

VENTAS NETAS CRECEN 16.2% Y EBITDA 16.1% EN 3T22

Monterrey, México, 26 de octubre 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 tercer trimestre de 2022 y acumulado a septiembre de 2022 (“3T22” y “9M22”).

Tabla 1: Datos Financieros Relevantes

CIFRAS CONSOLIDADAS EN MILLONES DE PESOS MEXICANOS						
	3T22	3T21	Variación %	Ene-Sep'22	Ene-Sep'21	Variación %
Volumen Total de Bebidas (MCU)	619.2	594.2	4.2	1,777.9	1,686.0	5.4
Ventas Netas	55,723	47,946	16.2	155,151	134,228	15.6
EBITDA	10,675	9,198	16.1	29,639	26,279	12.8
Utilidad Neta	4,230	3,381	25.1	11,547	9,095	26.9

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 2022

- Ventas Netas fueron 16.2% mayores respecto al mismo trimestre el 2021, alcanzando Ps. 55,723 millones.
- EBITDA fue Ps. 10,675 millones con un margen de 19.2%, un incremento de 16.1% comparado con el 3T21.
- Utilidad Neta creció 25.1% alcanzando un margen de 7.6% y un monto de Ps. 4,230 millones.

DATOS RELEVANTES PARA EL ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2022

- Ventas Netas alcanzaron Ps. 155,151 millones, representando un aumento de 15.6%.
- EBITDA registró Ps. 29,639 millones con un margen de 19.1%, 12.8% mayor respecto al mismo periodo del año pasado.
- Utilidad Neta aumentó 26.9% a Ps. 11,547 millones con un margen de 7.4%.

COMENTARIO DEL DIRECTOR GENERAL

“Basados en una sólida estrategia comercial que combina nuevas capacidades digitales y una robusta arquitectura precio empaque, fortalecimos la rentabilidad del negocio en un entorno de volatilidad en los precios de materias primas y disrupciones en la cadena de suministro, logrando un crecimiento del 16% tanto de Ventas como de EBITDA en el tercer trimestre del año”, dijo Arturo Gutiérrez, Director General de Arca Continental

“Conforme nos acercamos al cierre del año, buscaremos mantener el ritmo de crecimiento rentable y prepararnos para capitalizar en 2023 las nuevas oportunidades de negocio derivadas del acuerdo de cooperación de largo plazo que recientemente firmamos con la Compañía Coca-Cola para nuestras operaciones en América Latina, buscando siempre generar valor compartido para nuestros clientes, consumidores y las comunidades en los países donde operamos”, agregó.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

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

TABLA 2: CIFRAS CONSOLIDADAS

	3T22	3T21	Variación %	Ene-Sep'22	Ene-Sep'21	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	323.6	309.1	4.7	916.3	873.8	4.9
Sabores	109.9	109.5	0.3	326.4	311.0	5.0
Total Refrescos	433.4	418.6	3.5	1,242.8	1,184.7	4.9
Agua*	71.2	63.6	12.1	199.2	180.1	10.6
No Carbonatados**	53.8	53.6	0.5	156.6	147.2	6.3
Volumen sin garrafón	558.5	535.7	4.2	1,598.5	1,512.1	5.7
Garrafón	60.7	58.4	3.9	179.4	174.0	3.1
Volumen Total	619.2	594.2	4.2	1,777.9	1,686.0	5.4
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas***	55,723	47,946	16.2	155,151	134,228	15.6
EBITDA	10,675	9,198	16.1	29,639	26,279	12.8
Margen EBITDA	19.2%	19.2%	-	19.1%	19.6%	-50 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 3T22 se incrementaron 16.2% alcanzando Ps. 55,723 millones comparado con el mismo periodo del 2021. Acumulado a septiembre 2022 aumentaron 15.6% a Ps. 155,151 millones comparado con el año anterior.
- El volumen de ventas sigue mostrando fortaleza, en el 3T22 cerró con un aumento de 4.2% sin incluir agua en garrafón, impulsado por incrementos de 12.1% en agua y 4.7% en colas. Acumulado en el año, a nivel consolidado el volumen creció 5.7%, sin incluir agua en garrafón como resultado de volúmenes positivos en todas las operaciones.
- En el 3T22, la presión en el costo de ventas a consecuencia de un mayor costo, principalmente de PET y aluminio, derivó en un aumento de 16.0%. Acumulado en el año, el costo de ventas tuvo un incremento de 16.8%



- La utilidad bruta consolidada aumentó a Ps. 25,095 millones, un 16.4% mayor respecto al 3T21 y reflejando un margen bruto de 45.0%. En el año, la utilidad bruta alcanzó Ps. 69,366 millones para un margen del 44.7%, 60 puntos base menor respecto al 2021.
- Los gastos de administración y venta incrementaron 15.8% a Ps. 16,963 millones en el 3T22, manteniendo la disciplina en eficiencia de gastos y con una disminución en la razón de gasto sobre ventas de 20 puntos base comparado con el año anterior. Acumulado al mes de septiembre de 2022, los gastos de administración y ventas alcanzaron Ps. 47,172 millones, un aumento de 13.1%, representando un 30.4% en relación a las ventas, 70 puntos base menor al 2021.
- La utilidad de operación consolidada en el 3T22 fue Ps. 8,411 millones, un aumento de 23.5% con respecto al mismo periodo del 2021, representando un margen de operación de 15.1%, 90 puntos base mayor comparado con el 3T21. A septiembre de 2022, la utilidad de operación creció 19.8% alcanzando Ps. 22,829 millones, lo que representa un margen operativo de 14.7%, 50 puntos base adicionales comparado con el 2021.
- En el 3T22, el flujo de caja operativo ("EBITDA") consolidado incrementó 16.1% a Ps. 10,675 millones representando un margen de 19.2%, en línea con el 3T21. El acumulado de 2022, aumentó a Ps. 29,639 millones, un crecimiento de 12.8% comparado con 2021 para un margen de 19.1%.
- El resultado integral de financiamiento para el 3T22 fue de Ps. 874 millones, principalmente por una mayor pérdida cambiaria y como resultado de la apreciación del peso con respecto al dólar. Acumulado a septiembre tuvo una disminución de 9.9% registrando Ps. 2,670 millones.
- En el 3T22, el impuesto a la utilidad refleja una tasa efectiva de 33.1% y un monto de Ps. 2,511 millones, 23.0% mayor respecto al 3T21. Acumulado a septiembre la tasa efectiva fue de 31.2%, para un monto de Ps. 6,389 millones
- La utilidad neta para este trimestre incrementó 25.1% alcanzando los Ps. 4,230 millones, reflejando un margen neto de 7.6% y acumulado a septiembre fue de Ps. 11,547 millones, con un margen neto de 7.4%.

BALANCE GENERAL Y FLUJO DE EFECTIVO

- El saldo en caja al cierre de septiembre de este año es de Ps. 34,346 millones y una deuda de Ps. 49,209 millones, resultando en una deuda neta de caja de Ps. 14,863 millones. Por lo tanto, la razón de Deuda Neta/EBITDA fue de 0.4 veces.
- El flujo de efectivo neto de operación fue de Ps. 23,940 millones al mes de septiembre de 2022.
- Al cierre de septiembre 2022, la inversión en activos fijos en el periodo fue de Ps. 5,929 millones, principalmente enfocada en seguir mejorando la ejecución en el punto de venta con refrigeradores, envases retornables, además de fortalecer las capacidades de producción y logística.



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

	3T22	3T21	Variación %	Ene-Sep'22	Ene-Sep'21	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	206.0	195.3	5.5	567.9	545.2	4.2
Sabores	36.7	36.8	-0.2	102.8	102.1	0.7
Total Refrescos	242.7	232.1	4.6	670.8	647.3	3.6
Agua*	38.0	32.9	15.5	103.5	91.3	13.3
No Carbonatados**	20.0	20.5	-2.1	59.8	56.8	5.3
Volumen sin Garrafón	300.8	285.5	5.4	834.0	795.4	4.9
Garrafón	59.1	56.9	3.8	173.8	168.4	3.2
Volumen Total	359.8	342.4	5.1	1,007.8	963.8	4.6
Mezclas (%)						
Retornable	29.4	32.1	-2.7	29.8	32.4	-2.6
No Retornable	70.6	67.9	2.7	70.2	67.6	2.6
Familiar	56.8	57.5	-0.7	56.4	57.8	-1.3
Personal	43.2	42.5	0.7	43.6	42.2	1.3
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas	24,964	21,106	18.3	67,103	58,390	14.9
EBITDA	6,128	5,400	13.5	15,892	14,696	8.1
Margen EBITDA	24.5%	25.6%	-110 bp	23.7%	25.2%	-150 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

- Las ventas netas para la región México alcanzaron los Ps. 24,964 millones en el 3T22, un incremento de 18.3%, comparado con el 3T21. Acumulado a septiembre de 2022 las ventas netas crecieron 14.9% a Ps. 67,103 millones.
- El volumen de ventas aumentó 5.4% en el 3T22, alcanzando las 300.8 MCU (excluyendo garrafón) principalmente impulsado por las categorías de agua personal y colas que tuvieron crecimientos de 15.5% y 5.5%, respectivamente. El precio promedio por caja unidad sin garrafón alcanzó Ps. 76.95 en el trimestre, un aumento de 10.7% resultado de ajustes selectivos de precio combinado con las iniciativas ejecutadas de RGM. Acumulado a septiembre 2022, el volumen alcanzó 834.0 MCU, 4.9% superior al mismo periodo del año anterior.



- Al 3T22, el flujo operativo (EBITDA) de México creció 13.5% y alcanzó Ps. 6,128 millones, representando un margen de 24.5%, una dilución de 110 puntos base principalmente impactado por el incremento del precio del PET. Al mes de septiembre, este rubro acumuló Ps.15,892 millones aumentando 8.1%, lo que representó un margen de 23.7%.
- En julio, se registró un nuevo mes récord en el volumen de ventas, registrando más de 100 MCU por segundo mes consecutivo, resultado de excelentes estrategias de ejecución en el punto de venta.
- En la categoría de carbonatados, colas tuvo un aumento de 5.5% en volumen principalmente por el desempeño de Coca-Cola Sin Azúcar que continúa con una tendencia de crecimiento de doble-dígito impulsado por el incremento en su cobertura en el canal tradicional llegando al 91%.
- A nivel canales, todos mostraron incrementos en volumen donde el canal tradicional ha crecido consistentemente, el canal moderno y on-premise crecieron doble-dígito con un sólido crecimiento en supermercados debido a los excelentes resultados en la categoría de agua purificada, el crecimiento continuo de empaques asequibles y la ejecución exitosa de la actividad promocional.
- Durante el trimestre, la estrategia y esfuerzos se enfocaron en brindar asequibilidad a los consumidores y capturar nuevas ocasiones de consumo con un portafolio diferenciado. La estrategia de precios permitió mantener precios asequibles dentro del portafolio de productos, con presentaciones como el 250 ml y empaques retornables.
- Se continuó acelerando la expansión de la plataforma AC Digital. En el 3T22 se tienen 180 mil clientes activos, lo que representa un crecimiento de 23% comparado con el trimestre anterior. La base total de clientes de AC Digital ahora representa el 65% de los clientes del canal tradicional. Al cierre del trimestre, cerca del 25% del volumen fue captado a través de esta plataforma.
- La iniciativa estratégica de la botella universal sigue siendo un motor de crecimiento a medida que continúa su expansión a más territorios. Los envases familiares de botella universal ahora representan el 11% del volumen de empaques familiares retornables.
- En el 3T22, se continuó enfocando los esfuerzos para mejorar las capacidades analíticas, específicamente para optimizar el gasto promocional y mejorar los KPI promocionales, dando como resultado una mejora en el ROI de las promociones.
- En el trimestre, se realizaron lanzamientos de reformulaciones y nuevos sabores de Topo Chico Hard Seltzer. Además, se hizo el lanzamiento de nuevos productos con Topo Chico Tequila Seltzer y Topo Chico Margarita.
- Durante el trimestre se comenzaron las actividades promocionales de la Copa Mundial de la FIFA, con campañas donde el consumidor puede ganar viajes a Qatar mediante el uso de códigos que se encuentran en presentaciones personales de Coca-Cola y Coca-Cola Sin Azúcar. Al término de la iniciativa se registraron más de 400 mil códigos a nivel nacional, de los cuales el 37% correspondió a Arca Continental.
- Bokados en México tuvo un crecimiento de doble-dígito en ventas y EBITDA, principalmente impulsado por la estrategia de precio ejecutada durante el trimestre, así como crecimiento en el canal tradicional y canal moderno. En este último se desplegaron estrategias de promociones y descuentos para mejorar la rentabilidad del canal.

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

	3T22	3T21	Variación %	Ene-Sep'22	Ene-Sep'21	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	52.0	51.2	1.5	152.9	151.1	1.2
Sabores	29.1	30.4	-4.6	86.8	86.6	0.2
Total Refrescos	81.1	81.7	-0.7	239.6	237.7	0.8
Agua*	15.2	14.8	3.1	41.6	41.5	0.2
No Carbonatados**	19.9	20.8	-4.2	54.5	54.7	-0.4
Volumen Total	116.2	117.2	-0.9	335.8	334.0	0.5
Mezclas (%)						
Familiar	65.6	65.2	0.5	66.6	66.8	-0.2
Personal	34.4	34.8	-0.5	33.4	33.2	0.2
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas***	20,485	17,956	14.1	57,856	50,657	14.2
EBITDA	2,666	2,211	20.6	7,970	6,950	14.7
Margen EBITDA	13.0%	12.3%	70 bp	13.8%	13.7%	10 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 3T22, las ventas netas para la región de Estados Unidos registraron Ps. 20,485 millones, un incremento de 14.1% respecto al 3T21, impulsado por la estrategia de precios en el negocio de bebidas, con un incremento en el trimestre de 13.8%. Acumulado en 2022, el volumen de ventas fue de 335.8 MCU, 0.5% mayor al 2021, principalmente impulsado por un incremento de 1.2% en la categoría de colas.
- El flujo operativo (EBITDA) de la región Estados Unidos fue de Ps. 2,666 millones y un margen de 13.0%, una expansión de 70 puntos base comparado con el 3T21. Acumulado en el año, el EBITDA registró Ps. 7,970 millones, un incremento de 14.7% respecto al 2021.
- El resultado positivo en la categoría de colas fue impulsado por el crecimiento de Coke Zero y los lanzamientos innovadores de Coke Creations como Coke Marshmello y Coca-Cola Dreamworld los cuales tuvieron sólidos resultados y aportaron al crecimiento de la categoría.
- Durante el tercer trimestre de 2022, se realizó el lanzamiento de dos nuevas presentaciones de Bodyarmor por tiempo limitado, con sabores diferentes y LYTE. Este lanzamiento estuvo enfocado principalmente en Tiendas Grandes y on-premise, llegando a un 97% de cobertura.



- Se mantuvo la expansión de la herramienta *Trade Promotion Optimization* para el mejor manejo de promociones utilizando analítica avanzada, durante el trimestre se agregaron cuentas regionales para llegar a más de 400 puntos de venta que reciben actividad promocional optimizada. Con esto, se ha podido disminuir el gasto promocional ineficaz e incrementar el ROI.
- En el 3T22, la plataforma myCoke tuvo un crecimiento en ventas de 29% comparado con el 3T21 y el 80% de los clientes la utilizaron para pedir órdenes en septiembre. A través de iniciativas de mercadotecnia e incentivos se ha podido acelerar la digitalización de los clientes, optimizando el costo de servicio y maximizar la rentabilidad de los clientes.
- Se invirtió en sistemas innovadores como el equipo de entrega DuoLift, con el objetivo de mejorar la eficiencia de los almacenes y la distribución. Esta iniciativa acelera la conversión de dispositivos de entrega manual con equipos eléctricos más ligeros que mejoran la maniobrabilidad y la facilidad de uso.
- El negocio de botanas en Estados Unidos, Wise Snacks registró crecimiento de doble-dígito en ventas, principalmente impulsado por una estrategia con ajustes de precio y optimización de promociones, además de diferentes iniciativas de productividad y ahorros en el gasto operativo que contribuyen a mejorar la rentabilidad del negocio.



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

	3T22	3T21	Variación %	Ene-Sep'22	Ene-Sep'21	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	65.5	62.6	4.7	195.6	177.5	10.2
Sabores	44.1	42.2	4.4	136.8	122.2	11.9
Total Refrescos	109.6	104.8	4.6	332.4	299.7	10.9
Agua*	18.0	15.9	13.3	54.1	47.3	14.4
No Carbonatados**	13.9	12.3	12.8	42.2	35.7	18.3
Volumen sin Garrafón	141.5	133.0	6.4	428.7	382.7	12.0
Garrafón	1.7	1.5	7.9	5.6	5.6	0.7
Volumen Total	143.1	134.6	6.4	434.4	388.3	11.9
Mezclas (%)						
Retornable	28.8	31.7	-2.9	30.0	31.9	-1.9
No Retornable	71.2	68.3	2.9	70.0	68.1	1.9
Familiar	68.2	71.0	-2.9	68.8	71.9	-3.1
Personal	31.8	29.0	2.9	31.2	28.1	3.1
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas	10,273	8,884	15.6	30,192	25,182	19.9
EBITDA	1,881	1,587	18.5	5,777	4,632	24.7
Margen EBITDA	18.3%	17.9%	40 bp	19.1%	18.4%	70 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

- Las ventas de la división Sudamérica alcanzaron en el 3T22 Ps. 10,273 millones, un aumento de 15.6% impulsado por crecimiento en el volumen en todas las operaciones. En el 2022, las ventas registraron Ps. 30,192 millones, un crecimiento de 19.9% comparado con el 2021.
- El volumen en Sudamérica en el 3T22 aumentó 6.4% a 141.5 MCU, sin incluir garrafón, principalmente impulsado por las categorías de agua personal y no carbonatados con crecimientos de 13.3% y 12.8%, respectivamente. Acumulado a septiembre 2022 el volumen en esa región creció 12.0%, impulsado principalmente por crecimiento en todas las categorías.



- En el 3T22, el EBITDA para Sudamérica registró Ps. 1,881 millones, un incremento de 18.5% y reflejando un margen de 18.3%, una expansión de 40 puntos base respecto al 3T21. A septiembre 2022, el EBITDA fue de Ps. 5,777 millones, un crecimiento de 24.7% y un margen de 19.1%, 70 puntos base de expansión con respecto a 2021.

Perú

- El volumen de Perú en el 3T22 creció 4.1%, como resultado de crecimientos de 8.3% en agua personal y 5.2% en no carbonatados. Acumulado a septiembre 2022, el volumen tuvo un incremento de 10.9%.
- En el 3T22, el precio registró un incremento de 5.0% como resultado de una combinación de tasa real de 2.9% derivado de los ajustes al precio realizados y un efecto positivo de la mezcla de 2.1%.
- La categoría de refrescos creció 3.1% en el 3T22, principalmente impulsada por presentaciones personales de las marcas Coca-Cola e Inca Kola, que crecieron 2.7% y 1.2% respectivamente, apalancadas por estrategias comerciales enfocadas en el canal tradicional.
- Al cierre del trimestre, AC Digital registró 182 mil clientes de los cuales el 70% son compradores recurrentes y representan el 58% del total de clientes del canal tradicional. Asimismo, el 15% del volumen del canal tradicional fue ordenado a través de esta plataforma.

Ecuador

- Durante el 3T22, en Ecuador, el volumen de ventas aumentó 7.6%, principalmente por crecimiento en todos los canales impulsado por las categorías de sabores y no carbonatados que crecieron 11.9% y 29.7%, respectivamente. En el año, el volumen de ventas creció 6.9%.
- A nivel canales, en el trimestre todos los canales mostraron desempeño positivo como resultado de nuestros modelos *Go-To-Market*, así como una gestión efectiva de reactivación de clientes. El canal moderno creció 16.1% principalmente impulsado por una estrategia de portafolio diferenciado y la recuperación de empaques personales.
- El crecimiento en la categoría de no carbonatados fue impulsado principalmente por una estrategia de incremento de cobertura en el canal tradicional de las marcas Del Valle y Fuze Tea con crecimientos de 37% y 45%, respectivamente.
- La mezcla de empaques personales mostró un sólido desempeño alcanzando 35.2%, un crecimiento de 3.4 puntos porcentuales respecto al año anterior y como resultado de la reapertura del canal on-premise y las estrategias comerciales implementadas para capitalizar esta recuperación.
- En el negocio de botanas, Inalecsa, las ventas y EBITDA incrementaron doble-dígito como resultado de la estrategia para incrementar el número de clientes, ajustes selectivos de precios y lanzamientos de productos de alto valor agregado que atiendan nuevas ocasiones de consumo.
- Tonicorp tuvo un crecimiento de doble-dígito en ventas capitalizando la recuperación de la industria de lácteos de valor agregado, a través de un enfoque en presentaciones personales y lanzamiento de nuevos productos como nuevos sabores de yogurt griego.



Argentina

- En el 3T22, el volumen de ventas en Argentina se incrementó 9.7%, impulsado por crecimientos de doble-dígito en el canal moderno y on-premise. Acumulado a septiembre de 2022, el crecimiento en volumen fue de 19.4%.
- El crecimiento en la categoría de refrescos se debió al crecimiento de 8.1% en colas y 5.7% sabores, principalmente por las marcas Coca-Cola y Fanta, impulsadas por la expansión estratégica de paquetes asequibles de empaques familiares en presentaciones retornables y no retornables.
- La marca Coca-Cola Sin Azúcar tuvo un crecimiento de volumen de 5%, capturando volumen adicional a través de la plataforma Coca-Cola Creations, con la introducción de un nuevo sabor en colaboración con el artista Marshmello.

ASG

- Durante el Encuentro Empresarial de Sostenibilidad, la compañía ratificó su determinación a seguir generando un entorno de igualdad de oportunidades, así como a continuar contribuyendo a la mitigación del calentamiento global a través de la reducción en la huella de carbono de sus operaciones. Lo anterior a través del compromiso suscrito con los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres y el establecimiento de Objetivos Basados en Ciencia para combatir el cambio climático.
- En Ecuador, Bebidas Ecuador y Tonicorp fueron reconocidas por primera vez con el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable. Este reconocimiento se entrega a las empresas que evidencian su compromiso con la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible.
- En Perú, recibimos la certificación I-REC Standard, emitida por la reconocida firma mundial The Green Certificate Company. Este reconocimiento es el primero que se entrega en Perú por el consumo de energía 100% renovable en las plantas de producción de Arequipa, Trujillo, Zárate y Pucusana.
- En el trimestre, como parte del compromiso por crear un Mundo sin Residuos, se realizó un cambio en la presentación de empaques de marcas como Sprite, Dasani y Fresca por ediciones transparentes, lo que nos permite que sean 100% reciclables.



EVENTOS RECIENTES

- Se llegó a un acuerdo con Diageo México para iniciar un piloto de distribución en la zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco y que se desplegará en el 4T22. El alcance del piloto contempla la distribución de 16 SKUs del portafolio de Diageo.
- El 19 de septiembre, Arca Continental anunció un nuevo acuerdo de largo plazo con la Compañía Coca-Cola, con el objetivo de fortalecer la colaboración y la sólida relación entre ambas compañías.
 - Además de alinear los principales aspectos económicos de la relación comercial en el largo plazo, este nuevo marco integral de colaboración favorecerá el trabajo conjunto para continuar perfeccionando la atención a clientes y consumidores, seguir impulsando nuevas vías de crecimiento rentable, así como desplegar mejores iniciativas digitales en América Latina.
 - El alcance del acuerdo incluye todos los mercados a los que atiende Arca Continental en México, Ecuador, Perú y Argentina, y consolida las siguientes avenidas de creación de valor conjunto:
 - El nuevo acuerdo confirma la visión de liderazgo en la industria de bebidas en América Latina y abre posibilidades a la incorporación de innovaciones comerciales, en el portafolio y en la cadena de valor, a favor del mercado y la comunidad.

DATOS DE LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Arca Continental llevará a cabo una conferencia telefónica el 26 de octubre de 2022 a las 10:00 am hora de México/Monterrey, 11:00 am hora de Nueva York. Para participar por medio del webcast favor de ingresar a www.arcacontal.com ó via telefónica en los siguientes números:

Para participar, por favor marque:

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

+1-203-518-9765 (Internacional)

Código de acceso: 36151

Sobre Arca Continental

Arca Continental es una empresa dedicada a la producción, distribución y venta de bebidas de las marcas propiedad de The Coca-Cola Company, así como de botanas saladas bajo las marcas Bokados en México, Inalecsa en Ecuador, así como Wise y Deep River en los Estados Unidos. Con una destacada trayectoria de más de 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	
	3T22	3T21	MM MXP	%	Ene-Sep'22	Ene-Sep'21	MM MXP	%
Ventas Netas	55,723	47,946	7,776	16.2	155,151	134,228	20,922	15.6
Costo de Ventas	30,628	26,395	4,233	16.0	85,785	73,449	12,336	16.8
Utilidad Bruta	25,095	21,552	3,543	16.4	69,366	60,779	8,586	14.1
	45.0%	44.9%			44.7%	45.3%		
Gastos de Venta	14,543	12,320	2,223	18.0	40,238	34,922	5,316	15.2
Gastos de Administración	2,420	2,331	89	3.8	6,934	6,799	135	2.0
Total de Gastos	16,963	14,651	2,312	15.8	47,172	41,720	5,451	13.1
	30.4%	30.6%			30.4%	31.1%		
Gastos no recurrentes	26	40	-14	-35.8	95	315	-219	-69.7
Utilidad de operación antes de otros ingresos	8,106	6,860	1,246	18.2	22,099	18,744	3,355	17.9
Otros ingresos (Gastos) ^{1,2}	305	-53	357	677.5	730	308	422	137.3
Utilidad de operación	8,411	6,808	1,603	23.5	22,829	19,052	3,777	19.8
	15.1%	14.2%			14.7%	14.2%		
Productos (Gastos) Financieros, Neto	-511	-739	229	31.0	-1,804	-2,182	378	17.3
Utilidad (Pérdida) Cambiaria, Neta	-55	177	-231	-131.0	-115	-51	-64	-127.1
Resultado por posición monetaria	-309	-63	-246	-388.5	-751	-196	-555	-282.9
Costo Integral de Financiamiento	-874	-626	-248	-39.7	-2,670	-2,429	-241	-9.9
Participación en utilidades netas de asociadas ³	47	7	40	553.0	305	-118	422	359.1
Utilidad antes de impuestos	7,584	6,189	1,395	22.5	20,463	16,505	3,958	24.0
Impuesto a la Utilidad	-2,511	-2,042	-470	-23.0	-6,389	-5,212	-1,177	-22.6
Participación no controladora	-842	-767	-75	-9.8	-2,528	-2,197	-330	-15.0
Utilidad Neta	4,230	3,381	850	25.1	11,547	9,095	2,451	26.9
	7.6%	7.1%			7.4%	6.8%		
Depreciación y amortización	2,239	2,350	-111	-4.7	6,715	6,912	-198	-2.9
Flujo Operativo	10,675	9,198	1,477	16.1	29,639	26,279	3,360	12.8
Flujo Operativo / Ventas Netas	19.2%	19.2%			19.1%	19.6%		

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	
	2022	2021	MM MXP	%
ACTIVO				
Efectivo e inversiones temporales	34,346	32,117	2,229	6.9
Clientes y cuentas por cobrar	15,803	15,089	714	4.7
Inventarios	12,212	9,640	2,572	26.7
Pagos anticipados y mercancía en tránsito	1,100	586	515	87.9
Suma de Activo Circulante	63,462	57,432	6,031	10.5
Inversiones en acciones y otras	9,066	8,614	452	5.2
Inmuebles, planta y equipo	68,265	68,790	-524	-0.8
Activos por derecho de uso	1,227	1,083	144	13.3
Otros activos	122,577	122,108	468	0.4
Suma de Activo Total	264,597	258,027	6,570	2.5
PASIVO				
Créditos bancarios	6,637	7,547	-909	-12.0
Proveedores y cuentas por pagar	13,726	12,330	1,396	11.3
Pasivos por arrendamiento C.P.	517	407	110	27.2
Impuestos y PTU por pagar	21,227	18,593	2,634	14.2
Pasivo de Corto Plazo	42,107	38,876	3,231	8.3
Documentos por pagar de Largo plazo	42,572	43,527	-955	-2.2
Pasivos por arrendamiento L.P.	774	745	28	3.8
ISR diferido y otros	25,194	24,742	453	1.8
Total de Pasivo	110,646	107,890	2,757	2.6
CAPITAL CONTABLE				
Capital contable minoritario	31,279	29,760	1,519	5.1
Capital aportado	971	982	-11	-1.1
Utilidades retenidas	110,154	107,113	3,042	2.8
Utilidad o (pérdida) neta	11,547	12,282	-736	-6.0
Suma de Capital Contable	153,951	150,137	3,814	2.5
Suma de Pasivo y Capital	264,597	258,027	6,570	2.5



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

Estado de Flujo de Efectivo

(millones de pesos Mexicanos)

	al 30 de Septiembre	
	2022	2021
Utilidad Antes de Impuestos	20,463	16,505
Depreciación y Amortización	6,715	6,912
Fluctuación cambiaria / Resultado por posición monetaria	866	247
Intereses Devengados (Neto)	1,804	2,182
Utilidad en venta y deterioro de activo fijo	78	662
Flujo generado antes de impuestos a la utilidad	29,926	26,508
Flujo generado /utilizado en la operación	-5,986	-5,140
Flujo neto de efectivo de actividades de operación	23,940	21,368
Actividades de inversión:		
Inversión en activos Fijos (Neta)	-6,414	-5,949
Actividades de financiamiento:		
Dividendos pagados	-6,492	-9,769
Recompra de acciones (Neto)	-2,959	-9
Pago pasivo Bancarios	-1,555	2,341
Intereses pagados	-3,012	-2,824
Otros	-473	-440
Flujo neto de efectivo	-14,492	-10,702
Incremento neto de efectivo y equivalentes	3,034	4,718
Diferencia en cambios en el efectivo	-804	504
Saldo inicial efectivo y equivalentes	32,117	27,336
Saldo final efectivo y equivalentes	34,346	32,557



Información Financiera Adicional

Información por segmentos 3T22

	Segmentos de Bebidas					Otros		Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*	Eliminaciones	
Volumen por Segmento	359.8	116.2	69.0	37.5	36.6			619.2
Ingresos del Segmento	23,444	19,167	3,721	2,880	3,174	3,868	-532	55,723
<i>Ingresos Intersegmentos</i>	-302	0	-30	0	-3	-197	532	0
Ingresos netos de transacciones inter-segmentos	23,143	19,167	3,691	2,880	3,171	3,671	0	55,723
<i>Utilidad de operación</i>	5,160	2,028	476	330	268	148	0	8,411
Flujo Operativo	5,926	2,606	758	505	526	355	0	10,675
<i>Flujo Operativo / Ingresos del Segmento</i>	25.6%	13.6%	20.5%	17.5%	16.6%	9.7%		19.2%
<i>Gastos No recurrentes</i>	8	0	2	13	1	1	0	26
<i>Depreciación y amortización</i>	757	578	279	161	257	206	0	2,239
<i>Ingresos y Gastos Financieros Neto</i>	-509	-91	-99	-137	-36	-1	0	-874
<i>Participación en Utilidades Netas de Asociadas</i>	47	0	0	0	0	0	0	47
<i>Utilidad antes de Impuestos</i>	4,740	1,894	377	194	232	146	0	7,584
Activos Netos Totales	83,858	107,138	38,140	12,471	21,870	13,367	-12,248	264,597
<i>Inversión en Asociadas</i>	7,901	670	0	494	0	0	0	9,066
<i>Pasivos Totales</i>	55,849	38,015	12,061	1,926	5,669	4,975	-7,847	110,646
<i>Inversiones en el periodo de activos fijos</i>	3,445	890	606	401	360	227	0	5,929

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

Información por segmentos Ene-Sep'22

	Segmentos de Bebidas					Otros		Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*	Eliminaciones	
Volumen por Segmento	1,007.8	335.8	219.3	107.9	107.2			1,777.9
Ingresos del Segmento	63,288	54,071	11,873	7,889	9,072	10,385	-1,427	155,151
<i>Ingresos Intersegmentos</i>	-832	0	-75	0	-6	-513	1,427	0
Ingresos netos de transacciones inter-segmentos	62,456	54,071	11,798	7,889	9,066	9,871	0	155,151
<i>Utilidad de operación</i>	13,121	6,198	1,767	901	699	142	0	22,829
Flujo Operativo	15,422	7,937	2,635	1,439	1,466	739	0	29,639
<i>Flujo Operativo / Ingresos del Segmento</i>	24.7%	14.7%	22.3%	18.2%	16.2%	7.5%		19.1%
<i>Gastos No recurrentes</i>	46	0	21	17	4	6	0	95
<i>Depreciación y amortización</i>	2,255	1,739	847	520	763	590	0	6,715
<i>Ingresos y Gastos Financieros Neto</i>	-1,662	-391	-157	-364	-83	-13	0	-2,670
<i>Participación en Utilidades Netas de Asociadas</i>	305	0	0	0	0	0	0	305
<i>Utilidad antes de Impuestos</i>	11,891	5,680	1,610	538	616	129	0	20,463
Activos Netos Totales	83,858	107,138	38,140	12,471	21,870	13,367	-12,248	264,597
<i>Inversión en Asociadas</i>	7,901	670	0	494	0	0	0	9,066
<i>Pasivos Totales</i>	55,849	38,015	12,061	1,926	5,669	4,975	-7,847	110,646
<i>Inversiones en el periodo de activos fijos</i>	3,445	890	606	401	360	227	0	5,929

*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	1,416	6,087	5,347	4,328	5,448	6,324	2,997	9,205		8,056	49,209
% del total	2.9%	12.4%	10.9%	8.8%	11.1%	12.9%	6.1%	18.7%		16.4%	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

	3T22	3T21	YoY
MXN	20.23	20.05	0.9%
PEN	5.20	4.96	4.9%
ARS	0.15	0.21	-27.1%

	Ene-Sep'22	Ene-Sep'21	YoY
MXN	20.23	20.23	0.0%
PEN	5.29	5.24	0.9%
ARS	0.17	0.22	-22.3%

Tipo de cambio fin del periodo

	3T22	1T22	2T21
MXN	20.19	20.14	20.50
PEN	5.07	5.26	4.96
ARS	0.14	0.16	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>

