

EBITDA CRECE 11.0% Y VENTAS NETAS 16.5% EN 2T22

Monterrey, México, 22 de julio 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 segundo trimestre de 2022 y acumulado a junio de 2022 (“2T22” y “6M22”).

Tabla 1: Datos Financieros Relevantes

CIFRAS CONSOLIDADAS EN MILLONES DE PESOS MEXICANOS						
	2T22	2T21	Variación %	Ene-Jun'22	Ene-Jun'21	Variación %
Volumen Total de Bebidas (MCU)	616.4	577.8	6.7	1,158.0	1,091.8	6.1
Ventas Netas	53,363	45,808	16.5	99,428	86,282	15.2
EBITDA	10,436	9,399	11.0	18,963	17,081	11.0
Utilidad Neta	4,222	3,130	34.9	7,316	5,715	28.0

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 SEGUNDO TRIMESTRE DE 2022

- Ventas Netas alcanzaron Ps. 53,363 millones, 16.5% mayores respecto al mismo trimestre del 2021.
- EBITDA registró Ps. 10,436 millones con un margen de 19.6%, un aumento de 11% respecto al 2T21.
- Utilidad Neta fue Ps. 4,222 millones con un crecimiento de 34.9% y un margen de 7.9%.

DATOS RELEVANTES PARA EL ACUMULADO A JUNIO 2022

- Ventas Netas alcanzaron Ps. 99,428 millones, representando un aumento de 15.2% respecto al 6M21.
- EBITDA alcanzó Ps. 18,963 millones con un margen de 19.1%, 11% mayor respecto al año anterior.
- Utilidad Neta creció 28% a Ps. 7,316 millones con un margen de 7.4%.

COMENTARIO DEL DIRECTOR GENERAL

“Gracias a la mejora continua en la implementación de nuestro modelo comercial, con un claro enfoque en iniciativas digitales para impulsar la atención en el punto de venta, logramos un incremento del 16.5% en las Ventas Netas y del 34.9% en la Utilidad Neta en el trimestre, reflejo de la disciplina operativa y financiera que nos caracteriza, y el sólido compromiso de los colaboradores ante un entorno retador”, dijo Arturo Gutiérrez, Director General de Arca Continental.

“En el segundo semestre del 2022, seguiremos desplegando innovadoras estrategias en el mercado para satisfacer las necesidades de clientes y consumidores, así como acciones de apoyo a las comunidades, en un ambiente macroeconómico de alta inflación y disrupciones en la cadena de suministro”, agregó.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

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

TABLA 2: CIFRAS CONSOLIDADAS

	2T22	2T21	Variación %	Ene-Jun'22	Ene-Jun'21	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	319.1	300.1	6.3	592.8	564.6	5.0
Sabores	111.8	103.8	7.7	217.8	201.5	8.1
Total Refrescos	430.9	403.9	6.7	810.6	766.1	5.8
Agua*	66.7	61.6	8.3	125.9	116.1	8.4
No Carbonatados**	53.5	50.6	5.8	102.8	94.1	9.2
Volumen sin garrafón	551.0	516.0	6.8	1,039.3	976.3	6.4
Garrafón	65.3	61.8	5.7	118.7	115.5	2.7
Volumen Total	616.4	577.8	6.7	1,158.0	1,091.9	6.1
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas***	53,363	45,808	16.5	99,428	86,282	15.2
EBITDA	10,436	9,399	11.0	18,963	17,081	11.0
Margen EBITDA	19.6%	20.5%	-90 bp	19.1%	19.8%	-70 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 del 2T22 se incrementaron 16.5% alcanzando los Ps. 53,363 millones comparado con el mismo periodo del año anterior, principalmente impulsadas por los crecimientos en ventas de México y Estados Unidos. Acumulado a junio 2022 alcanzaron los Ps. 99,428 millones, un incremento de 15.2% comparado con el año anterior.
- El volumen de ventas mantuvo una tendencia positiva en el 2T22 presentando un aumento de 6.8%, excluyendo garrafón, impulsado por incrementos de 8.3% y 6.7% en las categorías de agua y refrescos, respectivamente.
- En el 2T22, el costo de ventas tuvo un crecimiento de 18.9%, principalmente por el aumento en los precios de las materias primas, entre las que destacan PET.
- La utilidad bruta consolidada aumentó a Ps. 23,663 millones, un 13.6% mayor respecto al 2T21 y reflejando un margen bruto de 44.3%. Durante el año, la utilidad bruta alcanzó Ps. 44,271 millones para alcanzar un margen del 44.5%, 100 puntos base menor respecto al 2021.



- Los gastos de administración y venta aumentaron 13.4% a Ps. 15,696 millones en el 2T22, manteniendo la disciplina en eficiencia de gastos y con una disminución en la razón de gasto sobre ventas de 120 puntos base comparado con el año anterior. Acumulado al mes de junio de 2022, los gastos de administración y ventas alcanzaron Ps. 30,209 millones, reflejando un aumento de 11.6%, representando un 30.4% en relación a las ventas, 100 puntos base menor al 2021.
- En el 2T22, la utilidad de operación consolidada alcanzó los Ps. 8,136 millones, un aumento de 16.5% con respecto al 2T21, representando un margen de operación de 15.2%, en línea con el 2T21. A junio de 2022, la utilidad de operación ha crecido 17.8% alcanzando Ps. 14,418 millones y un margen operativo de 14.5%, 30 puntos base mayor al 2021.
- El flujo de caja operativo ("EBITDA") consolidado para el 2T22 aumentó 11.0% a Ps. 10,436 millones representando un margen de 19.6%, una dilución de 90 puntos base. El acumulado a junio de 2022, alcanzó los Ps. 18,963 millones, 11.0% mayor respecto a 2021 y un margen de 19.1%, 70 puntos base menor respecto al 2021.
- El resultado integral de financiamiento para el 2T22 fue de una pérdida de Ps. 876 millones, a lo largo del año, el peso mexicano se ha venido recuperando frente al dólar americano.
- El impuesto a la utilidad en el 2T22 fue de Ps. 2,239 millones, 29.0% mayor respecto al mismo periodo del año anterior, reflejando una tasa efectiva de 30.1%. Acumulado al mes de junio la tasa efectiva fue de 30.1%, 60 puntos base menor al 2021.
- La utilidad neta para este trimestre fue de Ps. 4,222 millones, 34.9% mayor al 2T21, reflejando un margen de 7.9% y en la primera mitad del año, Ps. 7,316 millones, resultando en un margen neto de 7.4%.

BALANCE GENERAL Y FLUJO DE EFECTIVO

- Al mes de junio de 2022 se registró un saldo de caja de Ps. 30,234 millones y una deuda de Ps. 50,234 millones, resultando en una deuda neta de caja de Ps. 20,000 millones. La razón de Deuda Neta/EBITDA fue de 0.5 veces.
- El flujo de efectivo neto de operación alcanzó Ps. 15,273 millones en el segundo trimestre de 2022.
- La inversión en activos fijos en el periodo fue de Ps. 3,470 millones, enfocada principalmente en la adquisición de enfriadores y envase retornable para ofrecer opciones asequibles a los consumidores.

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

	2T22	2T21	Variación %	Ene-Jun'22	Ene-Jun'21	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	202.6	192.5	5.2	361.9	349.9	3.4
Sabores	38.8	37.2	4.5	67.3	65.3	3.0
Total Refrescos	241.4	229.7	5.1	429.3	415.2	3.4
Agua*	36.4	34.0	7.0	63.9	58.4	9.5
No Carbonatados**	20.9	20.2	3.2	39.3	36.3	8.2
Volumen sin Garrafón	298.7	283.9	5.2	532.5	509.9	4.4
Garrafón	63.6	60.1	5.7	114.7	111.5	2.9
Volumen Total	362.3	344.1	5.3	647.2	621.4	4.2
Mezclas (%)						
Retornable	29.4	32.2	-2.8	30.0	32.6	-2.6
No Retornable	70.6	67.8	2.8	70.0	67.4	2.6
Familiar	55.8	57.0	-1.1	56.2	57.9	-1.7
Personal	44.2	43.0	1.1	43.8	42.1	1.7
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas	23,860	20,723	15.1	42,139	37,284	13.0
EBITDA	5,795	5,451	6.3	9,764	9,296	5.0
Margen EBITDA	24.3%	26.3%	-200 bp	23.2%	24.9%	-170 bp

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

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

RESULTADOS OPERATIVOS PARA MÉXICO

- En el 2T22 Las ventas netas para México alcanzaron los Ps. 23,860 millones, un aumento de 15.1%, comparado con el 2T21. Acumulado a junio de 2022 las ventas netas incrementaron 13.0% a Ps. 42,139 millones.
- El volumen de ventas aumentó 5.2% en el trimestre, un nivel de 298.7 MCU (excluyendo garrafón) principalmente impulsado por las categorías de agua y refrescos que incrementaron 7.0% y 5.1%, respectivamente. El precio promedio por caja unidad, excluyendo garrafón, creció 8.1% alcanzando los Ps. 74.17. Acumulado a junio de 2022, el volumen incrementó 4.4%, sin incluir garrafón.
- En el 2T22, el flujo operativo de México (EBITDA) aumentó 6.3% a Ps. 5,795 millones, para un margen de 24.3%, 200 puntos base menor al 2T21. En el primer semestre de 2022, el EBITDA registró Ps. 9,764 millones, un incremento de 5.0% respecto al 2021 y un margen de 23.2%.



- En junio, se registró un mes récord en el volumen de ventas, registrando más de 100 MCU por primera vez en la historia, resultado de excelentes estrategias de ejecución en el punto de venta.
- En el trimestre, la mayoría de los canales han recuperado los volúmenes previos a la pandemia, con la mayor oportunidad en el canal on-premise, donde se han implementado iniciativas entre las que destacan: captar nuevos clientes, promociones exclusivas, potenciar el desempeño de las marcas con presentaciones combo, artículos promocionales e iniciativas de degustación.
- La mezcla de empaques personales mostró un incremento de 1.1 puntos porcentuales en el trimestre, como resultado de un buen desempeño de lanzamientos realizados en el trimestre en la categoría de refrescos: empaque de 250ml no retornable y de botella universal en empaque de 500ml.
- En el 2T22, AC Digital en México llegó a más del 50% de los clientes del canal tradicional registrados en la plataforma, representando alrededor del 19% del volumen total de la operación.
- En el año, la operación se ha enfocado en mejorar las capacidades de analítica avanzada, específicamente para optimizar las promociones. Se ha migrado aproximadamente el 6% del gasto promocional hacia descuentos más eficientes.
- Durante el 2T22, se lanzó el piloto de la iniciativa “Portafolio por Cliente”, que es una evolución de la estrategia de Imperdonables, y tiene como objetivo obtener mensualmente un portafolio personalizado de acuerdo con las necesidades de cada cliente. Los resultados fueron un crecimiento de 2.2% en ventas y 6.3% en participación de mercado.
- La iniciativa estratégica de la botella universal sigue siendo un motor de crecimiento a medida que continúa su despliegue en más territorios. La botella universal ahora representa el 9% en mezcla de volumen de ventas dentro del portafolio de retornables, lo que significa un aumento de 5 puntos porcentuales comparado con el año anterior.
- Bokados, en México, tuvo un crecimiento de doble-dígito en ventas y en EBITDA, resultado de ajustes de precio segmentados y un enfoque en incremento de coberturas en el canal tradicional. El canal moderno muestra el mayor crecimiento en ventas como resultado de mejores estrategias promocionales.

Estados Unidos

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

TABLA 4: CIFRAS PARA ESTADOS UNIDOS

	2T22	2T21	Variación %	Ene-Jun'22	Ene-Jun'21	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	53.7	52.3	2.8	100.8	99.8	1.0
Sabores	30.5	30.4	0.4	57.7	56.2	2.7
Total Refrescos	84.2	82.6	1.9	158.5	156.0	1.6
Agua*	14.4	14.0	2.6	25.9	26.4	-1.9
No Carbonatados**	19.7	19.7	-0.3	35.2	34.4	2.2
Volumen Total	118.2	116.4	1.6	219.6	216.8	1.3
Mezclas (%)						
Familiar	66.4	66.4	0.0	67.1	67.7	-0.6
Personal	33.6	33.6	0.0	32.9	32.3	0.6
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas***	19,942	17,539	13.7	37,371	32,701	14.3
EBITDA	2,988	2,739	9.1	5,304	4,739	11.9
Margen EBITDA	15.0%	15.6%	- 60 bp	14.2%	14.5%	- 30 bp

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

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

***Ventas Netas sin incluir Ingresos FT en USA

RESULTADOS OPERATIVOS PARA ESTADOS UNIDOS

- Las ventas netas para la región de Estados Unidos alcanzaron Ps. 19,942 millones durante el 2T22, un crecimiento de 13.7% comparado contra el 2T21, impulsado por la estrategia de precio/empaque y el crecimiento en volumen de 1.6%. Acumulado a junio de 2022, el volumen de ventas aumentó 1.3% a 219.6 MCU, principalmente impulsado por las categorías de sabores y no carbonatados con crecimientos de 2.2% y 2.7%, respectivamente.
- El precio neto en el segundo trimestre tuvo un incremento de 12.0%, con una tasa real de 11.7% y un efecto positivo en la mezcla de 0.3%. La tasa real es resultado del aumento de precios segmentados a finales de 2021 y a inicio de 2022; así como la mezcla impulsada por empaques de mayor precio por caja unidad.
- En el 2T22, el flujo operativo (EBITDA) de la región Estados Unidos fue de Ps. 2,988 millones, un incremento de 9.1% y un margen EBITDA de 15%, una dilución de 60 puntos base comparado con el 2T21. Acumulado en el 2022, el EBITDA aumentó 11.9% a Ps. 5,304 millones, para un margen de 14.2%.
- El desempeño positivo del volumen fue impulsado por crecimiento en los tres canales principales. El canal de tiendas grandes creció 1.3%, tiendas pequeñas 1.4% y on-premise 3.6%, comparado con el 2T21 y como resultado de las iniciativas de predicción de demanda y un incremento en el consumo, impulsada por la alta confianza del consumidor.



- El crecimiento en volumen del canal on-premise en el 2T22, se debió principalmente a la categoría de no carbonatados que creció 12.6%, Powerade, smartwater y Dasani fueron las tres marcas principales que respaldaron este crecimiento. Adicionalmente, la categoría de refrescos tuvo un desempeño positivo en este canal de 4.6%.
- Las ventas de comercio electrónico crecieron 33% en el 2T22, logrando un progreso significativo en la digitalización de los clientes, en línea con la estrategia de comercialización y modelos de servicio. En el mes de junio, el 74% de los pedidos del canal on-premise se realizaron a través de la plataforma digital.
- En el 2T22, se realizó el lanzamiento de la marca Minute Maid Aguas Frescas con diferentes sabores en presentación de 16oz. Los resultados de este lanzamiento han sido positivos logrando coberturas en supermercados y tiendas de conveniencia de 50.8% y 37.3%, respectivamente.
- La categoría de agua tuvo un crecimiento de 2.6% en el segundo trimestre, impulsado por la categoría de agua premium, donde se hicieron esfuerzos en ejecución para garantizar la disponibilidad del producto. Estos esfuerzos también resultaron en un crecimiento en la participación de valor de 1.3 puntos porcentuales en la categoría.
- En el trimestre, se continuó trabajando en la agenda digital con un nuevo e innovador montacargas de entrega llamado Duolift que mejora la productividad, optimiza las rutas y proporciona métricas de productividad en tiempo real a través de dispositivos móviles.
- El negocio de botanas en Estados Unidos, Wise registró crecimiento de doble-dígito en ventas como resultado de una recuperación en volumen y el plan de incremento de precios. Además, se continuó con un plan de ahorro y eficiencias que incluyen principalmente una reducción de costos de flete y promociones.

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

	2T22	2T21	Variación %	Ene-Jun'22	Ene-Jun'21	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	62.8	55.3	13.5	130.0	114.9	13.2
Sabores	42.5	36.3	17.0	92.7	80.0	15.9
Total Refrescos	105.2	91.6	14.9	222.8	194.9	14.3
Agua*	15.9	13.5	17.7	36.1	31.4	15.0
No Carbonatados**	12.9	10.6	21.9	28.4	23.4	21.2
Volumen sin Garrafón	134.1	115.7	15.9	287.2	249.7	15.0
Garrafón	1.8	1.7	5.9	4.0	4.1	-2.1
Volumen Total	135.9	117.4	15.7	291.2	253.7	14.8
Mezclas (%)						
Retornable	30.5	32.1	-1.7	30.5	32.0	-1.5
No Retornable	69.5	67.9	1.7	69.5	68.0	1.5
Familiar	68.3	72.4	-4.1	69.1	72.3	-3.2
Personal	31.7	27.6	4.1	30.9	27.7	3.2
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas	9,562	7,545	26.7	19,919	16,297	22.2
EBITDA	1,653	1,209	36.7	3,896	3,045	27.9
Margen EBITDA	17.3%	16.0%	130 bp	19.6%	18.7%	90 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

- La división Sudamérica aumentó sus ventas netas en 26.7%, a Ps. 9,562 millones en el 2T22, impulsado por crecimiento en el volumen en todas las operaciones y la estrategia de precio principalmente en Argentina y Perú. Acumulado a junio 2022, las ventas alcanzaron los Ps. 19,919 millones, un crecimiento de 22.2% comparado con el año anterior.
- En el 2T22, el volumen total de ventas en Sudamérica aumentó 15.7% a 135.9 MCU, derivado de un crecimiento en todas las categorías y canales. Acumulado al mes de junio el volumen en esa región incrementó 14.8%, impulsado principalmente por un crecimiento en no carbonatados de 21.2%.



- El EBITDA para Sudamérica en el 2T22, aumentó 36.7% a Ps. 1,653 millones, reflejando un margen de 17.3%, una expansión de 130 puntos base contra el 2T21. En la primera mitad del año, el EBITDA alcanzó Ps. 3,896 millones, un crecimiento de 27.9% y un margen de 19.6%, 90 puntos base adicionales con respecto al mismo periodo de 2021.

Perú

- En el 2T22 el volumen de ventas aumentó 16.6%, como resultado de crecimientos en todas las categorías y canales. Acumulado en 2022, el volumen tuvo un incremento de 14.4%.
- Los precios tuvieron crecimiento de 5.0% en el segundo trimestre del año como resultado de una combinación de tasa real de 3.2% derivado de los ajustes al precio realizados y un efecto positivo de la mezcla de 1.8%.
- La categoría de refrescos presentó un crecimiento de 17.8% en el 2T22, impulsado por el lanzamiento de nuevos sabores en empaques personales, así como la recuperación en el canal de entretenimiento. Adicionalmente, en empaques familiares el crecimiento fue impulsado por presentaciones en botella universal y una estrategia multi-sabor en el canal supermercados.
- Se continuó con un enfoque en la estrategia digital y nuevos modelos de servicio, logrando capturar más del 10% de las ventas a través de la aplicación AC Digital. Adicionalmente, estas nuevas capacidades digitales permiten a la fuerza de ventas gestionar pedidos y evaluar su desempeño de forma automatizada.

Ecuador

- En Ecuador, el volumen de ventas aumentó 8.7% en el 2T22, principalmente por crecimientos en las categorías de no carbonatados y sabores de 43.1% y 15.4%, respectivamente. Acumulado en el año, el crecimiento de volumen fue de 6.5%.
- Los empaques personales continuaron con una tendencia positiva, aumentando la mezcla a 34.9%, un incremento de 6.4 puntos porcentuales respecto al 2T21, como resultado de la reapertura del canal on-premise y las estrategias comerciales implementadas para impulsar estos empaques.
- El canal on-premise tuvo el mayor crecimiento en este trimestre con un volumen de ventas de 28.6% como resultado de las iniciativas desplegadas en el mercado para capitalizar la recuperación de este canal con introducción de presentaciones personales, inversión en equipos de frío y materiales comerciales.
- Durante el primer semestre del año, se tienen registrados el 52% de los clientes en la plataforma AC Digital, llegando a un 10% de volumen de ventas a través de la aplicación. En el año, se continuará desarrollando nuevas funcionalidades para la aplicación con el objetivo de seguir capturando usuarios e incrementar la frecuencia de pedidos en aquellos que ya usan la aplicación, optimizando así el modelo de servicio.
- En el negocio de botanas Inalecsa, las ventas y EBITDA incrementaron en doble-dígito en el segundo trimestre impulsadas principalmente por crecimiento de ventas en el canal tradicional y la captación de nuevos clientes en este canal.



- Tonicorp tuvo un crecimiento de doble-dígito en ventas y EBITDA capitalizando el retiro de las restricciones de aforo y el regreso a clases presenciales, donde a través de iniciativas de ejecución en el punto de venta, el volumen tuvo un incremento importante en las categorías clave, como leche saborizada y helados, reportando crecimientos de 18% y 8%, respectivamente.

Argentina

- En el 2T22, el volumen de ventas aumentó 22.6%, resultado de crecimientos en todas las categorías y canales. Acumulado a junio de 2022, el crecimiento en volumen fue de 25.4%, principalmente impulsado por las categorías de agua y no carbonatados.
- La categoría de refrescos tuvo un crecimiento de 22.1%, con aumentos en colas y sabores, principalmente por la expansión estratégica de empaques asequebles en presentaciones familiares tanto en retornables como en no retornables.
- El canal tradicional creció doble-dígito, continuando con su tendencia positiva impulsada por múltiples iniciativas comerciales para expandir la disponibilidad del portafolio retornable. El canal moderno también creció en doble-dígito principalmente por el mayor consumo de empaques familiares.



ASG

- En junio, Arca Continental fue ratificada por séptimo año consecutivo en el índice FTSE4Good de la Bolsa de Valores de Londres. Adicionalmente, fue ratificada en el Índice de Sostenibilidad conjunto de Standard & Poor's Dow Jones Índices y la Bolsa Mexicana de Valores; ambos índices tienen como objetivo dar mayor exposición a las empresas con mejores prácticas en materia ambiental, social y de gobierno corporativo.
- En México, Arca Continental en conjunto con Petstar y Coca-Cola México invirtieron conjuntamente Ps. 175 millones para fortalecer la infraestructura de acopio y reciclaje, buscando incrementar el promedio actual de recolección y reciclaje de 6 de cada 10 envases que pone en el mercado, para llegar a 10 de 10 en 2030.
- Arca Continental y la Fundación Coca-Cola a través del proyecto Escuelas de Lluvia, han instalado 23 sistemas de captación pluvial en escuelas en los estados de Jalisco, Sinaloa y Nuevo León, logrando un ahorro de más de 5 millones de litros de agua en un año.
- En Ecuador, se suscribió el acuerdo con el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica por el reciclaje inclusivo en la economía circular, con el objetivo de visibilizar y reconocer la labor de los recicladores; su participación en la cadena de valor, así como fomentar su formalización y eliminar la discriminación e informalidad que viven actualmente.
- En Perú, se obtuvo por noveno año consecutivo el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable, en reconocimiento a la gestión de sostenibilidad.

EVENTOS RECIENTES

- El 18 de julio Fitch Ratings ratificó la calificación de Arca Continental AC Bebidas y de Arca Continental Lindley, tanto a nivel global como nacional. Afirmó el grado "A" para la deuda de largo plazo, en escala global de AC y ACBE, y la calificación "AAA(mex)" en escala nacional, con una perspectiva estable. En el caso de Arca Continental Lindley, la agencia ratificó también la calificación de "A" en escala global, con perspectiva estable.
- El 13 de julio Moody's ajustó la calificación soberana de México y como consecuencia la de Arca Continental en escala global de A2 a A3 con un cambio en la perspectiva a estable. AC continúa con una calificación de dos niveles por encima del soberano debido a la diversificación geográfica, proporción de los ingresos en dólares, entre otros fundamentos.
- El 13 de junio se realizó la emisión de Ps. 4,350 millones en Certificados Bursátiles. La colocación consistió en dos tramos, uno por Ps. 1,150 millones con vigencia de 7 años a tasa fija de 9.32%, y otro por Ps. 3,200 millones a 4 años a tasa variable igual a TIIE más 4 puntos base. Ambas emisiones recibieron las calificaciones crediticias más altas de México, "mxAAA" por S&P y "AAA(mex)" por Fitch Ratings.



DATOS DE LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Arca Continental llevará a cabo una conferencia telefónica el 22 de julio 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 vía 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 96 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 125 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)

			Variación				Variación	
	2T22	2T21	MM MXP	%	Ene-Jun'22	Ene-Jun'21	MM MXP	%
Ventas Netas	53,363	45,808	7,556	16.5	99,428	86,282	13,146	15.2
Costo de Ventas	29,701	24,987	4,714	18.9	55,157	47,054	8,103	17.2
Utilidad Bruta	23,663	20,821	2,842	13.6	44,271	39,228	5,043	12.9
	44.3%	45.5%			44.5%	45.5%		
Gastos de Venta	13,420	11,605	1,815	15.6	25,695	22,602	3,093	13.7
Gastos de Administración	2,276	2,242	34	1.5	4,513	4,468	46	1.0
Total de Gastos	15,696	13,847	1,849	13.4	30,209	27,069	3,139	11.6
	29.4%	30.2%			30.4%	31.4%		
Gastos no recurrentes	56	110	-55	-49.4	70	275	-205	-74.7
Utilidad de operación antes de otros ingresos	7,910	6,863	1,047	15.3	13,993	11,884	2,109	17.7
Otros ingresos (Gastos) ^{1,2}	226	122	104	85.2	425	360	65	18.1
Utilidad de operación	8,136	6,985	1,151	16.5	14,418	12,244	2,174	17.8
	15.2%	15.2%			14.5%	14.2%		
Productos (Gastos) Financieros, Neto	-627	-723	96	-13.3	-1,294	-1,443	149	-10.4
Utilidad (Pérdida) Cambiaria, Neta	30	-426	456	-107.1	-60	-227	167	-73.4
Resultado por posición monetaria	-279	-71	-208		-442	-133	-309	
Costo Integral de Financiamiento	-876	-1,220	344	-28.2	-1,796	-1,803	7	-0.4
Participación en utilidades netas de asociadas ³	178	-112	289	-259.3	258	-125	382	-306.4
Utilidad antes de impuestos	7,438	5,653	1,785	31.6	12,879	10,316	2,564	24.9
Impuesto a la Utilidad	-2,239	-1,736	-503	29.0	-3,877	-3,170	-707	22.3
Participación no controladora	-976	-787	-189	24.0	-1,686	-1,430	-255	17.9
Utilidad Neta	4,222	3,130	1,093	34.9	7,316	5,715	1,602	28.0
	7.9%	6.8%			7.4%	6.6%		
Depreciación y amortización	2,244	2,304	-60	-2.6	4,476	4,562	-87	-1.9
Flujo Operativo	10,436	9,399	1,036	11.0	18,963	17,081	1,882	11.0
Flujo Operativo / Ventas Netas	19.6%	20.5%			19.1%	19.8%		

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)

	Junio 30	Diciembre 31	Variación	
	2022	2021	MM MXP	%
ACTIVO				
Efectivo e inversiones temporales	30,234	32,117	-1,883	-5.9
Clientes y cuentas por cobrar	15,617	15,089	528	3.5
Inventarios	10,503	9,640	863	9.0
Pagos anticipados y mercancía en tránsito	1,143	586	558	95.2
Suma de Activo Circulante	57,497	57,432	65	0.1
Inversiones en acciones y otras	9,005	8,614	391	4.5
Inmuebles, planta y equipo	68,160	68,790	-630	-0.9
Activos por derecho de uso	1,211	1,083	128	11.8
Otros activos	122,788	122,108	680	0.6
Suma de Activo Total	258,661	258,027	634	0.2
PASIVO				
Créditos bancarios	5,752	7,547	-1,795	-23.8
Proveedores y cuentas por pagar	12,160	12,330	-170	-1.4
Pasivos por arrendamiento C.P.	441	407	34	8.4
Impuestos y PTU por pagar	20,610	18,593	2,017	10.9
Pasivo de Corto Plazo	38,963	38,876	87	0.2
Documentos por pagar de Largo plazo	44,482	43,527	955	2.2
Pasivos por arrendamiento L.P.	834	745	89	11.9
ISR diferido y otros	24,619	24,742	-123	-0.5
Total de Pasivo	108,898	107,890	1,008	0.9
CAPITAL CONTABLE				
Capital contable minoritario	30,384	29,760	624	2.1
Capital aportado	971	982	-11	-1.1
Utilidades retenidas	111,093	107,113	3,980	3.7
Utilidad o (pérdida) neta	7,316	12,282	-4,966	-40.4
Suma de Capital Contable	149,763	150,137	-374	-0.2
Suma de Pasivo y Capital	258,661	258,027	634	0.2



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

Estado de Flujo de Efectivo

(millones de pesos Mexicanos)

	al 30 de Junio	
	2022	2021
Utilidad Antes de Impuestos	12,879	10,316
Depreciación y Amortización	4,476	4,562
Fluctuación cambiaria / Resultado por posición monetaria	503	360
Intereses Devengados (Neto)	1,294	1,443
Utilidad en venta y deterioro de activo fijo	-21	404
Flujo generado antes de impuestos a la utilidad	19,131	17,086
Flujo generado /utilizado en la operación	-3,857	-3,467
Flujo neto de efectivo de actividades de operación	15,273	13,619
Actividades de inversión:		
Inversión en activos Fijos (Neta)	-4,499	-3,597
Actividades de financiamiento:		
Dividendos pagados	-6,492	-6,453
Recompra de acciones (Neto)	-2,772	219
Pago pasivo Bancarios	-542	1,837
Intereses pagados	-1,930	-1,870
Otros	-309	-290
Flujo neto de efectivo	-12,045	-6,557
Incremento neto de efectivo y equivalentes	-1,271	3,464
Diferencia en cambios en el efectivo	-612	-187
Saldo inicial efectivo y equivalentes	32,117	27,336
Saldo final efectivo y equivalentes	30,234	30,613



Información Financiera Adicional

Información por segmentos 2T22

	Segmentos de Bebidas					Otros	Eliminaciones	Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*		
Volumen por Segmento	362.3	118.2	68.8	31.6	35.4			616.4
Ingresos del Segmento	22,540	18,656	3,722	2,402	2,987	3,554	-496	53,363
<i>Ingresos Intersegmentos</i>	-295	0	-22	0	-2	-178	496	0
Ingresos netos de transacciones inter-segmentos	22,245	18,656	3,700	2,402	2,985	3,375	0	53,363
<i>Utilidad de operación</i>	4,823	2,412	455	187	184	75	0	8,136
Flujo Operativo	5,611	2,977	753	384	437	274	0	10,436
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	25.2%	16.0%	20.4%	16.0%	14.6%	8.1%		19.6%
<i>Gastos No recurrentes</i>	38	-2	14	4	0	3	0	56
<i>Depreciación y amortización</i>	750	567	285	194	252	196	0	2,244
<i>Ingresos y Gastos Financieros Neto</i>	-448	-129	-106	-161	-28	-5	0	-876
<i>Participación en Utilidades Netas de Asociadas</i>	178	0	0	0	0	0	0	178
<i>Utilidad antes de Impuestos</i>	4,598	2,238	349	26	157	70	0	7,438
Activos Netos Totales	81,008	105,057	38,910	11,599	21,460	13,138	-12,511	258,661
<i>Inversión en Asociadas</i>	7,893	638	0	474	0	0	0	9,005
<i>Pasivos Totales</i>	55,728	37,258	12,110	1,664	5,463	4,698	-8,024	108,898
<i>Inversiones en el periodo de activos fijos</i>	1,976	514	384	279	186	132	0	3,470

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

Información por segmentos Ene-Jun'22

	Segmentos de Bebidas					Otros	Eliminaciones	Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*		
Volumen por Segmento	647.2	219.6	150.3	70.4	70.5			1,158.0
Ingresos del Segmento	39,844	34,904	8,152	5,009	5,898	6,516	-895	99,428
<i>Ingresos Intersegmentos</i>	-531	0	-45	0	-3	-317	895	0
Ingresos netos de transacciones inter-segmentos	39,313	34,904	8,107	5,009	5,894	6,200	0	99,428
<i>Utilidad de operación</i>	7,961	4,170	1,291	571	430	-5	0	14,418
Flujo Operativo	9,497	5,331	1,877	934	940	384	0	18,963
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	24.2%	15.3%	23.2%	18.6%	16.0%	6.2%		19.1%
<i>Gastos No recurrentes</i>	38	0	19	4	3	5	0	70
<i>Depreciación y amortización</i>	1,498	1,161	567	359	507	384	0	4,476
<i>Ingresos y Gastos Financieros Neto</i>	-1,153	-299	-58	-227	-47	-12	0	-1,796
<i>Participación en Utilidades Netas de Asociadas</i>	258	0	0	0	0	0	0	258
<i>Utilidad antes de Impuestos</i>	7,151	3,785	1,233	344	384	-17	0	12,879
Activos Netos Totales	81,008	105,057	38,910	11,599	21,460	13,138	-12,511	258,661
<i>Inversión en Asociadas</i>	7,893	638	0	474	0	0	0	9,005
<i>Pasivos Totales</i>	55,728	37,258	12,110	1,664	5,463	4,698	-8,024	108,898
<i>Inversiones en el periodo de activos fijos</i>	1,976	514	384	279	186	132	0	3,470

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



Deuda Total AC

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	...	2032	Total
Perfil de Vencimientos	2,545	6,228	5,301	4,214	5,407	7,472	2,997	8,035		8,035	50,234
% del total	5.1%	12.4%	10.6%	8.4%	10.8%	14.9%	6.0%	16.0%		16.0%	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

	2T22	2T21	YoY
MXN	20.02	20.08	-0.3%
PEN	5.31	5.28	0.7%
ARS	0.17	0.21	-20.4%

	Ene-Jun'22	Ene-Jun'21	YoY
MXN	20.23	20.27	-0.2%
PEN	5.36	5.43	-1.3%
ARS	0.18	0.22	-19.1%

Tipo de cambio fin del periodo

	2T22	1T22	2T21
MXN	20.14	19.86	19.82
PEN	5.26	5.38	5.13
ARS	0.16	0.18	0.21

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>

