad	Contenidos GRI, indicadores SASB, y/o indicadores estratégicos para Genomma Lab Internacional	Alcance
<b>Emisiones de alcance 1 (tCO<sub>2</sub>e)</b> <b>Gasolina (f. móviles):</b> 159.29 <b>Diésel (f. móviles):</b> 205.09 <b>Disésel (f. fija):</b> 14.18 <b>Gas natural (f. fija):</b> 3,309.47 <b>Fugitivas:</b> 68.90  <b>Total de emisiones alcance 1 (tCO<sub>2</sub>e): 3,756.93</b>	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Complejo Industrial México
<b>Emisiones de alcance 2 (tCO<sub>2</sub>e):</b> <b>C.I San Cayetano:</b> 5,242.59 <b>Corporativo Samara:</b> 385.00 <b>Langosta:</b> 105.35 <b>Playa Pichilingue:</b> 3.56  <b>Total de emisiones alcance 2 (tCO<sub>2</sub>e): 5,736.50</b>	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	Complejo Industrial México
<b>Emisiones de alcance 3 (tCO<sub>2</sub>e):</b> <b>Categorías según el GHG protocol</b> <b>Categoría 1: 18,879.31</b> <b>Categoría 2: 4,299.19</b> <b>Categoría 3: 1,595.06</b> <b>Categoría 4: 298.37</b> <b>Categoría 5: 127.36</b> <b>Categoría 6: 152.61</b> <b>Categoría 7: 564.08</b> <b>Categoría 9: 4,100.61</b>  <b>Total de emisiones alcance 3 (tCO<sub>2</sub>e): 30,016.59</b>	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Complejo Industrial México



## Muestra de KPIs de sostenibilidad - Ambientales

KPIs de sostenibilidad	Contenidos GRI, indicadores SASB, y/o indicadores estratégicos para Genomma Lab Internacional	Alcance
<b>Total de residuos (ton)</b> <b>Residuos peligrosos:</b> 922.69 <b>Residuos no peligrosos:</b> 1,512.43  <b>Total: 2,435.12</b>	306-3 Residuos generados	Complejo Industrial México
<b>Total de residuos no eliminados (ton) No peligrosos</b> <b>Reciclaje / reutilizados:</b> 704.84  <b>Total: 704.84</b>	306-4 Residuos no destinados a eliminación	Complejo Industrial México
<b>Total de residuos eliminados (ton) No peligrosos</b> <b>Relleno sanitario:</b> 156.59 <b>Compostaje:</b> 89.07 <b>Incineración con recuperación energética:</b> 561.93 <b>Total: 807.59</b>  <b>Peligrosos</b> <b>Incineración / Co- procesamiento:</b> 922.69 <b>Total: 922.69</b>  <b>Total de residuos destinados a eliminación (ton): 1,730.28</b>	306-5 Residuos destinados a eliminación	Complejo Industrial México

## Muestra de KPIs de sostenibilidad - Sociales

KPIs de sostenibilidad	Contenidos GRI, indicadores SASB, y/o indicadores estratégicos para Genomma Lab Internacional	Alcance
Existencia de código de ética de proveedores de carácter público en: <a href="https://esr.genommalab.com/wp-content/uploads/2020/06/Co%CC%81digo-de-Conducta-y-Etica-para-Proveedores.pdf">https://esr.genommalab.com/wp-content/uploads/2020/06/Co%CC%81digo-de-Conducta-y-Etica-para-Proveedores.pdf</a>	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Genomma Lab Internacional
En 2025 el 100% de los proveedores en Colombia pasaron por un proceso de Due Diligence.	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Genomma Lab Colombia
<b>Total promedio de horas de formación mujeres</b> <b>Operativos:</b> 13.23 <b>Supervisores, Especialistas y Analistas:</b> 32.02 <b>Jefaturas y Coordinadores:</b> 26.93 <b>Gerentes:</b> 21.27 <b>Directores:</b> 29.13 <b>Country Manager:</b> 13.63 <b>Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas:</b> 8.17  <b>Total promedio de horas de formación mujeres: 22.14</b>	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	Genomma Lab Internacional



## Muestra de KPIs de sostenibilidad - Sociales

KPIs de sostenibilidad	Contenidos GRI, indicadores SASB, y/o indicadores estratégicos para Genomma Lab Internacional	Alcance
<b>Total promedio de horas de formación hombres</b> <b>Operativos:</b> 13.22 <b>Supervisores, Especialistas y Analistas:</b> 31.55 <b>Jefaturas y Coordinadores:</b> 25.02 <b>Gerentes:</b> 28.19 <b>Directores:</b> 28.83 <b>Country Manager:</b> 11.89 <b>Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas:</b> 23.57 <b>Comité ejecutivo:</b> 1.50  <b>Total promedio de horas de formación hombres: 21.63</b>	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	Genomma Lab Internacional
<b>Total promedio de horas de formación mujeres y hombres</b> <b>Operativos:</b> 12.80 <b>Supervisores, Especialistas y Analistas:</b> 31.78 <b>Jefaturas y Coordinadores:</b> 25.98 <b>Gerentes:</b> 28.96 <b>Directores:</b> 28.96 <b>Country Manager:</b> 15.88 <b>Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas:</b> 18.95 <b>Comité ejecutivo:</b> 1.50  <b>Total promedio de horas de formación mujeres y hombres: 21.88</b>		

KPIs de sostenibilidad	Contenidos GRI, indicadores SASB, y/o indicadores estratégicos para Genomma Lab Internacional	Alcance
30 organizaciones beneficiadas a través de programas de donativos y voluntariado.	Alcance de programas de donativos y voluntariado.	Genomma Lab Internacional
0 casos de incumplimientos relativos a impactos por salud y seguridad de los productos	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	Genomma Lab Internacional
0 casos de incumplimiento relacionado a etiquetado información y el etiquetado de productos y servicios	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Genomma Lab Internacional
0 casos de incumplimiento relacionado a comunicaciones de marketing.	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Genomma Lab Internacional
Sin pérdidas monetarias relacionadas a incumplimientos relacionados a afirmaciones promocionales	HC-BP-270a.1 Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con afirmaciones promocionales falsa	Genomma Lab Internacional
0 casos de discriminación	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Genomma Lab Internacional



## Muestra de KPIs de sostenibilidad - Sociales

KPIs de sostenibilidad	Contenidos GRI, indicadores SASB, y/o indicadores estratégicos para Genomma Lab Internacional	Alcance
<b>Colaboradores</b> <b>Fallecimientos por accidentes laborales: 0</b> <b>Accidentes graves: 0</b> <b>Accidentes leves: 0</b> <b>Total de accidentes: 0</b> <b>Tasa: 0</b>	Lesiones por accidente laboral	Complejo Industrial México  Se consideran accidentes de San Cayetano (farma, cedis y pc) y de langosta (administrativos)
<b>Colaboradores</b> <b>Fallecimientos por dolencia o enfermedad laboral: 0</b> <b>Dolencias y enfermedades laborales registrables: 0</b> <b>Total: 0</b> <b>Tasa: 0</b>	Dolencias y enfermedades laborales	Complejo Industrial México  Se consideran accidentes de San Cayetano (farma, cedis y pc) y de langosta (administrativos)

KPIs de sostenibilidad	Contenidos GRI, indicadores SASB, y/o indicadores estratégicos para Genomma Lab Internacional	Alcance																																																																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Puesto</th> <th colspan="5">2025</th> </tr> <tr> <th>61 - 79 años</th> <th>45 - 60 años</th> <th>29 - 44 años</th> <th>18 - 28 años</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mujeres</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Operativos</td> <td>0</td> <td>30</td> <td>117</td> <td>67</td> <td>214</td> </tr> <tr> <td>Jefaturas y Coordinadores</td> <td>1</td> <td>22</td> <td>81</td> <td>3</td> <td>107</td> </tr> <tr> <td>Supervisores, Especialistas y Analistas</td> <td></td> <td>49</td> <td>203</td> <td>76</td> <td>328</td> </tr> <tr> <td>Directores</td> <td></td> <td>9</td> <td>6</td> <td></td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>Gerentes</td> <td>1</td> <td>13</td> <td>38</td> <td></td> <td>52</td> </tr> <tr> <td>Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas</td> <td></td> <td>2</td> <td>4</td> <td></td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Country Manager</td> <td></td> <td>3</td> <td>7</td> <td></td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Comité ejecutivo</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>0</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>2</b></td> <td><b>128</b></td> <td><b>456</b></td> <td><b>146</b></td> <td><b>732</b></td> </tr> </tbody> </table>	Puesto	2025					61 - 79 años	45 - 60 años	29 - 44 años	18 - 28 años	Total	Mujeres						Operativos	0	30	117	67	214	Jefaturas y Coordinadores	1	22	81	3	107	Supervisores, Especialistas y Analistas		49	203	76	328	Directores		9	6		15	Gerentes	1	13	38		52	Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas		2	4		6	Country Manager		3	7		10	Comité ejecutivo					0	<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>128</b>	<b>456</b>	<b>146</b>	<b>732</b>	Desglose de plantilla laboral por género, categoría laboral y edad	Genomma Lab Internacional
Puesto		2025																																																																							
	61 - 79 años	45 - 60 años	29 - 44 años	18 - 28 años	Total																																																																				
Mujeres																																																																									
Operativos	0	30	117	67	214																																																																				
Jefaturas y Coordinadores	1	22	81	3	107																																																																				
Supervisores, Especialistas y Analistas		49	203	76	328																																																																				
Directores		9	6		15																																																																				
Gerentes	1	13	38		52																																																																				
Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas		2	4		6																																																																				
Country Manager		3	7		10																																																																				
Comité ejecutivo					0																																																																				
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>128</b>	<b>456</b>	<b>146</b>	<b>732</b>																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Puesto</th> <th colspan="5">2025</th> </tr> <tr> <th>61 - 79 años</th> <th>45 - 60 años</th> <th>29 - 44 años</th> <th>18 - 28 años</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hombres</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Operativos</td> <td>1</td> <td>67</td> <td>157</td> <td>92</td> <td>317</td> </tr> <tr> <td>Jefaturas y Coordinadores</td> <td>2</td> <td>31</td> <td>87</td> <td>3</td> <td>123</td> </tr> <tr> <td>Supervisores, Especialistas y Analistas</td> <td>1</td> <td>72</td> <td>170</td> <td>72</td> <td>315</td> </tr> <tr> <td>Directores</td> <td></td> <td>12</td> <td>12</td> <td></td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>Gerentes</td> <td>2</td> <td>28</td> <td>39</td> <td>2</td> <td>71</td> </tr> <tr> <td>Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas</td> <td></td> <td>8</td> <td>1</td> <td></td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>Country Manager</td> <td>2</td> <td>8</td> <td>5</td> <td></td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>Comité ejecutivo</td> <td></td> <td>3</td> <td></td> <td></td> <td>3</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>8</b></td> <td><b>229</b></td> <td><b>471</b></td> <td><b>169</b></td> <td><b>877</b></td> </tr> </tbody> </table>	Puesto	2025					61 - 79 años	45 - 60 años	29 - 44 años	18 - 28 años	Total	Hombres						Operativos	1	67	157	92	317	Jefaturas y Coordinadores	2	31	87	3	123	Supervisores, Especialistas y Analistas	1	72	170	72	315	Directores		12	12		24	Gerentes	2	28	39	2	71	Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas		8	1		9	Country Manager	2	8	5		15	Comité ejecutivo		3			3	<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>229</b>	<b>471</b>	<b>169</b>	<b>877</b>		
Puesto		2025																																																																							
	61 - 79 años	45 - 60 años	29 - 44 años	18 - 28 años	Total																																																																				
Hombres																																																																									
Operativos	1	67	157	92	317																																																																				
Jefaturas y Coordinadores	2	31	87	3	123																																																																				
Supervisores, Especialistas y Analistas	1	72	170	72	315																																																																				
Directores		12	12		24																																																																				
Gerentes	2	28	39	2	71																																																																				
Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas		8	1		9																																																																				
Country Manager	2	8	5		15																																																																				
Comité ejecutivo		3			3																																																																				
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>229</b>	<b>471</b>	<b>169</b>	<b>877</b>																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Puesto</th> <th colspan="5">2025</th> </tr> <tr> <th>61 - 79 años</th> <th>45 - 60 años</th> <th>29 - 44 años</th> <th>18 - 28 años</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mujeres + Hombres</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Operativos</td> <td>1</td> <td>97</td> <td>274</td> <td>159</td> <td>531</td> </tr> <tr> <td>Jefaturas y Coordinadores</td> <td>3</td> <td>53</td> <td>168</td> <td>6</td> <td>230</td> </tr> <tr> <td>Supervisores, Especialistas y Analistas</td> <td>1</td> <td>121</td> <td>373</td> <td>148</td> <td>643</td> </tr> <tr> <td>Directores</td> <td>0</td> <td>21</td> <td>18</td> <td>0</td> <td>39</td> </tr> <tr> <td>Gerentes</td> <td>3</td> <td>41</td> <td>77</td> <td>2</td> <td>123</td> </tr> <tr> <td>Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas</td> <td>0</td> <td>10</td> <td>5</td> <td>0</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>Country Manager</td> <td>2</td> <td>11</td> <td>12</td> <td>0</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>Comité ejecutivo</td> <td>0</td> <td>3</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>10</b></td> <td><b>357</b></td> <td><b>927</b></td> <td><b>315</b></td> <td><b>1609</b></td> </tr> </tbody> </table>	Puesto	2025					61 - 79 años	45 - 60 años	29 - 44 años	18 - 28 años	Total	Mujeres + Hombres						Operativos	1	97	274	159	531	Jefaturas y Coordinadores	3	53	168	6	230	Supervisores, Especialistas y Analistas	1	121	373	148	643	Directores	0	21	18	0	39	Gerentes	3	41	77	2	123	Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas	0	10	5	0	15	Country Manager	2	11	12	0	25	Comité ejecutivo	0	3	0	0	3	<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>357</b>	<b>927</b>	<b>315</b>	<b>1609</b>		
Puesto		2025																																																																							
	61 - 79 años	45 - 60 años	29 - 44 años	18 - 28 años	Total																																																																				
Mujeres + Hombres																																																																									
Operativos	1	97	274	159	531																																																																				
Jefaturas y Coordinadores	3	53	168	6	230																																																																				
Supervisores, Especialistas y Analistas	1	121	373	148	643																																																																				
Directores	0	21	18	0	39																																																																				
Gerentes	3	41	77	2	123																																																																				
Clúster Manager, General Manager de Business Unit, Director Global de Ventas y Director Global de Finanzas	0	10	5	0	15																																																																				
Country Manager	2	11	12	0	25																																																																				
Comité ejecutivo	0	3	0	0	3																																																																				
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>357</b>	<b>927</b>	<b>315</b>	<b>1609</b>																																																																				



## Muestra de KPIs de sostenibilidad - Gobernanza

KPIs de sostenibilidad	Contenidos GRI, indicadores SASB, y/o indicadores estratégicos para Genomma Lab Internacional	Alcance
Existencia del proceso de elaboración de doble materialidad.	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	Genomma Lab Internacional
<b>Temas doblemente materiales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>° Desempeño económico</li> <li>° Relación con inversionistas</li> <li>° Soluciones circulares</li> <li>° Impactos físicos y riesgos del cambio climático</li> <li>° Salud y bienestar del consumidor</li> <li>° Seguridad y calidad de productos</li> <li>° Gestión del agua</li> <li>° Trazabilidad</li> <li>° Gestión responsable de la cadena de valor</li> <li>° Accesibilidad y asequibilidad</li> <li>° Negocio responsable</li> </ul> <b>Temas financieramente materiales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>° Relación con autoridades</li> <li>° Marketing responsable y etiquetado</li> <li>° Atracción y retención del talento</li> <li>° Gestión de impactos ambientales en la cadena de valor</li> </ul> <b>Temas materiales de impacto</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>° Innovación de productos e investigación</li> <li>° Gobierno corporativo</li> <li>° Gestión de emisiones</li> <li>° Ética y corrupción</li> <li>° Gestión energéticas</li> </ul> <b>Temas potencialmente materiales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>° Biodiversidad y deforestación</li> <li>° Salud y seguridad de los colaboradores (as)</li> <li>° Inclusión social</li> <li>° Diversidad e inclusión</li> <li>° Ciberseguridad</li> <li>° Protección a los derechos humanos</li> <li>° Gestión de residuos</li> </ul>	3-2 Lista de temas materiales	Genomma Lab Internacional

KPIs de sostenibilidad	Contenidos GRI, indicadores SASB, y/o indicadores estratégicos para Genomma Lab Internacional	Alcance
Consejo de administración, disponible en: <a href="https://inversionistas.genommalab.com/gobierno-corporativo/">https://inversionistas.genommalab.com/gobierno-corporativo/</a>	2-9 Estructura de gobernanza y composición	Genomma Lab Internacional
Políticas públicas, disponibles en: <a href="https://esr.genommalab.com/es/politicas/">https://esr.genommalab.com/es/politicas/</a>	2-23 Compromisos y políticas	Genomma Lab Internacional
0 casos de incumplimientos a leyes o normativas	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	Genomma Lab Internacional
0 casos de corrupción confirmados	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Genomma Lab Internacional
No hubo contribuciones a partidos y/o representantes políticos	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos	Genomma Lab Internacional
Sin pérdidas monetarias relacionadas a temas de corrupción y soborno	HC-BP-510a.1 Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la corrupción y el soborno	Genomma Lab Internacional
0 casos de violación a la privacidad del cliente y pérdida de datos	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Genomma Lab Internacional

7



# ANEXO 8: ACERCA DE ESTE INFORME<sup>102</sup>

GRI 2-1, 2-2, 2-3, 2-5, 2-14

Presentamos nuestro **Informe Anual Integrado 2025**, a través del cual comunicamos de manera transparente nuestras contribuciones más relevantes a la economía, el medio ambiente y las personas, en línea con nuestro compromiso con el desarrollo sostenible.

Este informe ha sido elaborado utilizando como referencia los Estándares GRI, para el periodo comprendido entre el 1 de enero 2025 y el 31 de diciembre 2025. Adicionalmente, consideramos la alineación con otros marcos internacionales de referencia, como SASB y NIIF S1 y S2, entre otros.

El alcance del informe comprende a todas las subsidiarias y entidades incluidas en los estados financieros consolidados, representando aproximadamente el 100% de los ingresos consolidados totales de la compañía correspondientes al ejercicio 2025.

El proceso de elaboración del informe se basa en la determinación de los temas materiales, derivada del análisis de materialidad realizado en 2023. Finalmente, el Informe es revisado y aprobado por el equipo directivo, con el respaldo del Consejo de Administración, responsable de supervisar y validar la información presentada. Nuestro informe se ha sometido a una verificación externa independiente<sup>103</sup>, con un alcance limitado a 29 indicadores.

No obstante, la información ambiental y de seguridad y salud ocupacional corresponde exclusivamente a la operación del Complejo Industrial San Cayetano, en México. Adicionalmente, destacamos que en las geografías donde operamos, las taxonomías sostenibles actualmente constituyen marcos de referencia voluntarios y no requisitos regulatorios obligatorios. En consecuencia, no estamos legalmente obligados y no reportamos ingresos, gastos operativos o inversiones de capital, bajo un marco de taxonomía sostenible.

Contribuimos al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, informando de manera clara y transparente nuestro progreso.

## ESTÁNDARES INTERNACIONALES APLICADOS

Este informe avanza en la adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera de Sostenibilidad (NIIF S1 y S2), alineando nuestra comunicación con los estándares globales más recientes en sostenibilidad.



Aplicamos los Estándares Universales GRI 1, 2 y 3 en su versión más reciente (2021), junto con los Estándares Temáticos correspondientes, garantizando la calidad, consistencia y transparencia de nuestra información en materia de sostenibilidad.



Reportamos conforme a los estándares sectoriales del SASB, aplicables a Productos de Cuidado Personal y del Hogar, así como a Biotecnología y Productos Farmacéuticos.



Nos alineamos con las recomendaciones del TCFD, fortaleciendo la transparencia y la resiliencia de nuestra estrategia frente al cambio climático.



<sup>102</sup> Es relevante destacar que la información proporcionada en este informe tiene un carácter meramente informativo y no debe considerarse como un medio oficial de comunicación para Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. y sus filiales.

<sup>103</sup> Ver Anexo 7. Carta de verificación no financiera. Verificación realizada por: Growing Verifications



## CÓMO LEER ESTE INFORME

- **Al inicio de cada sección:** se encuentran referenciados los estándares GRI utilizados y aplicables, así como los parámetros establecidos por los estándares SASB y las recomendaciones del TCFD.
- **En la sección de Anexos:** presentamos el detalle de nuestra gestión en sostenibilidad, incluyendo el análisis de materialidad, los principales riesgos, oportunidades e impactos identificados. Además, comunicamos el detalle de la información cuantitativa referente a nuestro desempeño ambiental, social y de gobierno corporativo (ASG). Finalmente, compartimos los mecanismos de relacionamiento que tenemos con los grupos de interés, reconocimientos, participación en asociaciones sectoriales e índices de reporte para los estándares GRI y SASB.

## INFORMACIÓN PARA INVERSIONISTAS Y GRUPOS DE INTERÉS

Razón social	Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V.
Oficina corporativa	Av. Antonio Dovalí Jaime #70 Torre C Piso 2, Despacho A, Col. Santa Fe, Del. Álvaro Obregón, Ciudad de México. C.P. 01210.
Teléfono	(55) 5081 0000
Sitio web	www.genommalab.com
Relación con inversionistas	Christianne Ibañez / Daniel Suárez Correo: investor.relations@genommalab.com Sitio web: inversionistas.genommalab.com
Responsabilidad social y sostenibilidad	Tania Rodríguez Correo: sustentabilidad@genommalab.com
Bolsa Mexicana de Valores	Las participaciones de Genomma Lab Internacional, S.A.B. de C.V. están listadas en la Bolsa Mexicana de Valores con el símbolo "LABB" (Bloomberg: LABB.MM) desde el 18 de junio de 2008.
Difusión del informe anual	Sitio web oficial, correo electrónico, Bolsa Mexicana de Valores y sitio web del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
Fecha de publicación del informe	28 de mayo del 2026



***Genomma Lab.***®  
*Internacional*