

VENTAS NETAS CRECEN 15.2% Y EBITDA 5.7% EN 4T21

Monterrey, México, 15 de febrero 2022 – Arca Continental, S.A.B. de C.V. (BMV: AC*) (“Arca Continental” o “AC”), el segundo embotellador más grande de Coca-Cola en América Latina, anunció sus resultados para el cuarto trimestre de 2021 y acumulado a diciembre de 2021 (“4T21” y “12M21”).

Tabla 1: Datos Financieros Relevantes

CIFRAS CONSOLIDADAS EN MILLONES DE PESOS MEXICANOS						
	4T21	4T20	Variación %	Ene-Dic'21	Ene-Dic'20	Variación %
Volumen Total de Bebidas (MCU)	593.6	561.1	5.8	2,279.7	2,154.8	5.8
Ventas Netas	49,138	42,665	15.2	183,366	169,314	8.3
EBITDA	9,127	8,633	5.7	35,406	32,147	10.1
Utilidad Neta	3,187	2,519	26.5	12,282	10,276	19.5

Volumen total de bebidas incluye garrafón

Ventas Netas sin incluir Ingresos FT en USA

EBITDA = Utilidad de operación + Depreciación + Amortización + Gastos No Recurrentes

DATOS RELEVANTES PARA EL CUARTO TRIMESTRE DE 2021

- Ventas Netas aumentaron 15.2% con respecto al 4T20, alcanzando los Ps. 49,138 millones.
- EBITDA se incrementó 5.7% a Ps. 9,127 millones con un margen de 18.6%.
- Utilidad Neta creció 26.5% con un margen de 6.5% y un monto de Ps. 3,187 millones.

DATOS RELEVANTES PARA EL ACUMULADO A DICIEMBRE 2021

- Ventas Netas aumentaron 8.3% con respecto al 2020, a Ps. 183,366 millones.
- EBITDA se incrementó 10.1% alcanzando Ps. 35,406 millones con margen de 19.3%, una expansión de 30 pb.
- Utilidad Neta registró los Ps. 12,282 millones con un margen de 6.7% y un crecimiento de 19.5%.

COMENTARIO DEL DIRECTOR GENERAL

La capacidad de nuestro gran equipo de colaboradores para enfrentar entornos retadores nos permitió en 2021 incrementar 8.3% las ventas anuales y generar volúmenes superiores a los logrados previo a la pandemia. Este sólido desempeño, combinado con una disciplina financiera enfocada en proteger la rentabilidad del negocio, se tradujeron en un incremento del flujo de operación de 10.1%, así como en una expansión del margen de 30 puntos base por segundo año consecutivo”, dijo Arturo Gutiérrez, Director General de Arca Continental.

“Durante 2022, la sólida ejecución en el punto de venta y el permanente enfoque en la eficiencia operativa, sustentarán nuestro objetivo de mantener la tendencia positiva en ventas, el crecimiento del flujo operativo y la creación de valor sostenible, siempre en búsqueda de satisfacer las necesidades de clientes y consumidores, así como fortalecernos como una empresa socialmente responsable y atractiva opción de inversión para el mercado”, agregó.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Las cifras presentadas en este reporte se encuentran bajo Normas Internacionales de Información Financiera o IFRS.

TABLA 2: CIFRAS CONSOLIDADAS

	4T21	4T20	Variación %	Ene-Dic'21	Ene-Dic'20	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	313.6	297.7	5.3	1,187.4	1,142.0	4.0
Sabores	117.5	110.8	6.1	428.5	396.9	8.0
Total Refrescos	431.2	408.5	5.5	1,615.9	1,538.9	5.0
Agua*	60.0	55.1	8.8	239.3	215.4	11.1
No Carbonatados**	49.6	43.8	13.3	197.6	170.1	16.1
Volumen sin garrafón	540.7	507.3	6.6	2,052.8	1,924.3	6.7
Garrafón	52.9	53.8	-1.7	226.9	230.4	-1.5
Volumen Total	593.6	561.1	5.8	2,279.7	2,154.8	5.8
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas***	49,138	42,665	15.2	183,366	169,314	8.3
EBITDA	9,127	8,633	5.7	35,406	32,147	10.1
Margen EBITDA	18.6%	20.2%	-160 bp	19.3%	19.0%	30 bp

* Incluye agua purificada, saborizada y mineral en presentaciones personales de hasta 5Lts.

** Incluye té, isotónicos, energéticos, jugos, néctares y bebidas de fruta.

***Ventas Netas sin incluir Ingresos FT en USA

ANÁLISIS FINANCIERO

ESTADO DE RESULTADOS

- Las ventas netas consolidadas en el 4T21 se incrementaron 15.2% alcanzando Ps. 49,138 millones. En el 2021, se incrementaron un 8.3% comparado al año anterior, para alcanzar los Ps. 183,366 millones.
- En el 4T21, el volumen de ventas se incrementó 6.6%, sin incluir garrafón, principalmente por la recuperación en las categorías de no carbonatados y agua personal que tuvieron un crecimiento de 13.3% y 8.8%, respectivamente. A nivel consolidado en el 2021, el volumen alcanzó las 2,052.8 MCU, un incremento de 6.7% (sin incluir agua en garrafón).
- El costo de ventas en el cuarto trimestre aumentó 15.5%, principalmente debido al incremento en el precio de algunas de las principales materias primas. La utilidad bruta consolidada incrementó durante el trimestre 14.7%, alcanzando los Ps. 22,553 millones para reflejar un margen bruto de 45.9%. En 2021, la utilidad bruta alcanzó Ps. 83,333 millones y un margen del 45.4%, 10 puntos base mayor respecto al 2020.



- Los gastos de administración y venta en el último trimestre del año aumentaron a Ps. 15,816 millones, un 32.2% con respecto a las ventas y 160 puntos base mayor al 4T20. En el año, los gastos operativos aumentaron un 5.7% a Ps. 57,536 millones, un 31.4% con respecto a las ventas, 80 puntos base menor respecto al año anterior.
- Durante el 4T21, la utilidad de operación consolidada incrementó 5.0% a Ps. 6,309 millones y representando un margen de operación de 12.8%. La utilidad de operación acumulada en el año incrementó 18.1% alcanzando Ps. 25,361 millones que representa un margen operativo de 13.8%, 110 puntos base adicionales a 2020.
- En el último trimestre del año, el flujo de caja operativo ("EBITDA") consolidado aumentó a Ps. 9,127 millones, representando un margen de 18.6% y un crecimiento de 5.7% respecto al mismo trimestre del año anterior. Al cierre de 2021, aumentó 10.1% y alcanzó Ps. 35,406 millones, para un margen de 19.3%, una expansión de 30 puntos base comparado con 2020.
- El costo integral de financiamiento en el 4T21 fue Ps. 864 millones, 43.7% menor respecto al 4T20, principalmente por una pérdida cambiaria menor con respecto al año anterior. En el 2021 fue de Ps. 3,293 millones, 5.3% menor respecto al año anterior.
- En el 4T21, el impuesto a la utilidad refleja una tasa efectiva de 31.8% y un monto de Ps. 1,771 millones, 30.5% mayor respecto al 4T20. En 2021 el impuesto fue de Ps. 6,983 millones, un 28.7% mayor respecto al año anterior, representando una tasa efectiva de 31.6%.
- La utilidad neta en el 4T21 alcanzó los Ps. 3,187 millones, 26.5% mayor, reflejando un margen de 6.5% y acumulada en 2021, Ps. 12,282 millones, con un margen neto de 6.7%.

BALANCE GENERAL Y FLUJO DE EFECTIVO

- El saldo en caja al mes diciembre de 2021 fue de Ps. 32,117 millones y una deuda de Ps. 51,074 millones, resultando en una deuda neta de Ps. 18,957 millones. Por lo tanto, la razón de Deuda Neta/EBITDA fue de 0.5 veces.
- El flujo de efectivo neto de operación fue de Ps. 31,069 millones al mes de diciembre de 2021.
- Durante el 2021, la inversión en activos fijos fue de Ps. 7,176 millones, destinada principalmente a la adquisición de refrigeradores, envases retornables y capacidades de ejecución en el mercado.

México

Arca Continental reporta su información en tres regiones: México, Estados Unidos y Sudamérica (que incluye Perú, Argentina y Ecuador). Cada una incluye los resultados de los negocios de bebidas y negocios complementarios.

TABLA 3: CIFRAS PARA MÉXICO

	4T21	4T20	Variación %	Ene-Dic'21	Ene-Dic'20	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	185.4	177.2	4.6	730.6	713.3	2.4
Sabores	34.6	33.4	3.5	136.7	132.0	3.5
Total Refrescos	220.0	210.6	4.5	867.3	845.3	2.6
Agua*	28.6	25.8	10.8	119.9	104.4	14.9
No Carbonatados**	19.0	16.6	14.3	75.8	66.4	14.0
Volumen sin Garrafón	267.6	253.0	5.8	1,063.0	1,016.1	4.6
Garrafón	50.9	51.6	-1.5	219.2	222.4	-1.4
Volumen Total	318.4	304.7	4.5	1,282.2	1,238.5	3.5
Mezclas (%)						
Retornable	30.6	32.7	-2.0	32.0	33.3	-1.3
No Retornable	69.4	67.3	2.0	68.0	66.7	1.3
Familiar	58.1	60.4	-2.2	57.9	59.9	-2.0
Personal	41.9	39.6	2.2	42.1	40.1	2.0
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas	20,252	17,924	13.0	78,642	70,174	12.1
EBITDA	4,556	4,053	12.4	19,252	16,844	14.3
Margen EBITDA	22.5%	22.6%	-10 bp	24.5%	24.0%	50 bp

* Incluye agua purificada, saborizada y mineral en presentaciones personales de hasta 5Lts.

** Incluye téis, isotónicos, energéticos, jugos, néctares y bebidas de fruta.

RESULTADOS OPERATIVOS PARA MÉXICO

- Las ventas netas para la región de México en el 4T21 fueron de Ps. 20,252 millones, un alza de 13.0%. El volumen de ventas alcanzó 318.4 MCU, un incremento de 4.5% respecto al 4T20. El precio promedio por caja unidad sin garrafón se incrementó a Ps. 70.98 en el trimestre, un aumento de 6.5% resultado de ajustes selectivos de precio y un efecto favorable de la mezcla. Durante el 2021, las ventas aumentaron 12.1% a Ps. 78,642 millones y el volumen alcanzó 1,282.2 MCU, un incremento de 3.5% comprada con el año anterior y un 1.8% comparado con 2019.
- Al 4T21, el flujo operativo (EBITDA) de México alcanzó Ps. 4,556 millones con una dilución de 10 puntos base representando un margen de 22.5%, esta dilución se debe principalmente al incremento de materias primas como edulcorantes y PET, combinado con un mayor gasto operativo. Acumulado en



el año, este rubro alcanzó Ps. 19,252 millones incrementando 14.3%, lo que representa un margen de 24.5% y una expansión de 50 puntos base comparado con 2020.

- En el trimestre, se inauguró un nuevo centro de distribución que atenderá a miles de clientes y consumidores en diferentes municipios en Coahuila. Con una inversión de Ps. 216 millones, tiene capacidad para almacenar 7,000 tarimas de mercancía y 97 toneladas de producto en refrigeración.
- La marca Coca-Cola logró un crecimiento por sexto año consecutivo, cerrando 2021 con un aumento de 2.8%, resultado impulsado principalmente por el relanzamiento de Coca-Cola Sin Azúcar.
- En el trimestre, la mezcla de empaques personales tuvo un crecimiento de 2.2%, como resultado de la continua recuperación en los canales relevantes para este empaque, como entretenimiento y supermercados.
- El canal tradicional continuó mostrando resiliencia durante el trimestre con crecimiento de 1.9% contra 4T20 y 10.9% comparado con 4T19, explicado principalmente por el buen desempeño de las categorías de colas, agua purificada e isotónicos. Las acciones que llevaron a estos resultados fueron el lanzamiento del envase Ciel 1.2L y la promoción “*Comparte una Coca-Cola*” que aportó al crecimiento de las presentaciones personales.
- En AC Digital, se aceleró la expansión de los servicios logrando captar 79 mil clientes en 2021, llegando a 8% de los pedidos totales, con ello se ha logrado invertir más tiempo en la ejecución en el mercado y desarrollo de nuevos clientes.
- La categoría de sabores tuvo un crecimiento de 3.5% impulsada principalmente por acciones de promoción que ayudaron este segmento como la alianza estratégica con Bokados para ofrecer promociones conjuntas con presentaciones de sabores. Lo anterior combinado con el seguimiento de lanzamientos como el sabor manzana-melocotón, la cobertura de empaques clave y las estrategias enfocadas para desarrollar los segmentos familiares.
- En el 2021, las innovaciones y lanzamientos obtuvieron resultados positivos. Topo Chico Hard Seltzer siguió ocupando el 2do y 3er lugar en participación de mercado en Guadalajara y Monterrey, respectivamente, gracias a estrategias de ejecución en el punto de venta como inversiones en refrigeradores, exhibiciones de comunicación y planes exclusivos para el canal on-premise. Se continuó con el despliegue de Costa Coffee al resto de los territorios y Topo Chico Twist logró una cobertura importante en el canal tradicional.
- Bokados tuvo incremento de doble dígito en ventas y EBITDA en el cuarto trimestre del año, impulsado por la recuperación del canal moderno y la gestión eficiente de descuentos y devoluciones. Adicionalmente, se realizaron lanzamientos de Prispas Queso Enchilado, Bokachitos Bites Queso y Topitos Chile Limón.



Estados Unidos

La región de Estados Unidos incluye el negocio de bebidas de Coca-Cola Southwest Beverages (CCSWB) y el de botanas de Wise y Deep River.

TABLA 4: CIFRAS PARA ESTADOS UNIDOS

	4T21	4T20	Variación %	Ene-Dic'21	Ene-Dic'20	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	53.0	51.9	2.2	204.1	202.2	0.9
Sabores	29.5	27.8	6.0	116.1	108.9	6.6
Total Refrescos	82.5	79.7	3.5	320.2	311.1	2.9
Agua*	12.1	11.6	3.6	52.8	53.5	-1.2
No Carbonatados**	16.2	15.1	7.1	71.7	66.8	7.3
Volumen Total	110.7	106.4	4.0	444.7	431.4	3.1
Mezclas (%)						
Familiar	68.0	68.9	-0.9	67.1	67.4	-0.3
Personal	32.0	31.1	0.9	32.9	32.6	0.3
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas***	18,666	15,831	17.9	69,323	66,380	4.4
EBITDA	2,300	2,269	1.4	9,250	8,846	4.6
Margen EBITDA	12.3%	14.3%	-200 bp	13.3%	13.3%	0 bp

* Incluye agua purificada, saborizada y mineral en presentaciones personales de hasta 5Lts.

** Incluye té, isotónicos, energéticos, jugos, néctares y bebidas de fruta.

***Ventas Netas sin incluir Ingresos FT en USA

RESULTADOS OPERATIVOS PARA ESTADOS UNIDOS

- En el 4T21, las ventas netas para la región de Estados Unidos registraron Ps. 18,666 millones, representando un incremento de 17.9% respecto al 4T20. El volumen de ventas fue de 110.7 MCU, un incremento de 4.0%. Acumulado en el año, las ventas netas crecieron 4.4% alcanzando Ps. 69,323 millones y el volumen registró 444.7 MCU, 3.1% mayor respecto a 2020 y 0.7% comparado con 2019.
- En el 4T21, el flujo operativo (EBITDA) de la región alcanzó Ps. 2,300 millones y un margen de 12.3%, una dilución de 200 puntos base. A diciembre de 2021, el EBITDA aumentó 4.6% a Ps. 9,250 millones, lo que representa un margen de 13.3%, en línea con 2020.
- El precio neto del trimestre se incrementó 13.6%, como resultado de una sólida estrategia de precio-empaque, el incremento de precios realizado en agosto y un efecto positivo de la mezcla de 2.9%.
- A nivel canales, on-premise tuvo un crecimiento del 18.6% con respecto al año anterior y el canal de tiendas grandes aumentó 5.7%, principalmente por iniciativas de ejecución en el mercado donde se impulsaron envases con mejor rentabilidad como refrescos en empaques personales y BodyArmor.
- Este trimestre hubo un cambio favorable en la mezcla, el volumen cambió sustancialmente a empaques personales, donde la mezcla creció 1.6 puntos porcentuales, a medida que el canal on-premise continúa recuperándose y los consumidores reanudan sus actividades.
- La participación de valor en el canal de tiendas grandes aumentó 0.7 puntos porcentuales, impulsado por un sólido desempeño en refrescos que ganó 1.7 puntos porcentuales, BodyArmor y Vitaminwater ganaron participación hasta 3.6pp y 4.3pp, respectivamente.



- Durante el trimestre, se continuó viendo una fuerte demanda, impulsada por la confianza del consumidor, las festividades navideñas y el desempeño del canal de tiendas grandes.
- La categoría de no carbonatados creció 7.1% derivado principalmente de un aumento de 23.3% en canal on-premise, impulsado por el crecimiento de Powerade, Minute Maid y BodyArmor con el lanzamiento de BodyArmor Edge.
- Durante el cuarto trimestre, las ventas a través de la plataforma mycoke.com representaron 10.4% de los ingresos totales de la región, teniendo más de 20 mil clientes que realizaron pedidos en 2021.
- La estrategia y la agenda digital en Estados Unidos fue una prioridad en 2021. Se creó una oficina digital que coordina el programa y a todas las áreas funcionales en la cadena de valor y formaliza una sólida ruta de transformación digital. El programa se enfoca en la digitalización, automatización de procesos, participación digital de clientes y consumidores, y la implementación de habilitadores digitales clave. Se gestionaron y entregaron con éxito 31 iniciativas.
- Durante 2021, se desplegó una infraestructura de IT de última generación para procesar la vasta cantidad de datos, con un enfoque escalable y eficiente que permite ampliar aún más el despliegue de la gestión de actividad promocional.
- En Estados Unidos, AC es el primer embotellador en lanzar presentaciones con empaques retornables como una alternativa sostenible, con un programa piloto desplegado en el Paso, Texas, consistente en 2 presentaciones: 6 botellas retornables en Canal Hogar y una presentación individual para los clientes del canal on-premise.
- Wise Snacks tuvo una tendencia positiva con volumen y ventas creciendo a doble dígito. Para compensar el incremento en materias primas, el negocio continúa con incremento de precios y planes de ahorro que incluyen la reducción de costos de flete, reducción de promociones, entre otros. Además, está en proceso de racionalización del portafolio para hacer más eficiente la operación.

Sudamérica

La región de Sudamérica incluye los negocios de bebidas de Perú, Argentina, Ecuador y el de botanas Inalecsa en Ecuador.

TABLA 5: CIFRAS PARA SUDAMÉRICA

	4T21	4T20	Variación %	Ene-Dic'21	Ene-Dic'20	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	75.2	68.6	9.5	252.7	226.4	11.6
Sabores	53.5	49.5	8.0	175.7	156.0	12.6
Total Refrescos	128.7	118.2	8.9	428.4	382.4	12.0
Agua*	19.3	17.8	8.5	66.6	57.5	15.8
No Carbonatados**	14.5	11.9	21.6	50.2	36.9	35.9
Volumen sin Garrafón	162.4	147.9	9.8	545.1	476.8	14.3
Garrafón	2.0	2.1	-5.6	7.6	8.0	-4.9
Volumen Total	164.4	150.0	9.6	552.7	484.9	14.0
Mezclas (%)						
Retornable	29.3	30.8	-1.5	31.1	32.6	-1.5
No Retornable	70.7	69.2	1.5	68.9	67.4	1.5
Familiar	71.5	74.3	-2.7	71.8	74.8	-3.1
Personal	28.5	25.7	2.7	28.2	25.2	3.1
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas	10,220	8,910	14.7	35,402	32,760	8.1
EBITDA	2,271	2,311	-1.8	6,903	6,458	6.9
Margen EBITDA	22.2%	25.9%	-370 bp	19.5%	19.7%	-20 bp

* Incluye agua purificada, saborizada y mineral en presentaciones personales de hasta 5Lts.

** Incluye téis, isotónicos, energéticos, jugos, néctares y bebidas de fruta.

RESULTADOS OPERATIVOS PARA SUDAMÉRICA

- En el 4T21, las ventas de la división Sudamérica fueron de Ps. 10,220 millones, un incremento de 14.7%, impulsado por volúmenes positivos en las tres operaciones. En el 2021, las ventas alcanzaron Ps. 35,402 millones, con un crecimiento de 8.1% con respecto al 2020.
- El volumen de Sudamérica aumentó 9.8% a 162.4 MCU en el trimestre, sin incluir garrafón, principalmente por crecimientos en las categorías de no carbonatados y colas que incrementaron 21.6% y 9.5%, respectivamente. Acumulado en el año el volumen total en esta región incrementó 14.0% comparado con 2020 y 2.6% contra 2019.



- El EBITDA en la región de Sudamérica disminuyó 1.8% a Ps. 2,271 millones en el 4T21, reflejando un margen de 22.2%, una dilución de 370 puntos base comparado con el 2020. A diciembre 2021, el EBITDA fue de Ps. 6,903 millones, un crecimiento de 6.9% y un margen de 19.5%, 20 puntos básicos menor respecto al 2020.

Perú

- En el 4T21, el volumen de ventas en Perú creció 10.1% con respecto al 4T20, principalmente por incrementos en las categorías de no carbonatados y colas que tuvieron crecimientos de 15.0% y 13.8%, respectivamente. Acumulado en 2021 el volumen de ventas aumentó 16.1% respecto al 2020 y estuvo en línea comparado con 2019.
- La categoría de refresco tuvo un crecimiento de 10.4% como resultado de la recuperación de empaques personales y los lanzamientos de Inca Kola Power y Fanta Piña; se apalancó también la recuperación del canal on-premise.
- El canal directo al hogar tuvo un crecimiento de 3.0% en el trimestre, capturando alrededor de 4 mil clientes a lo largo del año. El desarrollo de esta plataforma se da bajo un marco estratégico de acciones promocionales de valor y descuentos.
- El despliegue del empaque “Botella Universal” ha complementado el portafolio de empaques retornables familiares y la expansión a más opciones de sabores con lanzamientos como el de Fanta sabor piña en los formatos de 1.5 Lt y 2.0 Lt. Esta iniciativa aportó volumen incremental en el acumulado del año y actualmente el 67% de las botellas producidas a nivel nacional son botella universal.
- En el año se desplegó un piloto del caso de uso de Pedido Sugerido en el canal tradicional, similar al de México. Este piloto llegó al 80% del territorio, alcanzando a más de 250 mil clientes.

Ecuador

- El volumen de ventas en Ecuador incrementó 1.1% durante el cuarto trimestre del año, principalmente por un crecimiento en no carbonatados y agua personal. Acumulado al 2021, el volumen de ventas creció 8.3% con respecto al 2020.
- La categoría de sabores registró un crecimiento en volumen de 1.6%, como resultado de un desempeño positivo en el canal tradicional con un incremento de 4.0%; así como crecimientos de la marca Fanta e Inca Kola de 15.5% y 6.6%, respectivamente. El crecimiento en el formato familiar se debió principalmente al enfoque estratégico en la asequibilidad al consumidor.
- La mezcla de retornables incrementó 1.6% durante el 4T21, liderado por el lanzamiento del formato de Coca-Cola Sin Azúcar de 2L. Adicionalmente, la categoría de sabores contribuye en el incremento de retornabilidad y se puede atribuir principalmente a los productos de Fanta y Sprite.
- Los empaques personales aumentaron su mezcla en 3.7 puntos porcentuales, impulsado por las categorías de colas y sabores.
- Tonicorp tuvo un crecimiento de un dígito alto en ventas y doble dígito en EBITDA en el trimestre, como resultado de la estrategia para expandir el portafolio de productos de alto valor agregado y mantener el liderazgo en el segmento premium. Se realizaron los lanzamientos de Yogurt “Cremoso” y en la categoría de helados el “Bombón Sweet & Coffee”, un co-branding con nuestro socio estratégico “Sweet & Coffee”.



- En Inalecsa, el volumen y las ventas crecieron doble dígito en el 4T21 y se mantiene la estrategia enfocada en un eficiente control de gasto para proteger la rentabilidad del negocio y para contrarrestar la volatilidad en los precios de las materias primas. Adicionalmente, se desarrollaron más de 2 mil clientes nuevos en el canal tradicional y nuevos lanzamientos que ayudaron a fortalecer el posicionamiento de las marcas con sabores y también presentaciones de empaques asequibles como Pizzerolas, Saritas, Cuates Mix y Ryskos BBQ.

Argentina

- En el 4T21, el volumen de ventas en Argentina aumentó 17.2%. Acumulado a diciembre de 2021 el volumen registró un incremento de 15.8% comparado con 2020 y 17.5% contra 2019.
- En el trimestre, se continuó con un enfoque en asequibilidad enfocado principalmente en los empaques de sabores retornable, precios asequibles y más opciones de sabores frutales.
- En el 4T21, la categoría de no carbonatados mostró el mayor crecimiento del portafolio. La categoría fue impulsada por un buen desempeño en el canal tradicional por la expansión de coberturas e incentivos en el punto de venta.

ASG

- Arca Continental fue ratificada por tercer año consecutivo como integrante del Dow Jones Sustainability Index para América Latina, reafirmando su compromiso en los aspectos ambientales, sociales y de gobierno corporativo.
- Arca Continental recibió el premio al primer bono verde del sector de alimentos y bebidas en el mercado local en el marco de los Premios Bonos Verdes, Sociales y Sustentables 2020, otorgado por el Consejo Consultivo de Finanzas Verdes. El reconocimiento se brinda a las emisoras del mercado que refuerzan su compromiso basado en estrategias de sustentabilidad cada vez más sólidas.
- Conscientes de los impactos derivados de la pandemia de COVID19 y en conjunto con la Compañía Coca-Cola y otras organizaciones, se ha mantenido el apoyo con las autoridades de salud para impulsar los planes nacionales de vacunación, entregando donaciones de insumos médicos, equipo de protección e hidratación en todos los países donde operamos.
- En Ecuador, como resultado del trabajo realizado en fomentar la equidad de género, sostenibilidad y buenas prácticas empresariales, la operación fue reconocida por el Women Economic Forum, uno de los foros internacionales más importantes que abarca el empoderamiento económico y la inclusión de las mujeres.
- En México, en conjunto con la Industria Mexicana de Coca-Cola, la Comisión Estatal de Servicios Públicos de Mexicali (CESPM) y el Gobierno de Baja California, se colocó la primera piedra del humedal basado en la naturaleza, el cual, tratará aguas urbanas de Mexicali para abastecer actividades productivas. El humedal tendrá la capacidad de tratar más de 4 millones de litros de agua al día, equivalente a llenar diariamente más de 800 pipas de agua con una capacidad de 5 mil litros cada una.



EVENTOS RECIENTES

- El 15 de diciembre de 2021, se realizó el pago de un dividendo extraordinario en efectivo de \$1.10 pesos por acción, en una sola exhibición, equivalente a un monto total de Ps. 1,941 millones de pesos. Con el pago de este dividendo extraordinario, el payout ratio del 2021 fue de alrededor del 95%.
- Arca Continental anuncia que su expectativa de crecimiento de ventas a nivel consolidado para el 2022 será entre el 6% y 8%, continuando con ajustes de precio por lo menos en línea con la inflación en cada una de las operaciones.

DATOS DE LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Arca Continental llevará a cabo una conferencia telefónica el 15 de febrero de 2022 a las 10:00 am hora de México/Monterrey, 11:00 am hora de Nueva York. Para participar por medio del webcast favor de ingresar a www.arcacontal.com ó via telefónica en los siguientes números:

Para participar, por favor marque:

+1-800-225-9448 (E.E.U.U.)

+1-203-518-9765 (Internacional)

Código de acceso: 36151

Sobre Arca Continental

Arca Continental es una empresa dedicada a la producción, distribución y venta de bebidas de las marcas propiedad de The Coca-Cola Company, así como de botanas saladas bajo las marcas Bokados en México, Inalecsa en Ecuador, así como Wise y Deep River en los Estados Unidos. Con una destacada trayectoria de más de 95 años, Arca Continental es el segundo embotellador de Coca-Cola más grande de América y uno de los más importantes del mundo. En su franquicia de Coca-Cola, la empresa atiende a una población de más de 123 millones en la región norte y occidente de México, así como en Ecuador, Perú, en la región norte de Argentina y en la región suroeste de Estados Unidos. Arca Continental cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores bajo el símbolo "AC". Para más información sobre Arca Continental, favor de visitar la página web www.arcacontal.com.

Este informe contiene información acerca del futuro relativo a Arca Continental y sus subsidiarias basada en supuestos de sus administradores. Tal información, así como las declaraciones sobre eventos futuros y expectativas están sujetas a riesgos e incertidumbres, así como a factores que podrían causar que los resultados, desempeño o logros de la empresa sean completamente diferentes en cualquier otro momento. Tales factores incluyen cambios en las condiciones generales económicas, políticas, gubernamentales y comerciales a nivel nacional y global, así como cambios referentes a las tasas de interés, las tasas de inflación, la volatilidad cambiaria, las tasas de impuestos, la demanda y los precios de las bebidas carbonatadas, el agua, el precio del azúcar y otras materias primas utilizadas para la producción de refrescos, los cambios climáticos y varios otros. A causa de todos estos riesgos y factores, los resultados reales podrían variar materialmente con respecto a los estimados descritos en este documento, por lo que Arca Continental no acepta responsabilidad alguna por las variaciones ni por la información proveniente de fuentes oficiales.



Estado Consolidado de Resultados (millones de pesos Mexicanos)												
	4T21		4T20		Variación		Ene-Dic'21		Ene-Dic'20		Variación	
	MM MXP	%	MM MXP	%	MM MXP	%	MM MXP	%	MM MXP	%	MM MXP	%
Ventas Netas	49,138		42,665		6,473	15.2	183,366		169,314	14,053	8.3	
Costo de Ventas	26,584		23,010		3,574	15.5	100,034		92,609	7,424	8.0	
Utilidad Bruta	22,553		19,655		2,899	14.7	83,333		76,705	6,628	8.6	
	45.9%		46.1%				45.4%		45.3%			
Gastos de Venta	13,583		11,130		2,453	22.0	48,504		45,807	2,698	5.9	
Gastos de Administración	2,233		1,935		298	15.4	9,032		8,641	391	4.5	
Total de Gastos	15,816		13,064		2,752	21.1	57,536		54,447	3,089	5.7	
	32.2%		30.6%				31.4%		32.2%			
Gastos no recurrentes	229		382		-153	-40.0	544		1,051	-507	-48.2	
Utilidad de operación antes de otros ingresos	6,508		6,209		300	4.8	25,252		21,206	4,046	19.1	
Otros ingresos (Gastos) ^{1,2}	-199		-202		3	-1.4	109		266	-158	-59.2	
Utilidad de operación	6,309		6,007		303	5.0	25,361		21,472	3,889	18.1	
	12.8%		14.1%				13.8%		12.7%			
Productos (Gastos) Financieros, Neto	-739		-536		-203	37.8	-2,922		-3,218	297	-9.2	
Utilidad (Pérdida) Cambiaria, Neta	-30		-959		930	-96.9	-80		-186	105	-56.7	
Resultado por posición monetaria	-95		-38		-56		-291		-72	-219		
Costo Integral de Financiamiento	-864		-1,534		671	-43.7	-3,293		-3,476	183	-5.3	
Participación en utilidades netas de asociadas ³	122		27		95	348.3	4		4	0	4.9	
Utilidad antes de impuestos	5,568		4,500		1,068	23.7	22,072		18,001	4,072	22.6	
Impuesto a la Utilidad	-1,771		-1,358		-413	30.5	-6,983		-5,427	-1,556	28.7	
Participación no controladora	-610		-623		13	-2.1	-2,807		-2,297	-510	22.2	
Utilidad Neta	3,187		2,519		667	26.5	12,282		10,276	2,006	19.5	
	6.5%		5.9%				6.7%		6.1%			
Depreciación y amortización	2,588		2,244		344	15.3	9,500		9,624	-123	-1.3	
Flujo Operativo	9,127		8,633		494	5.7	35,406		32,147	3,258	10.1	
Flujo Operativo / Ventas Netas	18.6%		20.2%				19.3%		19.0%			

Flujo Operativo = Utilidad de Operación + Depreciación y Amortización + Gastos No Recurrentes

¹ Incluye método de participación en asociadas operativas como Jugos del Valle, IEQSA y Bebidas Refrescantes de Nogales

² Incluye efecto neto de Ingresos fuera del territorio (FT) en USA

³ Incluye método de participación en asociadas no operativas como PIASA, PetStar, Beta San Miguel, entre otras



Arca Continental, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias

Balance General Consolidado

(millones de pesos Mexicanos)

	Diciembre 31	Diciembre 31	Variación	
	2021	2020	MM MXP	%
ACTIVO				
Efectivo e inversiones temporales	32,117	27,336	4,781	17.5
Clientes y cuentas por cobrar	15,089	11,062	4,027	36.4
Inventarios	9,640	8,251	1,389	16.8
Pagos anticipados y mercancía en tránsito	586	451	135	29.9
Suma de Activo Circulante	57,432	47,099	10,332	21.9
Inversiones en acciones y otras	8,614	8,308	306	3.7
Inmuebles, planta y equipo	68,790	69,659	-869	-1.2
Activos por derecho de uso	1,083	1,190	-107	-9.0
Otros activos	122,108	119,717	2,391	2.0
Suma de Activo Total	258,027	245,974	12,053	4.9
PASIVO				
Créditos bancarios	7,547	7,132	414	5.8
Proveedores y cuentas por pagar	12,330	8,044	4,286	53.3
Pasivos por arrendamiento C.P.	407	358	49	13.6
Impuestos y PTU por pagar	18,593	15,245	3,348	22.0
Pasivo de Corto Plazo	38,876	30,779	8,097	26.3
Documentos por pagar de Largo plazo	43,527	43,445	82	0.2
Pasivos por arrendamiento L.P.	745	853	-108	-12.6
ISR diferido y otros	24,742	23,476	1,265	5.4
Total de Pasivo	107,890	98,553	9,336	9.5
CAPITAL CONTABLE				
Capital contable minoritario	29,760	30,566	-806	-2.6
Capital aportado	982	982	0	0.0
Utilidades retenidas	107,113	105,596	1,517	1.4
Utilidad o (pérdida) neta	12,282	10,276	2,006	19.5
Suma de Capital Contable	150,137	147,420	2,717	1.8
Suma de Pasivo y Capital	258,027	245,974	12,053	4.9

Arca Continental, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias

Estado de Flujo de Efectivo

(millones de pesos Mexicanos)

	al 31 de Diciembre	
	2021	2020
Utilidad Antes de Impuestos	22,072	18,001
Depreciación y Amortización	9,500	9,624
Fluctuación cambiaria / Resultado por posición monetaria	371	258
Intereses Devengados (Neto)	2,922	2,957
Utilidad en venta y deterioro de activo fijo	896	2,912
Flujo generado antes de impuestos a la utilidad	35,761	33,751
Flujo generado /utilizado en la operación	-4,692	-4,720
Flujo neto de efectivo de actividades de operación	31,069	29,031
Actividades de inversión:		
Inversión en activos Fijos (Neta)	-8,712	-5,824
Actividades de financiamiento:		
Dividendos pagados	-12,201	-9,502
Recompra de acciones (Neto)	-1,312	-108
Pago pasivo Bancarios	-136	-4,240
Intereses pagados	-3,802	-3,857
Otros	-591	-616
Flujo neto de efectivo	-18,041	-18,322
Incremento neto de efectivo y equivalentes	4,316	4,886
Diferencia en cambios en el efectivo	465	399
Saldo inicial efectivo y equivalentes	27,336	22,051
Saldo final efectivo y equivalentes	32,117	27,336



Información Financiera Adicional

Información por segmentos 4T21

	Segmentos de Bebidas					Otros	Eliminaciones	Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*		
Volumen por Segmento	318.4	110.7	83.0	43.9	37.6			593.6
Ingresos del Segmento	19,245	17,378	3,641	2,986	3,124	3,173	-410	49,138
<i>Ingresos Intersegmentos</i>	-264	0	0	0	-2	-144	410	0
Ingresos netos de transacciones inter-segmentos	18,982	17,378	3,641	2,986	3,122	3,029	0	49,138
<i>Utilidad de operación</i>	3,819	1,578	698	341	264	-391	0	6,309
Flujo Operativo	4,418	2,371	998	571	609	160	0	9,127
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	23.3%	13.6%	27.4%	19.1%	19.5%	5.3%		18.6%
<i>Gastos No recurrentes</i>	-166	197	20	39	87	52	0	229
<i>Depreciación y amortización</i>	765	596	279	190	259	499	0	2,588
<i>Ingresos Financieros</i>	776	9	387	17	24	33	0	1,245
<i>Gastos Financieros</i>	1,318	183	442	48	72	46	0	2,109
<i>Participación en Utilidades Netas de Asociadas</i>	122	1	0	0	0	0	0	122
<i>Utilidad antes de Impuestos</i>	3,398	1,404	644	309	215	-404	0	5,568
Activos Netos Totales	83,689	103,380	38,528	10,629	23,182	12,957	-14,338	258,027
<i>Inversión en Asociadas</i>	7,535	650	0	429	0	0	0	8,614
Pasivos Totales	53,040	36,592	12,666	1,824	5,646	3,779	-5,658	107,890
<i>Inversiones en el periodo de activos fijos</i>	3,332	1,860	572	441	619	353	0	7,176

*Otros Incluye División de Alimentos y Botanas, Vending y otras subsidiarias no relacionadas al segmento de Bebidas

Información por segmentos Ene-Dic'21

	Segmentos de Bebidas					Otros	Eliminaciones	Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*		
Volumen por Segmento	1,282.2	444.7	280.7	134.2	137.8			2,279.7
Ingresos del Segmento	74,846	64,829	14,311	8,324	11,332	11,310	-1,586	183,366
<i>Ingresos Intersegmentos</i>	-1,031	0	-82	0	-7	-467	1,586	0
Ingresos netos de transacciones inter-segmentos	73,816	64,829	14,229	8,324	11,325	10,844	0	183,366
<i>Utilidad de operación</i>	15,966	6,790	2,062	625	927	-1,010	0	25,361
Flujo Operativo	18,855	9,476	3,234	1,391	2,052	398	0	35,406
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	25.5%	14.6%	22.7%	16.7%	18.1%	3.7%		19.3%
<i>Gastos No recurrentes</i>	-95	293	27	135	110	76	0	544
<i>Depreciación y amortización</i>	2,984	2,393	1,145	631	1,015	1,333	0	9,500
<i>Ingresos Financieros</i>	2,245	26	2,106	12	81	79	0	4,549
<i>Gastos Financieros</i>	4,085	713	2,610	143	191	101	0	7,842
<i>Participación en Utilidades Netas de Asociadas</i>	-11	15	0	0	0	0	0	4
<i>Utilidad antes de Impuestos</i>	14,115	6,119	1,558	495	817	-1,032	0	22,072
Activos Netos Totales	83,689	103,380	38,528	10,629	23,182	12,957	-14,338	258,027
<i>Inversión en Asociadas</i>	7,535	650	0	429	0	0	0	8,614
Pasivos Totales	53,040	36,592	12,666	1,824	5,646	3,779	-5,658	107,890
<i>Inversiones en el periodo de activos fijos</i>	3,332	1,860	572	441	619	353	0	7,176

*Otros Incluye División de Alimentos y Botanas, Vending y otras subsidiarias no relacionadas al segmento de Bebidas



Deuda Total AC

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	...	2032	Total
Perfil de Vencimientos	0	7,512	5,922	5,254	4,173	2,491	6,325	2,998	8,200		8,200	51,074
% del total	0.0%	14.7%	11.6%	10.3%	8.2%	4.9%	12.4%	5.9%	16.1%		16.1%	100.0%

Calificación Crediticia	Local	Global	Perspectiva
Fitch	AAA(mex)	A	Estable
Moody's	Aaa.mx	A2	Negativa
S&P	mxAAA	-	Estable

Tipo de cambio promedio

	4T21	4T20	YoY
MXN	20.86	20.87	-0.1%
PEN	5.16	5.78	-10.7%
ARS	0.21	0.26	-20.9%

	Ene-Dic'21	Ene-Dic'20	YoY
MXN	20.36	21.59	-5.7%
PEN	5.25	6.18	-15.0%
ARS	0.21	0.31	-30.5%

Tipo de cambio fin del periodo

	4T21	3T21	4T20
MXN	20.52	19.82	19.94
PEN	5.15	5.13	5.51
ARS	0.20	0.21	0.24

Nota: la información contenida en las tablas está disponible para su descarga en formato de Excel en el siguiente link: <http://www.arcacontal.com/inversionistas/reportes-financieros.aspx>

