

**EBITDA CRECE 7.8% Y VENTAS NETAS 2.1% EN 3T23**

Monterrey, México, 26 de octubre 2023 – 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 tercer trimestre de 2023 y acumulado a septiembre de 2023 (“3T23” y “9M23”).

**Tabla 1: Datos Financieros Relevantes**

CIFRAS CONSOLIDADAS EN MILLONES DE PESOS MEXICANOS						
	3T23	3T22	Variación %	Ene-Sep'23	Ene-Sep'22	Variación %
Volumen Total de Bebidas (MCU)	664.9	619.2	7.4	1,865.2	1,777.8	4.9
Ventas Netas	56,911	55,723	2.1	163,646	155,151	5.5
EBITDA	11,509	10,675	7.8	32,374	29,639	9.2
Utilidad Neta	4,537	4,230	7.3	12,961	11,547	12.2

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 TERCER TRIMESTRE DE 2023**

- Ventas Netas incrementaron 2.1% con respecto al 3T22, alcanzando Ps. 56,911 millones.
- EBITDA aumentó 7.8% a Ps. 11,509 millones con un margen de 20.2%.
- Utilidad Neta fue de Ps. 4,537 millones con un crecimiento de 7.3% y alcanzando un margen de 8%.

**DATOS RELEVANTES PARA EL ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2023**

- Ventas Netas fueron Ps. 163,646 millones, 5.5% mayores respecto al 9M22.
- EBITDA registró Ps. 32,374 millones, un crecimiento de 9.2% con un margen de 19.8%.
- Utilidad Neta aumentó 12.2% a Ps. 12,961 millones y registrando un margen de 7.9%

**COMENTARIO DEL DIRECTOR GENERAL**

“Este tercer trimestre, el sólido incremento registrado tanto en Volumen de 7.4%, como en EBITDA de 7.8%, demuestra que seguimos avanzando en la ruta de crecimiento rentable y sostenible que hemos trazado, tras 97 años de ser un embotellador de Coca-Cola, bajo el compromiso de todos nuestros colaboradores de hacer una diferencia positiva en las comunidades que atendemos” dijo Arturo Gutiérrez, Director General de Arca Continental.

“Buscando tener un sólido cierre de año, estaremos enfocados en capturar nuevas oportunidades con nuestro amplio portafolio de productos; el fortalecimiento de nuestras capacidades de ejecución y la rápida adopción de las herramientas digitales, a medida que seguimos avanzando con nuestra agenda de sostenibilidad”, añadió.

## RESULTADOS CONSOLIDADOS

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

TABLA 2: CIFRAS CONSOLIDADAS

	3T23	3T22	Variación %	Ene-Sep'23	Ene-Sep'22	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	342.8	323.6	5.9	945.5	916.4	3.2
Sabores	114.3	109.9	4.1	335.9	326.4	2.9
<b>Total Refrescos</b>	<b>457.1</b>	<b>433.4</b>	<b>5.5</b>	<b>1,281.4</b>	<b>1,242.7</b>	<b>3.1</b>
Agua*	83.7	71.2	17.5	229.2	199.1	15.1
No Carbonatados**	59.8	53.8	11.0	168.7	156.6	7.7
<b>Volumen sin garrafón</b>	<b>600.6</b>	<b>558.5</b>	<b>7.5</b>	<b>1,679.3</b>	<b>1,598.4</b>	<b>5.1</b>
Garrafón	64.3	60.7	5.9	186.0	179.4	3.6
<b>Volumen Total</b>	<b>664.9</b>	<b>619.2</b>	<b>7.4</b>	<b>1,865.2</b>	<b>1,777.8</b>	<b>4.9</b>
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas***	56,911	55,723	2.1	163,646	155,151	5.5
EBITDA	11,509	10,675	7.8	32,374	29,639	9.2
Margen EBITDA	20.2%	19.2%	100 bp	19.8%	19.1%	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 para el 3T23 incrementaron 2.1% (13.6% sin efecto de tipo de cambio) alcanzando Ps. 56,911 millones comparado con el mismo periodo del año anterior. Acumulado a septiembre, las ventas registraron Ps. 163,646 millones, un incremento de 5.5% (14.9% sin efecto de tipo de cambio) contra el año anterior.
- El volumen de ventas total aumentó 7.5% en el 3T23 a 601 MCU, excluyendo garrafón, impulsado principalmente por el crecimiento en las categorías de agua personal y bebidas no carbonatadas, de 17.5% y 11%, respectivamente. A septiembre 2023, el volumen de ventas, excluyendo garrafón, creció 5.1% a 1,679 MCU.



- El costo de ventas en el trimestre estuvo en línea con el año anterior, esto como resultado de menores precios en la mayoría de las materias primas y coberturas favorables. Acumulado en 2023, el costo de ventas incrementó 3.3% respecto a 2022.
- En el 3T23, la utilidad bruta consolidada incrementó 4.4% a Ps. 26,195 millones, reflejando un margen bruto de 46% y una expansión de 100 puntos base, principalmente impulsado por la mejora en precios de materias primas. En 2023, la utilidad bruta fue de 75,048 millones, un aumento de 8.2% y representando un margen de 45.9%, 120 puntos base mayor al 2022.
- Los gastos de administración y venta crecieron 1.3% a Ps. 17,175 millones en el 3T23. Acumulado en el año, este rubro aumentó 5.7% a Ps. 49,866 millones y representando una razón de gasto sobre ventas de 30.5%, en línea con el año anterior.
- En el 3T23, la utilidad de operación consolidada fue Ps. 9,319 millones, 10.8% mayor respecto al 3T22, representando un margen de operación de 16.4% y una expansión de 130 puntos base. En los primeros nueve meses del año, la utilidad de operación incrementó 13.3% a Ps. 25,863 millones con un margen de 15.8%, 110 puntos base mayor al año anterior.
- El flujo de caja operativo ("EBITDA") consolidado en el trimestre creció 7.8% (16.9% sin efecto de tipo de cambio) a Ps. 11,509 millones registrando un margen EBITDA de 20.2%. En el 2023, el EBITDA registró Ps. 32,374 millones, un aumento de 9.2% (17.2% sin efecto de tipo de cambio) y registrando un margen de 19.8%, para una expansión de 70 puntos base con respecto al 2022.
- En el 3T23, el resultado integral de financiamiento fue de Ps. 1,078 millones, explicado por una pérdida cambiaria por la posición de caja en dólares. En el año, el CIF incrementó 8.6% a Ps. 2,901 millones.
- El impuesto a la utilidad en el tercer trimestre fue de Ps. 2,781 millones, un incremento de 10.7% con respecto al mismo periodo del año anterior y registrando una tasa efectiva de 33.3%. En los primeros nueve meses del año, el impuesto a la utilidad incrementó 15.2% a Ps. 7,362 millones y restando una tasa efectiva de 31.8%.
- Para este trimestre, la utilidad neta alcanzó los Ps. 4,537 millones, un crecimiento de 7.3% y un margen neto de 8%, una expansión de 40 puntos bases respecto al 3T22. En el año, la utilidad neta fue de Ps. 12,961 millones, un aumento de 12.2% comparado con 2022 y un margen de 7.9%.

### BALANCE GENERAL Y FLUJO DE EFECTIVO

- El saldo en caja al cierre de septiembre 2023 es de Ps. 27,286 millones y una deuda de Ps. 46,307 millones, resultando en una deuda neta de caja de Ps. 19,022 millones. La razón de Deuda Neta/EBITDA fue de 0.45 veces.
- El flujo de efectivo neto de operación fue de Ps. 23,191 millones al mes de septiembre de 2023.
- La inversión en activos fijos en el periodo fue de Ps. 7,681 millones, principalmente destinada a continuar mejorando la ejecución en el punto de venta, aumentar nuestra cobertura en refrigeradores y envases retornables, así como en proyectos para lograr eficiencias en producción y distribución.

## 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**

	3T23	3T22	Variación %	Ene-Sep'23	Ene-Sep'22	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	222.7	206.0	8.1	593.6	567.9	4.5
Sabores	37.7	36.7	2.7	102.7	102.8	-0.1
<b>Total Refrescos</b>	<b>260.4</b>	<b>242.7</b>	<b>7.3</b>	<b>696.3</b>	<b>670.7</b>	<b>3.8</b>
Agua*	43.1	38.0	13.5	115.4	103.5	11.5
No Carbonatados**	23.5	20.0	17.1	65.0	59.8	8.8
<b>Volumen sin Garrafón</b>	<b>327.0</b>	<b>300.8</b>	<b>8.7</b>	<b>876.8</b>	<b>834.0</b>	<b>5.1</b>
Garrafón	62.2	59.1	5.3	179.3	173.8	3.2
<b>Volumen Total</b>	<b>389.2</b>	<b>359.8</b>	<b>8.2</b>	<b>1,056.1</b>	<b>1,007.7</b>	<b>4.8</b>
<b>Mezclas (%)</b>						
Retornable	28.6	29.4	-0.8	28.5	29.8	-1.3
No Retornable	71.4	70.6	0.8	71.5	70.2	1.3
Familiar	57.8	56.9	0.9	57.1	56.6	0.5
Personal	42.2	43.1	-0.9	42.9	43.4	-0.5
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas	28,005	24,964	12.2	76,291	67,103	13.7
EBITDA	6,959	6,128	13.6	18,247	15,892	14.8
Margen EBITDA	24.8%	24.5%	30 bp	23.9%	23.7%	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 MÉXICO

- Para la región México, las ventas netas aumentaron 12.2% en el tercer trimestre, alcanzando Ps. 28,005 millones, como resultado de ajustes selectivos al precio y un desempeño positivo del volumen. En el acumulado de 2023, las ventas crecieron 13.7% a Ps. 76,291 millones.
- En el trimestre, el volumen de ventas alcanzó las 327 MCU, excluyendo garrafón, principalmente impulsado por las categorías de agua y no carbonatados, con crecimientos de 13.5% y 17.1%, respectivamente. El precio promedio por caja unidad sin garrafón alcanzó Ps. 79.78, un aumento de 3.6%, como resultado de iniciativas ejecutadas de RGM, así como ajustes selectivos de precios.



- En el 3T23, el flujo operativo (EBITDA) de México incrementó 13.6%, a Ps. 6,959 millones, representando un margen de 24.8% con una expansión de 30 puntos base. En el 2023, el EBITDA aumentó 14.8% a Ps. 18,247 millones, representando un margen de 23.9%, una expansión de 20 puntos base comparado con el mismo periodo de 2022.
- Se establecieron volúmenes de ventas récord consecutivos en la operación, registrando más de 100 MCU cada mes del tercer trimestre.
- A nivel canales, todos mostraron incrementos en volumen. El canal tradicional ha logrado mantener su crecimiento constante, y el canal moderno tuvo un aumento en volumen de 14.6%.
- La categoría de colas mantuvo su tendencia con un incremento de 8.1% en el trimestre, principalmente impulsada por Coca-Cola sin azúcar e innovaciones de sabor con Coca-Cola Creations.
- En el tercer trimestre, la categoría de agua también creció impulsada por la marca Topo Chico, que tuvo un aumento de 23% y representó 47% del crecimiento de la categoría, como resultado de promociones en el canal moderno al igual que una gran ejecución en el canal tradicional, logrando satisfacer una alta demanda de consumo.
- Continúa la expansión acelerada de AC Digital, al cierre del 3T23 se tiene más de 283 mil clientes registrados. Nuestra base total de clientes que interactúa con la plataforma ahora representa el 85% de nuestros clientes comerciales tradicionales. Además, más del 54% de nuestro volumen fue captado a través de esta plataforma.
- Crecimiento en la categoría de no carbonatados fue impulsado principalmente por bebidas deportivas y café que tuvieron un crecimiento de, 24.2% y 89.4%, respectivamente, capitalizando oportunidades en el canal tradicional.
- El canal *on-premise* continuó con una tendencia positiva con un incremento de 5.6% impulsada por los canales de entretenimiento y trabajo.
- En el 3T23, los esfuerzos continuaron enfocados en garantizar la asequibilidad, al mismo tiempo que se capturan nuevas ocasiones de consumo, apoyados por una estrategia de precio-empaque y un portafolio diferenciado.
- Bokados en México, presentó un crecimiento en ventas de un dígito-bajo en el 3T23, principalmente impulsado por un desempeño positivo en el canal tradicional y una sólida estrategia de precio.
- Se lanzaron nuevos productos: Chicharrón Cracklin y Cacahuete Japonés Extreme, con el objetivo de capturar nuevas ocasiones de consumo a través de la continua innovación en productos y sabores.

## 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**

	3T23	3T22	Variación %	Ene-Sep'23	Ene-Sep'22	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	51.9	52.0	-0.3	149.9	152.9	-2.0
Sabores	29.8	29.1	2.5	86.4	86.7	-0.3
<b>Total Refrescos</b>	<b>81.6</b>	<b>81.1</b>	0.7	<b>236.3</b>	<b>239.6</b>	-1.4
Agua*	18.5	15.2	21.4	45.2	41.6	8.7
No Carbonatados**	20.8	19.9	4.3	55.3	54.5	1.5
<b>Volumen Total</b>	<b>120.9</b>	<b>116.2</b>	4.0	<b>336.9</b>	<b>335.8</b>	0.3
<b>Mezclas (%)</b>						
Familiar	65.2	65.6	-0.4	65.5	66.6	-1.1
Personal	34.8	34.4	0.4	34.5	33.4	1.1
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas***	19,121	20,485	-6.7	57,170	57,856	-1.2
EBITDA	2,893	2,666	8.5	8,750	7,970	9.8
Margen EBITDA	15.1%	13.0%	210 bp	15.3%	13.8%	150 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

- En el 3T23, las ventas netas para la región de Estados Unidos disminuyeron 6.7% (incrementaron 11.6% en moneda local) a Ps. 19,121 millones. El volumen de ventas para el trimestre fue de 121 MCU, con un incremento de 4% respecto al 3T22. Acumulado en el año, las ventas disminuyeron 1.2% (incrementaron 12.7% en moneda local) a Ps. 57,170 millones.
- Durante el trimestre, el flujo operativo (EBITDA) de la región de Estados Unidos fue de Ps. 2,893 millones, un aumento de 8.5% (29.8% en moneda local) y registrando un margen de 15.1%, con expansión de 210 puntos base comparado con el 3T22. Acumulado en 2023, el EBITDA registró Ps. 8,750 millones, un crecimiento de 9.8% (25.3% en moneda local) para un margen de 15.3%, 150 puntos base de expansión.
- La estrategia de precio-empaque para ejecutar SKUs de alto margen nos han permitido ofrecer sólidos resultados financieros en el 3T23, resultando en un incremento en el precio neto de 8.4%, con aumento de tasa real de 8.3%, ciclando el aumento de precios del año pasado.

- En el tercer trimestre, nuestros tres canales crecieron, liderados por las tiendas de conveniencia y on-premise, que presentaron un desempeño positivo con incrementos de 9.1% y 5.1%, respectivamente, al igual que el incremento en el canal de supermercados derivado de la inversión estratégica en iniciativas impulsoras de volumen. Lo anterior permitió un incremento en empaques de consumo inmediato, lo que generó un ingreso mayor por caja unidad.
- En el trimestre se fortaleció nuestro liderazgo en el mercado manteniendo una sólida participación de valor, impulsada por las categorías de agua y no carbonatados.
- Durante el 3T23, se lanzó Bodyarmor Flash IV, nuestra marca más nueva en el segmento de hidratación rápida, Coca-Cola Creations Y3000 y 13 nuevos SKUs de Bang portafolio de energéticos.
- La categoría de agua personal creció 21.4% en el trimestre, impulsada por la ejecución en el punto de venta y la preferencia de los consumidores hacia marcas de agua premium como Smartwater, Vitaminwater y Topo Chico. Smartwater registró un aumento de 6.4% y Topo Chico de 225.5%, como resultado de una mejora en la disponibilidad de la marca.
- Se continuó con el enfoque de mejorar la estabilidad y precisión de las promociones y optimizar la ejecución de nuestros empaques más rentables soportado con nuestra herramienta: *Trade Promotion Optimization*.
- En el 3T23, expandimos el piloto de botella retornable a San Antonio, Texas como parte de nuestros esfuerzos para evolucionar el canal on-premise y de servicio de comida a una arquitectura basada en ocasiones que incluye empaques más rentables.
- Resultados preliminares confirmaron la voluntad de los clientes y consumidores de adoptar nuestro portafolio de la botella retornable. Notablemente, este nuevo empaque representa aproximadamente el 15% de la mezcla de volumen en clientes participantes en El Paso y San Antonio.
- Las ventas a través de la plataforma digital myCoke se incrementaron 12% en el 3T23 comparado con el año anterior, este aumento se atribuye a una mayor cantidad de clientes mensuales que utilizan myCoke. A finales de septiembre, 91% de los clientes elegibles del canal on-premise y tiendas de conveniencia adoptaron myCoke.
- Wise botanas en Estados Unidos presentó un crecimiento en EBITDA, derivado de una estrategia de ajustes de precios selectiva, productividad constante, así como planes de ahorro en la operación, que incluyeron la racionalización de SKU's, simplificando nuestra cadena de suministro para optimizar los costos de flete y reducir el desperdicio de productos.

## 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

	3T23	3T22	Variación %	Ene-Sep'23	Ene-Sep'22	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	68.2	65.5	4.1	202.1	195.6	3.3
Sabores	46.9	44.1	6.3	146.7	136.8	7.2
<b>Total Refrescos</b>	<b>115.1</b>	<b>109.6</b>	5.0	<b>348.8</b>	<b>332.4</b>	4.9
Agua*	22.1	18.0	22.7	68.5	54.1	26.7
No Carbonatados**	15.5	13.9	11.9	48.3	42.2	14.3
<b>Volumen sin Garrafón</b>	<b>152.7</b>	<b>141.5</b>	7.9	<b>465.6</b>	<b>428.7</b>	8.6
Garrafón	2.1	1.7	24.8	6.7	5.6	17.9
<b>Volumen Total</b>	<b>154.7</b>	<b>143.1</b>	8.1	<b>472.2</b>	<b>434.4</b>	8.7
<b>Mezclas (%)</b>						
Retornable	29.7	30.5	-0.8	29.6	30.5	-0.9
No Retornable	70.3	69.5	0.8	70.4	69.5	0.9
Familiar	65.7	68.3	-2.5	67.0	69.1	-2.1
Personal	34.3	31.7	2.5	33.0	30.9	2.1
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas	9,785	10,273	-4.7	30,185	30,192	0.0
EBITDA	1,657	1,881	-11.9	5,378	5,777	-6.9
Margen EBITDA	16.9%	18.3%	-140 bp	17.8%	19.1%	-130 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 presentó una disminución en ventas netas de 4.7%, a Ps. 9,785 millones en el 3T23. Este resultado se dio principalmente por la devaluación de todas las monedas de la región con respecto al peso mexicano. Acumulado en 2023, las ventas se mantuvieron en Ps. 30,185 millones.
- El volumen en Sudamérica en 3T23 creció 7.9% a 152.7 MCU, excluyendo garrafón, liderado por las categorías de agua personal y no carbonatados con crecimientos de 22.7% y 11.9%, respectivamente.
- El EBITDA en la región de Sudamérica se redujo 11.9% a Ps. 1,657 millones en el 3T23, reflejando un margen de 16.9%. En el 2023, el EBITDA ha disminuido 6.9% a Ps. 5,378 millones.





## Perú

- En el 3T23, el volumen de Perú creció 12.3%, sin incluir garrafón, debido al crecimiento de las categorías de agua personal y no carbonatados, de 23.7% y 21.9%, respectivamente. En los primeros nueve meses del año, el volumen aumentó 11.7%, excluyendo garrafón.
- El precio en el trimestre registró un incremento de 3.5%, considerando una tasa real de 6.1% derivado de los ajustes al precio realizados y un ajuste en la mezcla de 1.8%, principalmente impactado por un mayor volumen de agua.
- La categoría del agua creció secuencialmente un notable 23.7%, continuando con nuestra estrategia comercial cual destacando las marcas San Luis y Benedictino.
- Perú tuvo un sólido desempeño en volumen en el 3T23 como resultado de las inversiones en el punto de venta, con la colocación de más de 10,000 equipos de frío y 12,000 exhibidores, así como un portafolio asequible.
- En la categoría de refrescos, colas y sabores tuvieron crecimientos de 9.8% y 8.9%, respectivamente, soportadas por la estrategia de empaques retornables e impulsados por las marcas Coca-Cola e Inca Kola, principalmente la marca Coca-Cola Sin Azúcar la cual creció 25%.

## Ecuador

- En Ecuador, el volumen de ventas aumentó 9.2% en el 3T23, impulsado por crecimientos en todas las categorías, principalmente de no carbonatados y sabores con incrementos de 12.5% y 11.4%, respectivamente. En el acumulado del año, el volumen de ventas creció 9.4%.
- En el 3T23, el incremento en la categoría de no carbonatados fue principalmente impulsado por té, bebidas energéticas e isotónicos con crecimientos de doble-dígito en el canal tradicional y moderno.
- La mezcla en formato personal aumentó 0.5 puntos porcentuales en el 3T23. Esta mejora fue en todas las categorías, principalmente por no carbonatados, por la reapertura del canal on-premise, así como el incremento de movilidad en dicho canal.
- El canal tradicional mostró un crecimiento de 6.8% comparado con el 3T22, resultado de la introducción de envase y equipos de frío, la reapertura de puntos de venta, así como el aseguramiento de un portafolio asequible con empaques retornables.
- Las iniciativas de manejo de ingresos y reformulación de productos, junto con nuestro enfoque en la disciplina de costos y optimización, nos permitieron proteger la rentabilidad en medio del desafiante entorno de consumo en Ecuador.
- En el 3T23, Inalecsa, el negocio de botanas en Ecuador, mantuvo sus ventas y registró una expansión de doble dígito en EBITDA, como resultado del enfoque en la innovación de productos y captura de volumen en nuevas ocasiones de consumo, respaldadas por una estrategia de precio atractiva.
- Tonicorp tuvo incremento en EBITDA de un dígito medio. El crecimiento fue impulsado por leche saborizada, avena y helados, a medida que mantuvimos la participación de mercado de nuestro portafolio principal.



## Argentina

- En el 3T23, el volumen de ventas en Argentina se redujo 1.2%, ciclando un crecimiento fuerte de 9.7% en el 3T22. Acumulado en 2023, el volumen de ventas se incrementó 1.7%.
- La categoría de agua mostró crecimiento de doble-dígito liderado por los empaques familiares y de incremento en la cobertura de estos productos, mientras que la marca Benedictino continúa creciendo y capitalizando oportunidades.
- La mezcla personal aumentó 4.7%, impulsada por agua y no carbonatados.

## ASG

- Como parte de nuestro compromiso continuo para detener el calentamiento global y fortalecer nuestro Modelo de Negocio Sostenible, anunciamos nuestros objetivos establecidos destinados a reducir las emisiones absolutas de carbono.
- Obtuvimos la validación de nuestras metas de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) por parte de la Science Based Target Initiative (SBTi). La compañía se compromete a reducir las emisiones absolutas de GEI de alcance 1 y 2 en un 33.9% y se compromete a reducir las emisiones absolutas de GEI de alcance 3 en un 15% para el 2030.
- Como parte de nuestros esfuerzos para promover la eficiencia de combustible, lanzamos nuestro primer camión de reparto de productos 100% eléctrico en México, que ahorrará 9,400 litros de gasolina y reducirá las emisiones de CO2 en 16 toneladas anuales.
- En México, lanzamos el programa Transforma Mi Tienda, que representa el siguiente nivel de desarrollo de clientes en el canal tradicional con el que ofrecemos capacitación, asesoría comercial, oportunidades de crédito adicionales, aumento de equipos de bebidas frías, instalación de paneles solares, asistencia médica y otros beneficios para ayudarles a fortalecer sus capacidades comerciales, lograr ahorros y promover la sostenibilidad en sus negocios.

## EVENTOS RECIENTES

- Se aprobó el pago de un dividendo extraordinario en efectivo de \$2.22 pesos por acción, cual será pagado en una sola exhibición el 22 de noviembre, alcanzando un dividendo total de \$5.72 pesos por acción para el año con un rendimiento por dividendo cercano al 3.7% y un payout ratio del 63% de las utilidades retenidas.

## DATOS DE LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Arca Continental llevará a cabo una conferencia telefónica el 26 de octubre de 2023 a las 09:00 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](http://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 97 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 128 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](http://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)									
	3T23	3T22	Variación		Ene-Sep'23	Ene-Sep'22	Variación		
			MM MXP	%			MM MXP	%	
<b>Ventas Netas</b>	<b>56,911</b>	<b>55,723</b>	1,189	2.1	<b>163,646</b>	<b>155,151</b>	8,495	5.5	
Costo de Ventas	30,717	30,628	89	0.3	88,598	85,785	2,813	3.3	
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>26,195</b>	<b>25,095</b>	1,100	4.4	<b>75,048</b>	<b>69,366</b>	5,682	8.2	
	46.0%	45.0%			45.9%	44.7%			
Gastos de Venta	14,630	14,543	87	0.6	42,491	40,238	2,254	5.6	
Gastos de Administración	2,545	2,420	125	5.2	7,375	6,934	441	6.4	
<b>Total de Gastos</b>	<b>17,175</b>	<b>16,963</b>	212	1.3	<b>49,866</b>	<b>47,172</b>	2,695	5.7	
	30.2%	30.4%			30.5%	30.4%			
Gastos no recurrentes	73	26	47	182.6	132	95	37	38.4	
<b>Utilidad de operación antes de otros ingresos</b>	<b>8,947</b>	<b>8,106</b>	841	10.4	<b>25,050</b>	<b>22,099</b>	2,951	13.4	
Otros ingresos (Gastos) <sup>1,2</sup>	372	305	67	22.1	813	730	83	11.4	
<b>Utilidad de operación</b>	<b>9,319</b>	<b>8,411</b>	908	10.8	<b>25,863</b>	<b>22,829</b>	3,034	13.3	
	16.4%	15.1%			15.8%	14.7%			
Productos (Gastos) Financieros, Neto	-456	-511	55	10.7	-1,373	-1,804	431	23.9	
Utilidad (Pérdida) Cambiaria, Neta	-293	-55	-238	-434.1	-686	-115	-571	-495.7	
Resultado por posición monetaria	-330	-309	-21	-6.8	-841	-751	-90	-12.0	
Costo Integral de Financiamiento	<b>-1,078</b>	<b>-874</b>	-204	-23.3	<b>-2,901</b>	<b>-2,670</b>	-230	-8.6	
Participación en utilidades netas de asociadas <sup>3</sup>	100	47	53	112.5	181	305	-124	-40.5	
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>8,341</b>	<b>7,584</b>	757	10.0	<b>23,143</b>	<b>20,463</b>	2,681	13.1	
Impuesto a la Utilidad	-2,781	-2,511	-269	-10.7	-7,362	-6,389	-973	-15.2	
Participación no controladora	-1,023	-842	-181	-21.5	-2,821	-2,528	-293	-11.6	
<b>Utilidad Neta</b>	<b>4,537</b>	<b>4,230</b>	307	7.3	<b>12,961</b>	<b>11,547</b>	1,414	12.2	
	8.0%	7.6%			7.9%	7.4%			
Depreciación y amortización	2,118	2,239	-121	-5.4	6,379	6,715	-335	-5.0	
<b>Flujo Operativo</b>	<b>11,509</b>	<b>10,675</b>	834	7.8	<b>32,374</b>	<b>29,639</b>	2,736	9.2	
Flujo Operativo / Ventas Netas	20.2%	19.2%			19.8%	19.1%			

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

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

<sup>2</sup> Incluye efecto neto de Ingresos fuera del territorio (FT) en USA

<sup>3</sup> 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)

	Septiembre 30	Diciembre 31	Variación	
	2023	2022	MM MXP	%
<b>ACTIVO</b>				
Efectivo e inversiones temporales	27,286	27,761	-476	-1.7
Clientes y cuentas por cobrar	19,539	17,984	1,555	8.6
Inventarios	11,902	11,643	259	2.2
Pagos anticipados y mercancía en tránsito	1,052	950	102	10.7
<b>Suma de Activo Circulante</b>	<b>59,779</b>	<b>58,338</b>	1,441	2.5
Inversiones en acciones y otras	9,487	9,188	299	3.3
Inmuebles, planta y equipo	66,214	68,317	-2,103	-3.1
Activos por derecho de uso	929	1,202	-272	-22.7
Otros activos	111,570	119,255	-7,685	-6.4
<b>Suma de Activo Total</b>	<b>247,979</b>	<b>256,300</b>	-8,321	-3.2
<b>PASIVO</b>				
Créditos bancarios	11,847	6,195	5,651	91.2
Proveedores	12,935	14,078	-1,143	-8.1
Pasivos por arrendamiento C.P.	525	546	-21	-3.8
Impuestos, PTU y Otras Ctas por pagar	22,931	21,848	1,083	5.0
<b>Pasivo de Corto Plazo</b>	<b>48,238</b>	<b>42,667</b>	5,570	13.1
Documentos por pagar de Largo plazo	34,460	40,722	-6,261	-15.4
Pasivos por arrendamiento L.P.	446	715	-269	-37.7
ISR diferido y otros	23,332	24,342	-1,010	-4.1
<b>Total de Pasivo</b>	<b>106,476</b>	<b>108,446</b>	-1,971	-1.8
<b>CAPITAL CONTABLE</b>				
Capital contable minoritario	30,133	30,229	-96	-0.3
Capital aportado	958	971	-13	-1.3
Utilidades retenidas	97,451	101,151	-3,700	-3.7
Utilidad o (pérdida) neta	12,961	15,503	-2,542	-16.4
<b>Suma de Capital Contable</b>	<b>141,503</b>	<b>147,854</b>	-6,351	-4.3
<b>Suma de Pasivo y Capital</b>	<b>247,979</b>	<b>256,300</b>	-8,322	-3.2

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

### Estado de Flujo de Efectivo

#### (millones de pesos Mexicanos)

	al 30 de Septiembre	
	2023	2022
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>23,143</b>	<b>20,463</b>
Depreciación y Amortización	6,379	6,715
Fluctuación cambiaria / Resultado por posición monetaria	1,529	866
Intereses Devengados (Neto)	1,373	1,804
Utilidad en venta y deterioro de activo fijo	255	78
<b>Flujo generado antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>32,679</b>	<b>29,926</b>
Flujo generado /utilizado en la operación	-9,488	-5,983
<b>Flujo neto de efectivo de actividades de operación</b>	<b>23,191</b>	<b>23,943</b>
Actividades de inversión:		
Inversión en activos Fijos (Neta)	-5,668	-6,417
Actividades de financiamiento:		
Dividendos pagados	-6,994	-6,492
Recompra de acciones (Neto)	-4,879	-2,959
Financiamiento (Pago) de pasivos Bancarios	1,187	-1,555
Intereses pagados	-3,551	-3,012
Otros	-495	-474
Flujo neto de efectivo de actividades de financiamiento	-14,732	-14,492
<b>Incremento neto de efectivo y equivalentes</b>	<b>2,791</b>	<b>3,034</b>
Diferencia en cambios en el efectivo	-3,266	-805
<b>Saldo inicial efectivo y equivalentes</b>	<b>27,761</b>	<b>32,117</b>
<b>Saldo final efectivo y equivalentes</b>	<b>27,286</b>	<b>34,346</b>

## Información Financiera Adicional

### Información por segmentos 3T23

	Segmentos de Bebidas					Otros		Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*	Eliminaciones	
<b>Volumen por Segmento</b>	<b>389.2</b>	<b>120.9</b>	<b>77.7</b>	<b>37.1</b>	<b>40.0</b>			<b>664.9</b>
<b>Ingresos del Segmento</b>	<b>26,459</b>	<b>18,070</b>	<b>4,029</b>	<b>2,469</b>	<b>2,834</b>	<b>3,637</b>	<b>-587</b>	<b>56,911</b>
Ingresos Intersegmentos	-340	0	-43	0	-1	-203	587	0
<b>Ingresos netos de transacciones inter-segmentos</b>	<b>26,119</b>	<b>18,070</b>	<b>3,986</b>	<b>2,469</b>	<b>2,833</b>	<b>3,434</b>	<b>0</b>	<b>56,911</b>
Utilidad de operación	5,886	2,349	665	-58	243	233	0	9,319
<b>Flujo Operativo</b>	<b>6,722</b>	<b>2,783</b>	<b>920</b>	<b>175</b>	<b>470</b>	<b>440</b>	<b>0</b>	<b>11,509</b>
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	25.7%	15.4%	23.1%	7.1%	16.6%	12.8%	0.0%	20.2%
Gastos No recurrentes	5	-0	-0	61	5	2	0	73
Depreciación y amortización	832	434	255	171	222	204	0	2,118
Ingresos y Gastos Financieros Neto	-986	81	-63	-54	-29	-27	0	-1,078
Participación en Utilidades Netas de Asociadas	100	0	0	0	0	0	0	100
Utilidad antes de Impuestos	5,001	2,430	601	-112	214	207	0	8,341
<b>Activos Netos Totales</b>	<b>83,896</b>	<b>96,862</b>	<b>34,810</b>	<b>11,040</b>	<b>19,819</b>	<b>12,725</b>	<b>-11,172</b>	<b>247,979</b>
Inversión en Asociadas	8,430	625	0	432	0	0	0	9,487
Pasivos Totales	67,013	33,284	9,770	1,695	5,232	5,285	-15,803	106,476
Inversiones en el periodo de activos fijos	4,235	1,065	647	511	523	581	0	7,561

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

### Información por segmentos Ene-Sep'23

	Segmentos de Bebidas					Otros		Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*	Eliminaciones	
<b>Volumen por Segmento</b>	<b>1,056.1</b>	<b>336.9</b>	<b>245.4</b>	<b>109.7</b>	<b>117.2</b>			<b>1,865.2</b>
<b>Ingresos del Segmento</b>	<b>71,735</b>	<b>53,799</b>	<b>12,785</b>	<b>7,163</b>	<b>8,790</b>	<b>10,957</b>	<b>-1,584</b>	<b>163,646</b>
Ingresos Intersegmentos	-909	0	-87	0	-6	-581	1,584	0
<b>Ingresos netos de transacciones inter-segmentos</b>	<b>70,826</b>	<b>53,799</b>	<b>12,698</b>	<b>7,163</b>	<b>8,784</b>	<b>10,376</b>	<b>0</b>	<b>163,646</b>
Utilidad de operación	15,140	7,105	2,155	159	733	571	0	25,863
<b>Flujo Operativo</b>	<b>17,607</b>	<b>8,463</b>	<b>2,917</b>	<b>751</b>	<b>1,436</b>	<b>1,200</b>	<b>0</b>	<b>32,374</b>
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	24.9%	15.7%	23.0%	10.5%	16.3%	11.6%	0.0%	19.8%
Gastos No recurrentes	7	-0	4	96	9	16	0	132
Depreciación y amortización	2,461	1,357	758	497	694	613	0	6,379
Ingresos y Gastos Financieros Neto	-2,754	130	-22	-73	-98	-85	0	-2,901
Participación en Utilidades Netas de Asociadas	181	0	0	0	0	0	0	181
Utilidad antes de Impuestos	12,567	7,236	2,133	86	636	485	0	23,143
<b>Activos Netos Totales</b>	<b>83,896</b>	<b>96,862</b>	<b>34,810</b>	<b>11,040</b>	<b>19,819</b>	<b>12,725</b>	<b>-11,172</b>	<b>247,979</b>
Inversión en Asociadas	8,430	625	0	432	0	0	0	9,487
Pasivos Totales	67,013	33,284	9,770	1,695	5,232	5,285	-15,803	106,476
Inversiones en el periodo de activos fijos	4,235	1,065	647	511	523	581	0	7,561

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



### Deuda Total AC

	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	Total
Perfil de Vencimientos	11,847	510	4,107	5,308	6,325	2,997	8,181	7,032	46,307
% del total	25.6%	1.1%	8.9%	11.5%	13.7%	6.5%	17.7%	15.2%	100.0%

Calificación Crediticia	Local	Global	Perspectiva
Fitch	AAA(mex)	A	Estable
Moody's	Aaa.mx	A3	Estable
S&P	mxAAA	-	Estable

### Tipo de cambio promedio

	3T23	3T22	YoY
MXN	16.94	20.23	-16.3%
PEN	4.62	5.20	-11.2%
ARS	0.06	0.15	-62.7%

	Ene-Sep'23	Ene-Sep'22	YoY
MXN	17.69	20.23	-12.6%
PEN	4.75	5.29	-10.3%
ARS	0.07	0.17	-55.9%

### Tipo de cambio fin del periodo

	3T23	2T23	3T22
MXN	17.62	17.12	20.19
PEN	4.65	4.72	5.07
ARS	0.05	0.07	0.14

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>