

REPORTE TRIMESTRAL

VENTAS NETAS CRECEN 5.6% Y EBITDA 7.7% EN 3T20

Monterrey, México, 27 de octubre 2020 – 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 2020 y acumulado a septiembre de 2020 (“3T20” y “9M20”).

Tabla 1: Datos Financieros Relevantes

CIFRAS CONSOLIDADAS EN MILLONES DE PESOS MEXICANOS						
	3T20	3T19	Variación %	Ene-Sep'20	Ene-Sep'19	Variación %
Volumen Total de Bebidas (MCU)	554.7	587.4	-5.6	1,593.7	1,678.8	-5.1
Ventas Netas	44,811	42,415	5.6	126,649	121,319	4.4
EBITDA	8,642	8,024	7.7	23,514	22,387	5.0
Utilidad Neta	2,744	2,733	0.4	7,757	7,252	7.0

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 TERCER TRIMESTRE DE 2020

- Ventas Netas fueron 5.6% mayores respecto al mismo trimestre del 2019, alcanzando Ps. 44,811 millones.
- EBITDA fue de Ps. 8,642 millones con un margen de 19.3%, un incremento de 7.7% respecto al 3T19 y una expansión de 40 puntos base.
- Utilidad Neta creció 0.4%, representando un margen de 6.1% y un monto de Ps. 2,744 millones.

DATOS RELEVANTES PARA EL ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2020 (9M)

- Ventas Netas alcanzaron Ps. 126,649 millones representando un aumento de 4.4%.
- EBITDA fue de Ps. 23,514 millones con un margen de 18.6%, un incremento 5.0% comparado al año anterior.
- Utilidad Neta incrementó 7.0% a Ps. 7,757 millones con un margen de 6.1%, 10 puntos base adicionales.

COMENTARIO DEL DIRECTOR GENERAL

“Enfocados en seguir desarrollando acciones para contrarrestar los efectos de la pandemia en los territorios que operamos, durante el trimestre impulsamos un portafolio de productos asequible con una estructura flexible de precios y empaques, sustentado en una ejecución ágil en el punto de venta. Esto nos permitió un crecimiento de ventas de 5.6% y en flujo operativo de 7.7%, derivado del buen desempeño de nuestras operaciones en México y Estados Unidos”, dijo Arturo Gutiérrez, Director General de Arca Continental

“Igualmente, mantuvimos el compromiso de apoyar a nuestros colaboradores y clientes ante los actuales retos económicos, al mismo tiempo que mejoramos las capacidades comerciales del negocio con el despliegue de iniciativas digitales y disciplina operativa para entregar resultados rentables a nuestros accionistas”, agregó.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

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

TABLA 2: CIFRAS CONSOLIDADAS

	3T20	3T19	Variación %	Ene-Sep'20	Ene-Sep'19	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	297.6	301.4	-1.3	844.3	852.1	-0.9
Sabores	96.9	109.8	-11.8	286.2	326.1	-12.3
Total Refrescos	394.5	411.3	-4.1	1,130.4	1,178.2	-4.1
Agua*	54.5	65.1	-16.3	160.3	186.8	-14.2
No Carbonatados**	45.6	49.4	-7.6	126.3	136.8	-7.7
Volumen sin garrafón	494.6	525.7	-5.9	1,417.1	1,501.8	-5.6
Garrafón	60.1	61.7	-2.6	176.6	177.0	-0.2
Volumen Total	554.7	587.4	-5.6	1,593.7	1,678.8	-5.1
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas***	44,811	42,415	5.6	126,649	121,319	4.4
EBITDA	8,642	8,024	7.7	23,514	22,387	5.0
Margen EBITDA	19.3%	18.9%	40 bps	18.6%	18.5%	10 bps

* 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 3T20 alcanzaron Ps. 44,811 millones, un incremento de 5.6% (-1.9% sin efecto cambiario) contra el mismo periodo del 2019. En los primeros 9 meses del año, aumentaron 4.4% (-1.6% sin efecto cambiario) comparado con el año anterior, alcanzando Ps. 126,649 millones.
- El volumen de ventas total disminuyó 5.6% en el tercer trimestre, principalmente por el efecto negativo de la pandemia en la movilidad de los consumidores y la falta de reapertura de todos los canales, este efecto fue parcialmente compensado por un resultado positivo en Argentina. Acumulado a septiembre el volumen a nivel consolidado tuvo una caída de 5.1%, siendo el segmento de carbonatados, específicamente colas, la categoría con mayor resiliencia durante el periodo con una caída de 0.9%
- Durante el 3T20, el costo de ventas tuvo un incremento de 5.3%, como resultado del aumento en el concentrado en México, que fue parcialmente compensado por menores precios de PET.



- La utilidad bruta consolidada aumentó a Ps. 20,266 millones, un 6.1% mayor respecto al mismo periodo del año anterior para reflejar un margen bruto de 45.2%, 10 puntos base mayor respecto al mismo periodo del año anterior. Durante el 2020, la utilidad bruta creció 5.4% y alcanzó Ps. 57,050 millones representando un margen del 45.0%, una expansión de 40 puntos base comparado con el 2019.
- Los gastos de administración y venta aumentaron de Ps. 13,391 millones a Ps. 14,238 millones, un 6.3% (-1.1% sin efecto cambiario) como resultado de los efectos de tipo de cambio de las operaciones denominadas en dólares y soles, gastos operativos relacionados al COVID-19; y compensando por las eficiencias que hemos logrado por Ps. 1,919 millones. Estos gastos acumulados al mes de septiembre de 2020 alcanzaron Ps. 41,383 millones, un aumento de 6.6% (0.9% sin efecto cambiario) y un 32.7% respecto a las ventas, 70 puntos base mayor respecto al año pasado.
- La utilidad de operación consolidada en el 3T20 registró Ps. 6,045 millones, un incremento de 9.4% con respecto al mismo periodo del 2019, representando un margen de operación de 13.5%. El total de gastos incurridos relacionados con el COVID-19 fueron Ps. 160 millones, de los cuales Ps. 143 millones se contabilizaron como gastos operativos y Ps. 17 millones como gastos no recurrentes. A septiembre 2020, la utilidad operativa ha crecido 2.2%, para un monto de Ps. 15,466 millones que representa un margen operativo de 12.2%.
- Durante el 3T20, el flujo de caja operativo ("EBITDA") consolidado aumentó 7.7% (2.1% sin efecto cambiario) a Ps. 8,642 millones representando un margen 19.3%, 40 puntos base mayor respecto al 3T19. Acumulado al mes de septiembre, alcanzó los Ps. 23,514 millones, un incremento de 5.0% (0.6% sin efecto cambiario) respecto al mismo período de 2019, para un margen 18.6%, 10 puntos base mayor respecto al año anterior.
- El resultado integral de financiamiento para el 3T20 aumentó 54.6% con respecto al 3T19 alcanzando los Ps. 1,097 millones explicado por la importante posición de caja que tenemos en dólares, lo que resultó en una mayor pérdida cambiaria por la apreciación que tuvo el peso durante el trimestre. Acumulado al mes de septiembre fue de Ps. 1,942 millones, 26.0% menor respecto al año anterior.
- En el 3T20, el impuesto a la utilidad refleja una tasa efectiva de 31% y un monto de Ps. 1,501 millones, 2.9% mayor respecto al mismo trimestre del año anterior. Acumulado en el año la tasa efectiva fue de 30%.
- La utilidad neta para el 3T20 incrementó 0.4% para un monto de Ps. 2,744 millones, reflejando un margen neto de 6.1%, una dilución de 30 puntos base y para el año, Ps. 7,757 millones, que representa un margen neto de 6.1%, 10 puntos base mayor respecto al 2019.

BALANCE GENERAL Y FLUJO DE EFECTIVO

- Al mes de septiembre de 2020, se registró un saldo en caja de Ps. 32,435 millones y una deuda total de Ps. 58,260 millones, resultando una deuda neta de caja de Ps. 25,824 millones. La razón de Deuda Neta/EBITDA fue de 0.8x.
- El flujo de efectivo neto de operación alcanzó Ps. 21,935 millones al mes de septiembre de 2020.
- La inversión en activos fijos en el periodo fue de Ps. 4,025 millones, destinada principalmente a la adquisición de equipo de refrigeración, compra de envase retornable, tecnología aplicada al mercado, así como a 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

	3T20	3T19	Variación %	Ene-Sep'20	Ene-Sep'19	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	192.6	196.8	-2.1	536.1	539.2	-0.6
Sabores	35.8	40.3	-11.0	98.6	109.5	-9.9
Total Refrescos	228.4	237.0	-3.6	634.7	648.7	-2.2
Agua*	28.8	33.0	-12.7	78.6	86.4	-9.0
No Carbonatados**	17.9	18.6	-3.9	49.8	53.0	-6.1
Volumen sin Garrafón	275.1	288.6	-4.7	763.1	788.1	-3.2
Garrafón	58.5	59.5	-1.6	170.7	168.7	1.2
Volumen Total	333.7	348.2	-4.2	933.8	956.8	-2.4
Mezclas (%)						
Retornable	33.7	31.9	1.8	33.5	31.6	1.9
No Retornable	66.3	68.1	-1.8	66.5	68.4	-1.9
Familiar	60.1	54.5	5.6	59.7	53.8	5.9
Personal	39.9	45.5	-5.6	40.3	46.2	-5.9
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas	19,179	18,817	1.9	52,251	51,147	2.2
EBITDA	4,791	4,585	4.5	12,791	11,926	7.3
Margen EBITDA	25.0%	24.4%	60 bps	24.5%	23.3%	120 bps

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

RESULTADOS OPERATIVOS PARA MÉXICO

- Las ventas netas para la región México fueron de Ps. 19,179 millones durante el 3T20, un crecimiento 1.9%. El volumen de ventas disminuyó 4.7% a 275 MCU (sin incluir garrafón). El precio promedio por caja unidad sin garrafón alcanzó Ps. 65.8, con un aumento de 6.2% como resultado de ajustes selectivos de precio, en línea con iniciativas desplegadas de Revenue Growth Management. Acumulado a septiembre 2020, las ventas crecieron 2.2% a Ps. 52,251 millones y el volumen registró 763 MCU, 3.2% por debajo del mismo periodo del año anterior
- Al 3T20, el flujo operativo (EBITDA) de México aumentó 4.5% y alcanzó Ps. 4,791 millones representando un margen de 25%, representando una expansión de 60 puntos base contra el 3T19.
- Durante el trimestre, se llevó a cabo el lanzamiento de Topo Chico Hard Seltzer, incursionando en la categoría de bebidas alcohólicas y siendo el primer embotellador en distribuir dicho producto. Se



comenzó su posicionamiento en tiendas de autoservicio, de conveniencia, vinaterías y restaurantes premium.

- Las presentaciones retornables tuvieron incrementos en mix como resultado de exitosas iniciativas implementadas como la de botella universal, donde se comenzaron pilotos en Aguascalientes y San Luis Potosí, así como la finalización de su introducción en Jalisco, logrando un 70% de cobertura. Adicionalmente, se realizaron promociones que fortalecieron la posición de las presentaciones familiares retornables.
- Acumulado en el año, la participación de mercado ha mostrado un desempeño positivo principalmente por un incremento en las categorías de bebidas emergentes como agua, isotónicos, jugos y néctares.
- En el trimestre, las presentaciones familiares continuaron mostrando un crecimiento debido a la asequibilidad de estos productos y el crecimiento de canales donde estos empaques tienen una mayor presencia como Directo al Hogar y Canal Tradicional.
- En el mes de agosto, se hizo el lanzamiento de Predator Energy, una marca asequible en precio para participar estratégicamente en el segmento de bebidas energéticas, alcanzando una cobertura del 30% en el canal tradicional.
- Durante el 3T20, con el objetivo de impulsar la mezcla de presentaciones personales se realizaron actividades comerciales con promociones cruzadas con Bokados a precios especiales para proteger la asequibilidad de los consumidores, teniendo como resultado una redención del 100% de Bokados y llegando a una cobertura del 47%.
- En la categoría de agua, implementamos tres estrategias clave para mitigar la caída que se ha tenido durante la contingencia, las cuales están basadas en generar rotación de producto, asegurar disponibilidad del producto en el punto de venta y un plan para fortalecer los empaques familiares.
- A nivel canales, el canal tradicional continuó mostrando resiliencia en la contingencia, con un crecimiento de más de 5 puntos porcentuales su mix respecto al resto de los canales. Continuamos con apoyos de más de 70 mil de kits para la seguridad de nuestros clientes en el punto de venta logrando una reactivación de 22 mil clientes. Adicionalmente, se implementó el un programa para recuperación y captura de nuevos clientes donde otorgamos kits de seguridad y capacitaciones para la apertura de nuevos negocios dentro del canal, donde recibimos alrededor de 7 mil solicitudes de clientes nuevos, lo que representa un incremento de 50% previo a la contingencia.
- El canal Directo al Hogar, se hizo el lanzamiento de una nueva versión de la página con el objetivo de mejorar la experiencia del consumidor. El canal tuvo un incremento del 13% en clientes, gracias a iniciativas como la inclusión de nuevas presentaciones en la plataforma y una estrategia donde se tiene como objetivo maximizar el drop-size en privadas y edificios en Monterrey, Guadalajara y Aguascalientes, así como generar sinergias con los clientes del canal @work para promover con sus empleados esta plataforma.
- Yomp!, la plataforma de punto de venta en canal tradicional, al cierre del 3T20 cuenta con más de 8 mil clientes del canal tradicional con terminal punto de venta y ha logrado resultados favorables, el ingreso transaccional muestra un crecimiento de 3.8 veces en comparación al 2019 derivado en un enfoque en segmentación a clientes con mayor potencial, lo que se ha visto reflejado en un mayor número de transacciones y de retención de clientes.
- Bokados, en el trimestre presentó un incremento de un dígito-alto en ventas y un dígito bajo en volumen principalmente impulsado por un crecimiento en el canal tradicional. Durante el trimestre, incluimos a nuestro portafolio una línea completa de repostería de la marca Vualá, generando ventas incrementales y mayor productividad del sistema de distribución en el canal tradicional.



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

	3T20	3T19	Variación %	Ene-Sep'20	Ene-Sep'19	Variación %
<i>Volumen por segmento (MCU)</i>						
Colas	50.9	50.9	0.0	150.3	147.9	1.7
Sabores	27.6	28.8	-4.2	81.1	82.8	-2.1
Total Refrescos	78.5	79.7	-1.5	231.4	230.7	0.3
Agua*	14.3	16.1	-11.0	41.9	44.6	-6.2
No Carbonatados**	19.6	21.7	-9.8	51.7	55.7	-7.3
Volumen Total	112.4	117.5	-4.4	325.0	331.1	-1.8
<i>Mezclas (%)</i>						
Familiar	65.2	59.8	5.4	67.0	61.5	5.5
Personal	34.8	40.2	-5.4	33.0	38.5	-5.5
<i>Estado de Resultados (MM MXP)</i>						
Ventas Netas***	17,943	15,741	14.0	50,549	44,183	14.4
EBITDA	2,431	1,978	22.9	6,577	5,315	23.7
Margen EBITDA	13.6%	12.6%	100 bps	13.0%	12.0%	100 bps

* 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

- Las ventas netas para la región de Estados Unidos alcanzaron Ps. 17,943 millones durante el 3T20, 14% mayores respecto al mismo trimestre del año anterior. El volumen de ventas registró 112 MCU, una disminución de 4.4%, debido principalmente a que el canal on-premise siguió parcialmente cerrado y con restricciones durante el trimestre que fue parcialmente compensado por un desempeño positivo en el canal de tiendas grandes.
- En el 3T20, el flujo operativo (EBITDA) de la región Estados Unidos fue de Ps. 2,431 millones con un margen de 13.6% que representa una expansión de 100 puntos básicos comparado con el 3T19. Estos resultados reflejan la estrategia consistente de aumentar el precio en línea con la inflación y la disciplina operativa para administrar los gastos de manera eficiente.
- La estrategia precio-empaque de impulsar productos que favorecen el mix, logró que se obtuviera en un precio por encima de la inflación en el 3T20. El precio neto creció 4.9%, con un aumento de tasa real de 4.8% y un impacto de mezcla positivo de 0.1%, apalancado por una mezcla favorable por el crecimiento de los paquetes de lata Coca-Cola 12 oz, la categoría de energéticos y Bodyarmour.
- A nivel de categorías, la participación de valor tuvo un crecimiento en energéticos donde se ha mostrado un aumento en Coke Energy y Reign de 0.6pp y agua mineral también mostró un incremento con Topo Chico y AHA de 3.3pp.



- Durante la pandemia, se ha acelerado la agenda digital, especialmente la plataforma de comercio electrónico mycoke.com, a medida que los clientes cambiaban a las compras en línea. En el tercer trimestre, la cantidad de clientes que realizaron pedidos en Mycoke creció un 31% en comparación con 2T20.
- La expansión de las capacidades digitales ha sido un pilar clave durante el período para aumentar la lealtad y satisfacción de los clientes, se implementó la primera aplicación móvil myCoke y la función myCoke Wallet en asociación con Coca-Cola North America; ambas nuevas funcionalidades ofrecen una mejor experiencia al cliente en el proceso de pedido sin contacto.
- En analítica avanzada, continuamos con las pruebas piloto en pedido sugerido en las tiendas de conveniencia donde se introdujo un portafolio de más de 60 SKUs donde en un período de 4 meses se ha tenido una incidencia del 83% de recompra. Esta solución se implementó en todas las tiendas de conveniencia a finales del tercer trimestre.
- En Wise, las ventas disminuyeron un dígito medio durante el trimestre principalmente impactadas por contracciones en las categorías de tortilla y marcas propias, que fueron parcialmente compensadas por un desempeño positivo de la categoría de palomitas y la marca Deep River. Adicionalmente, se realizó el lanzamiento de nuevos sabores en las categorías de papas y palomitas. Por otro lado, el canal e-Commerce continuó con un sólido desempeño en el trimestre impulsado por Deep River y Wise manteniendo su nivel de ventas.

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

	3T20	3T19	Variación %	Ene-Sep'20	Ene-Sep'19	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	54.1	53.7	0.7	157.8	164.9	-4.3
Sabores	33.5	40.8	-17.9	106.5	133.8	-20.4
Total Refrescos	87.6	94.5	-7.3	264.3	298.8	-11.6
Agua*	11.3	16.0	-29.2	39.9	55.7	-28.5
No Carbonatados**	8.2	9.1	-10.1	24.8	28.1	-11.5
Volumen sin Garrafón	107.1	119.6	-10.5	329.0	382.6	-14.0
Garrafón	1.5	2.2	-28.8	5.9	8.4	-29.6
Volumen Total	108.6	121.8	-10.8	334.8	391.0	-14.4
Mezclas (%)						
Retornable	33.2	30.6	2.6	33.4	30.2	3.2
No Retornable	66.8	69.4	-2.6	66.6	69.8	-3.2
Familiar	76.6	66.2	10.4	75.1	66.3	8.8
Personal	23.4	33.8	-10.4	24.9	33.7	-8.8
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas	7,690	7,857	-2.1	23,849	25,989	-8.2
EBITDA	1,420	1,461	-2.8	4,147	5,146	-19.4
Margen EBITDA	18.5%	18.6%	-10 bps	17.4%	19.8%	-240 bps

* 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 2.1%, a Ps. 7,690 millones en el 3T20.
- El volumen de ventas en Sudamérica disminuyó 10.5% en el tercer trimestre (sin incluir garrafón) a 107 MCU, principalmente por caídas de volumen en Perú y Ecuador que fueron parcialmente compensadas con un volumen positivo de Argentina.
- En el 3T20, el EBITDA para Sudamérica mostró una disminución de 2.8% a Ps. 1,420 millones, reflejando un margen de 18.5%, una dilución de 10 puntos básicos contra el mismo periodo de 2019.

Perú



- En el 3T20, el volumen total de ventas disminuyó 15.9%, principalmente por las restricciones de movilidad que se tuvieron durante la contingencia. Sin embargo, muestra una mejora secuencial con respecto al trimestre anterior como resultado de planes enfocados en la eficiencia en la atención al cliente, adaptación de nuestros modelos de servicio, desarrollo de herramientas digitales, impulsar la reapertura de los negocios y como llegar directamente al consumidor.
- La participación de valor y de mercado mostró un crecimiento durante el trimestre debido a iniciativas implementadas dirigidas principalmente a empaques familiares retornables de las marcas Fanta y Sprite, ofreciendo precios asequibles y buscando fortalecer la base de consumidores de las marcas Inca Kola y Coca-Cola.
- En cuanto a canales, el canal tradicional mostró la mayor resiliencia decreciendo sólo 1% en el trimestre y en septiembre creciendo 5% comparado con el año anterior. Este resultado se obtuvo gracias a planes de comunicación implementados como “Mi Bodega Abierta”, a través de una web gratuita donde los clientes pueden encontrar herramientas para gestionar su negocio de una manera segura. Pueden descargar materiales como señalética, delimitación de espacios y como armar promociones.
- La plataforma de AC Digital, que es el desarrollo de una aplicación B2B para facilitar la generación de pedidos, en el tercer trimestre tuvo 34 mil clientes usuarios de esta aplicación, se han probado modelos preventa en combinación con AC Digital.
- El desarrollo del Canal Directo al hogar en Perú ha generado más de 4 mil pedidos durante el tercer trimestre a través de una plataforma enfocada al consumidor y el desarrollo de diferentes promociones en función de las nuevas ocasiones de consumo.

Ecuador

- En Ecuador durante el 3T20, el volumen de ventas tuvo una reducción de 11.7%, la cual muestra una mejora secuencial con respecto al trimestre pasado dado la reapertura de clientes que se ha tenido a lo largo del trimestre, siendo el canal on-premise el que continúa con mayor afectación.
- Se han enfocado esfuerzos durante la contingencia en reconfigurar el portafolio de productos optimizando el funcionamiento de la cadena de valor y brindando asequibilidad al mercado, apoyados en la retornabilidad como una ventaja competitiva. Igualmente, se ha fortalecido las capacidades comerciales para asegurar las visitas, atención y ejecución de todos los clientes abiertos, en conjunto con grandes apuestas al desarrollo digital con enfoque a evolucionar la forma de comprar de los consumidores y la forma de servir al cliente.
- Inalecsa, en el tercer trimestre tuvo una reducción de volumen y ventas de doble-dígito, por lo que su estrategia se ha enfocado en desplegar la plataforma AC Digital para atender y llegar a más clientes durante esta situación, facilitando la toma de pedidos directamente desde la aplicación. Adicionalmente, se continúa con la expansión geográfica en territorios como Machala, Santa Elena y Cuenca. De igual manera, conscientes de la necesidad de nuestros consumidores para tener productos más asequibles se ha fortalecido el portafolio con una serie de empaques a precios accesibles para las ocasiones de consumo en todas las categorías dulces y saladas.
- Durante el 3T20, Tonicorp continuó enfrentando un entorno desafiante a raíz de la pandemia dado que el sector muestra una caída en la demanda. Ante esta situación, se ha reconfigurado el portafolio para adecuarlo a las necesidades de los consumidores con productos de alto valor agregado y orientados a la asequibilidad.



Argentina

- El volumen de ventas mostró un aumento de 2.1%, explicado por el resultado de planes de apoyo implementados en los clientes, a través de envases retornables y comunicación digital, con dinámicas comerciales orientadas al consumidor para lograr puntos de precio asequibles.
- AC Digital ha mostrado avances importantes desde su implementación y a la fecha ya está implementado en 9 de las 10 provincias, logrando al cierre de septiembre un total de más de 9 mil clientes instalados, de los cuales el 95% hizo pedidos, y 53% realizó recompras.
- En la categoría de sabores, se realizó el lanzamiento de Fanta Manzana en territorios de Tucumán, Santiago del Estero y Jujuy, promoviendo una presentación familiar accesible, con el objetivo de fortalecer el segmento.

ASG

- Arca Continental fue ratificada por quinto año consecutivo en el índice FTSE4Good de la Bolsa de Valores de Londres, que lista a empresas públicas a nivel mundial que demuestran un fuerte compromiso con las mejores prácticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo.
- Como parte de la Industria Mexicana de Coca-Cola, AC participó en la entrega de ventiladores artificiales a FUNSALUD para el tratamiento de pacientes infectados con Covid-19. Esta entrega forma parte de la estrategia de inversión social para hacer frente a la pandemia, reorientada a tres grandes pilares: apoyo al sistema de salud, ayuda a grupos vulnerables y protección de la cadena de valor.
- En Argentina, Coca-Cola Argentina, Arca Continental y otras organizaciones, avanzaron en la promoción del modelo de economía circular con la instalación de dos Eco Puntos para recibir los materiales reciclables de los vecinos de Iguazú. Aunado a esto, en las próximas semanas se sumarán otras acciones que buscarán fortalecer el trabajo de la Cooperativa de Reciclaje Cataratas, y brindarán opciones para que los vecinos puedan separar sus desechos para el reciclaje, así como un plan de concientización general para la población.

EVENTOS RECIENTES



- El 30 de septiembre de 2020, se realizó el pago de un dividendo extraordinario en efectivo de \$1.50 pesos por acción, en una sola exhibición, equivalente a un monto total de Ps. 2,646 millones. Con el pago de este dividendo extraordinario, el payout ratio del 2020 fue de 72%.

DATOS DE LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Arca Continental llevará a cabo una conferencia telefónica el 27 de octubre de 2020 a las 10:00 am hora de México/Monterrey, 12:00 pm 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:

+1-877-712-5080 (E.E.U.U.)

+1-334-245-3009 (Internacional)

0-1-800-062-2650 (México)

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 bajo las marcas Bokados en México, Inalecsa en Ecuador, y Wise y Deep River en los Estados Unidos de América. Con una destacada trayectoria de más de 94 años, Arca Continental es la segunda embotelladora de Coca-Cola más grande de América Latina y una de las 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 mayor información sobre Arca Continental, favor de visitar 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.



Arca Continental, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias
Estado Consolidado de Resultados
(millones de pesos Mexicanos)

			Variación				Variación	
	3T20	3T19	MM MXP	%	Ene-Sep'20	Ene-Sep'19	MM MXP	%
Ventas Netas	44,811	42,415	2,396	5.6	126,649	121,319	5,330	4.4
Costo de Ventas	24,546	23,306	1,239	5.3	69,599	67,168	2,431	3.6
Utilidad Bruta	20,266	19,109	1,157	6.1	57,050	54,150	2,900	5.4
	45.2%	45.1%			45.0%	44.6%		
Gastos de Venta	11,941	11,295	646	5.7	34,677	32,615	2,062	6.3
Gastos de Administración	2,297	2,096	202	9.6	6,706	6,191	514	8.3
Total de Gastos	14,238	13,391	847	6.3	41,383	38,806	2,576	6.6
	31.8%	31.6%			32.7%	32.0%		
Gastos no recurrentes	145	283	-138	-48.8	669	660	10	1.5
Utilidad de operación antes de otros ingresos	5,882	5,434	448	8.2	14,997	14,684	313	2.1
Otros ingresos (Gastos) ^{1,2}	162	93	69	74.8	468	449	19	4.3
Utilidad de operación	6,045	5,527	517	9.4	15,466	15,133	333	2.2
	13.5%	13.0%			12.2%	12.5%		
Productos (Gastos) Financieros, Neto	-870	-882	12	-1.3	-2,682	-2,694	12	-0.5
Utilidad (Pérdida) Cambiaria, Neta	-208	34	-242	-716.0	774	-44	818	-1844.8
Resultado por posición monetaria	-18	139	-157		-34	114	-148	
Costo Integral de Financiamiento	-1,097	-709	-388	54.6	-1,942	-2,624	683	-26.0
Participación en utilidades netas de asociadas ³	-53	-18	-35		-23	26	-49	-189.0
Utilidad antes de impuestos	4,895	4,800	94	2.0	13,501	12,534	967	7.7
Impuesto a la Utilidad	1,501	1,459	42	2.9	4,070	3,623	446	12.3
Participación no controladora	-650	-609	-41	6.8	-1,675	-1,659	-15	0.9
Utilidad Neta	2,744	2,733	11	0.4	7,757	7,252	505	7.0
	6.1%	6.4%			6.1%	6.0%		
Depreciación y amortización	2,452	2,213	239	10.8	7,379	6,595	784	11.9
Flujo Operativo	8,642	8,024	619	7.7	23,514	22,387	1,127	5.0
Flujo Operativo / Ventas Netas	19.3%	18.9%			18.6%	18.5%		

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)

	Septiembre 30	Diciembre 31	Variación	
	2020	2019	MM MXP	%
ACTIVO				
Efectivo e inversiones temporales	32,435	22,051	10,384	47.1
Clientes y cuentas por cobrar	10,246	10,686	-440	-4.1
Inventarios	8,258	7,948	310	3.9
Pagos anticipados y Otros	1,170	671	499	74.4
Suma de Activo Circulante	52,109	41,357	10,752	26.0
Inversiones en acciones y Otros	8,068	8,168	-100	-1.2
Inmuebles, planta y equipo	75,960	71,937	4,022	5.6
Activos por derecho de uso	1,095	1,177	-82	
Otros Activos	130,910	115,808	15,103	13.0
Suma de Activo Total	268,142	238,447	29,695	12.5
PASIVO				
Créditos Bancarios	7,266	6,761	505	7.5
Proveedores	8,115	7,545	570	7.6
Pasivos por arrendamiento C.P.	266	248		
Impuestos, PTU y Otras Ctas por pagar	14,788	13,197	1,590	12.1
Pasivo de Corto Plazo	30,434	27,751	2,682	9.7
Documentos por pagar de Largo plazo	50,994	46,500	4,493	9.7
Pasivos por arrendamiento L.P.	853	935	-82	
ISR y otros diferidos	24,776	21,874	2,902	13.3
Total de Pasivo	107,056	97,060	9,996	10.3
CAPITAL CONTABLE				
Capital Contable Minoritario	33,254	28,491	4,763	16.7
Capital Aportado	982	982	0	0.0
Utilidades Retenidas	119,094	102,326	16,768	16.4
Utilidad o (pérdida) Neta	7,757	9,588	-1,831	-19.1
Suma de Capital Contable	161,086	141,387	19,700	13.9
Suma de Pasivo y Capital	268,142	238,447	29,695	12.5



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

Estado de Flujo de Efectivo

(millones de pesos Mexicanos)

	al 30 de Septiembre	
	2020	2019
Utilidad Antes de Impuestos	13,501	12,534
Depreciación y Amortización	7,379	6,595
Utilidad en venta y deterioro de activo fijo	623	308
Fluctuación cambiaria	-740	-70
Intereses Devengados	2,682	2,694
Flujo generado antes de impuestos a la utilidad	23,445	22,062
Flujo generado /utilizado en la operación	-1,510	-1,617
Flujo neto de efectivo de actividades de operación	21,935	20,445
Actividades de inversión:		
Inversión en activos Fijos (Neta)	-3,392	-6,974
Actividades de financiamiento:		
Dividendos pagados	-7,275	-4,058
Recompra de acciones (Neto)	-108	103
Pago pasivo Bancarios	149	-836
Intereses pagados	-3,313	-3,091
Otros	-470	-322
Flujo neto de efectivo	-11,016	-8,204
Incremento neto de efectivo y equivalentes	7,527	5,267
Diferencia en cambios en el efectivo	2,857	-187
Saldo inicial efectivo y equivalentes	22,051	15,941
Saldo final efectivo y equivalentes	32,435	21,020



Información Financiera Adicional

Información por segmentos 3T20

	Segmentos de Bebidas					Otros		Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*	Eliminaciones	
Volumen por Segmento	333.7	112.4	51.2	27.0	30.3			554.7
Ingresos del Segmento	18,390	16,631	3,146	1,446	2,822	2,761	-384	44,811
Ingresos Intersegmentos	-258	0	-33	0	-2	-91	384	0
Ingresos netos de transacciones inter-segmento	18,131	16,631	3,113	1,446	2,820	2,670	0	44,811
Utilidad de operación	3,971	1,640	281	85	160	-92	0	6,045
Flujo Operativo	4,752	2,372	679	213	483	143	0	8,642
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	26.2%	14.3%	21.8%	14.7%	17.1%	5.4%		19.3%
Gastos No recurrentes	43	26	25	1	44	6	0	145
Depreciación y amortización	737	707	373	127	279	229	0	2,452
Ingresos Financieros	730	3	237	11	14	12	0	1,007
Gastos Financieros	1,401	184	441	26	41	11	0	2,105
Participación en Utilidades Netas de Asociadas	-53	0	0	0	0	0	0	-53
Utilidad antes de Impuestos	3,247	1,458	77	69	134	-91	0	4,895
Activos Netos Totales	66,868	115,061	46,141	8,675	24,612	13,477	-6,692	268,142
Inversión en Asociadas	7,058	641	0	370	0	0	0	8,068
Pasivos Totales	43,196	40,273	16,648	1,349	6,189	3,174	-3,772	107,056
Inversiones en el periodo de activos fijos	2,333	1,158	208	157	186	215	0	4,256

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

Información por segmentos Ene-Sep'20

	Segmentos de Bebidas					Otros		Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*	eliminacione	
Volumen por Segmento	933.8	325.0	166.3	78.4	90.2			1,593.7
Ingresos del Segmento	50,059	46,775	10,220	4,379	8,348	7,985	-1,117	126,649
Ingresos Intersegmentos	-699	0	-114	0	-4	-300	1,117	-0
Ingresos netos de transacciones inter	49,360	46,775	10,106	4,379	8,343	7,685	0	126,649
Utilidad de operación	10,439	3,903	842	91	453	-262	0	15,466
Flujo Operativo	12,645	6,429	2,098	525	1,370	447	0	23,514
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	25.6%	13.7%	20.8%	12.0%	16.4%	5.8%		18.6%
Gastos No recurrentes	-0	382	145	4	88	50	0	669
Depreciación y amortización	2,207	2,144	1,112	429	829	658	0	7,379
Ingresos Financieros	4,365	27	1,155	40	28	48	0	5,663
Gastos Financieros	4,911	541	1,863	89	127	74	0	7,605
Participación en Utilidades Netas de Asc	-23	-0	0	0	0	0	0	-23
Utilidad antes de Impuestos	9,869	3,390	133	42	354	-288	0	13,501
Activos Netos Totales	66,868	115,061	46,141	8,675	24,612	13,477	-6,692	268,142
Inversión en Asociadas	7,058	641	0	370	0	0	0	8,068
Pasivos Totales	43,196	40,273	16,648	1,349	6,189	3,174	-3,772	107,056
Inversiones en el periodo de activos fijos	2,333	1,158	208	157	186	215	0	4,256

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



Deuda Total AC

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	...	2029	...	2032	Total
Perfil de Vencimientos	4,306	7,593	8,328	6,083	3,683	1,582	2,372	6,354		8,978		8,978	58,260
% del total	7.4%	13.0%	14.3%	10.4%	6.3%	2.7%	4.1%	10.9%		15.4%		15.4%	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

	3T20	3T19	YoY
MXN	22.26	19.53	14.0%
PEN	6.28	5.84	7.4%
ARS	0.30	0.39	-22.0%

Tipo de cambio fin del periodo

	3T20	2T20	3T19
MXN	22.36	23.13	19.68
PEN	6.22	6.54	5.84
ARS	0.29	0.33	0.34

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>

