

## EBITDA CRECE 6.4% Y VENTAS NETAS 7.0% EN 3T21

Monterrey, México, 28 de octubre 2021 – 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 2021 y acumulado a septiembre de 2021 (“3T21” y “9M21”).

Tabla 1: Datos Financieros Relevantes

CIFRAS CONSOLIDADAS EN MILLONES DE PESOS MEXICANOS						
	3T21	3T20	Variación %	Ene-Sep'21	Ene-Sep'20	Variación %
Volumen Total de Bebidas (MCU)	594.2	554.7	7.1	1,686.0	1,593.7	5.8
Ventas Netas	47,946	44,811	7.0	134,228	126,649	6.0
EBITDA	9,198	8,642	6.4	26,279	23,514	11.8
Utilidad Neta	3,381	2,744	23.2	9,095	7,757	17.3

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 2021

- Ventas Netas fueron 7.0% mayores con respecto al 3T20, alcanzando los Ps. 47,946 millones.
- EBITDA registró Ps. 9,198 millones con un margen de 19.2%, 6.4% mayor respecto al 3T20.
- Utilidad Neta aumentó 23.2% a Ps. 3,381 millones con un margen de 7.1%, 100 puntos base mayor.

### DATOS RELEVANTES PARA EL ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2021

- Ventas Netas fueron Ps. 134,228 millones, representando un aumento de 6.0%.
- EBITDA aumentó 11.8% a Ps. 26,279 millones con un margen de 19.6%, una expansión de 100 pb.
- Utilidad Neta fue Ps. 9,095 millones, un incremento de 17.3% y un margen neto de 6.8%.

### COMENTARIO DEL DIRECTOR GENERAL

“Enfocados en mejorar constantemente la ejecución, ampliar las plataformas digitales y perfeccionar nuestras estrategias de precio-empaque, por segundo trimestre consecutivo logramos un crecimiento en el volumen de ventas, con un incremento de 7%, así como 6.4% de avance en EBITDA, lo que nos permitió mantener una sólida rentabilidad y acercarnos al objetivo de recuperar por completo los niveles de consumo pre-pandemia”, dijo Arturo Gutiérrez, Director General de Arca Continental.

“Impulsados por el compromiso de nuestros colaboradores, en 2022 buscaremos fortalecer aún más nuestras capacidades operativas, de innovación y atención al mercado, lo que, aunado a nuestra disciplina administrativa, nos permitirá estar mejor posicionados para hacer frente a los diversos retos de negocio y de esta forma seguir construyendo valor compartido”, agregó.

## RESULTADOS CONSOLIDADOS

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

### TABLA 2: CIFRAS CONSOLIDADAS

	3T21	3T20	Variación %	Ene-Sep'21	Ene-Sep'20	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	309.1	297.6	3.9	873.7	844.2	3.5
Sabores	109.5	96.9	13.0	311.0	286.1	8.7
<b>Total Refrescos</b>	<b>418.6</b>	<b>394.5</b>	6.1	<b>1,184.7</b>	<b>1,130.4</b>	4.8
Agua*	63.1	54.5	15.9	179.0	160.3	11.6
No Carbonatados**	54.0	45.7	18.3	148.4	126.4	17.4
<b>Volumen sin garrafón</b>	<b>535.7</b>	<b>494.6</b>	8.3	<b>1,512.0</b>	<b>1,417.1</b>	6.7
Garrafón	58.4	60.1	-2.7	174.0	176.6	-1.5
<b>Volumen Total</b>	<b>594.2</b>	<b>554.7</b>	7.1	<b>1,686.0</b>	<b>1,593.7</b>	5.8
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas***	47,946	44,811	7.0	134,228	126,649	6.0
EBITDA	9,198	8,642	6.4	26,279	23,514	11.8
Margen EBITDA	19.2%	19.3%	-10 bp	19.6%	18.6%	101 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 3T21 fueron de Ps. 47,946 millones, un incremento de 7.0% (14.4% sin efecto cambiario) comparado con 3T20. Acumulado a septiembre 2021 se incrementaron 6.0% (12.1% sin efecto cambiario) comparado al año anterior, alcanzando los Ps. 134,228 millones.
- El volumen de ventas aumentó 7.1% en el 3T21, principalmente por la recuperación de las categorías de no carbonatados, agua y sabores que mostraron crecimientos de 18.3%, 15.9% y 13.0%, respectivamente. En lo que va del año, a nivel consolidado el volumen creció 5.8%.
- En el 3T21, el costo de ventas incrementó 7.5% y la utilidad bruta consolidada aumentó a Ps. 21,552 millones un 6.3% mayor respecto al mismo periodo del año anterior para reflejar un margen bruto de 44.9%. Durante el 2021, la utilidad bruta creció 6.5% y alcanzó los Ps. 60,779 millones representando un margen del 45.3%, 30 puntos base mayor respecto al 2020.



- Los gastos de administración y venta aumentaron de Ps. 14,238 millones a Ps. 14,651 millones un 2.9% durante el tercer trimestre, reflejando una razón de gasto contra ventas de 30.6%, 120 puntos base menor al 3T20. Acumulado al mes de septiembre de 2021, los gastos de administración y venta alcanzaron Ps. 41,720 millones, un aumento 0.8% respecto al 2020 y un 31.1% con respecto a las ventas, lo que representó 160 puntos base menor que en el 2020.
- La utilidad de operación consolidada en el 3T21 aumentó 12.6% con respecto al 3T20 y fue de Ps. 6,808 millones con un margen de operación de 14.2%, 70 puntos base mayor respecto al año anterior. A septiembre 2021, la utilidad de operación alcanzó Ps. 19,052 millones y un margen operativo de 14.2%, 200 puntos base adicionales a 2020.
- En el 3T21, el flujo de caja operativo ("EBITDA") consolidado aumentó 6.4% a Ps. 9,198 millones representando un margen de 19.2%. El acumulado a septiembre de 2021, alcanzó los Ps. 26,279 millones, 11.8% mayor y un margen de 19.6%, 100 puntos base mayor al 2020. Sin incluir el efecto cambiario, el EBITDA incrementó 12.4% en 3T21 y 16.7% acumulado a septiembre 2021.
- El costo integral de financiamiento para el 3T21 fue Ps. 626 millones, 43.0% menor respecto al 3T20, principalmente por una ganancia cambiaria como resultado de la depreciación del peso frente al dólar. Acumulado en el año, alcanzó Ps. 2,429 millones, 25.1% mayor respecto al 2020.
- El impuesto a la utilidad refleja una tasa efectiva de 33.0% y un monto de Ps. 2,042 millones, 36.0% mayor respecto al mismo trimestre del año anterior. Acumulado al mes de septiembre la tasa efectiva fue de 31.6% y el impuesto a la utilidad de Ps. 5,212 millones.
- En el 3T21, la utilidad neta incrementó 23.2% alcanzando los Ps. 3,381 millones, reflejando un margen de 7.1%, una expansión de 100 puntos base y acumulado a septiembre, Ps. 9,095 millones, con un margen neto de 6.8%, 70 puntos base mayor comparado con el 2020.

### BALANCE GENERAL Y FLUJO DE EFECTIVO

- El saldo en caja al cierre de septiembre de este año fue de Ps. 32,557 millones y una deuda de Ps. 53,362 millones, resultando en una deuda neta de Ps. 20,805 millones. La razón de Deuda Neta/EBITDA fue de 0.6x.
- El flujo de efectivo neto de operación alcanzó Ps. 21,365 millones al cierre del mes de septiembre de 2021.
- Al cierre de septiembre 2021, la inversión en activos fijos en el periodo fue de Ps. 4,261 millones, principalmente destinada a fortalecer las capacidades de ejecución en el punto de venta, envases retornables, 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**

	3T21	3T20	Variación %	Ene-Sep'21	Ene-Sep'20	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	195.3	192.6	1.4	545.2	536.1	1.7
Sabores	36.8	35.8	2.7	102.1	98.6	3.6
<b>Total Refrescos</b>	<b>232.1</b>	<b>228.4</b>	1.6	<b>647.3</b>	<b>634.7</b>	2.0
Agua*	32.9	28.8	14.3	91.3	78.6	16.2
No Carbonatados**	20.5	17.9	14.2	56.8	49.8	13.9
<b>Volumen sin Garrafón</b>	<b>285.5</b>	<b>275.1</b>	3.8	<b>795.4</b>	<b>763.1</b>	4.2
Garrafón	56.9	58.5	-2.8	168.4	170.7	-1.4
<b>Volumen Total</b>	<b>342.4</b>	<b>333.6</b>	2.6	<b>963.8</b>	<b>933.9</b>	3.2
<b>Mezclas (%)</b>						
Retornable	32.1	33.7	-1.6	32.4	33.5	-1.1
No Retornable	67.9	66.3	1.6	67.6	66.5	1.1
Familiar	57.5	60.1	-2.6	57.8	59.7	-1.9
Personal	42.5	39.9	2.6	42.2	40.3	1.9
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas	21,106	19,179	10.0	58,390	52,251	11.8
EBITDA	5,400	4,791	12.7	14,696	12,791	14.9
Margen EBITDA	25.6%	25.0%	60 pb	25.2%	24.5%	70 pb

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

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

## RESULTADOS OPERATIVOS PARA MÉXICO

- Las ventas netas de México alcanzaron Ps. 21,106 millones durante el 3T21, un crecimiento de 10.0%. El precio promedio por caja unidad sin garrafón creció 5.7% a Ps. 69.61 en el trimestre, como consecuencia de ajustes a los precios realizados en agosto y la recuperación de la mezcla de empaques personales y canales. En el año, las ventas aumentaron 11.8% a Ps. 58,390 millones.
- El volumen de ventas aumentó 3.8% sin incluir garrafón, registrando las 285.5 MCU principalmente impulsado por la recuperación de las categorías de agua y no carbonatados que aumentaron 14.3% y 14.2% respectivamente. Acumulado en el año el volumen incrementó 4.2%, sin incluir garrafón.



- En el 3T21, el flujo operativo (EBITDA) de México incrementó 12.7% a Ps. 5,400 millones, representando un margen de 25.6%, 60 puntos base mayor respecto al 3T20. Acumulado en el año el EBITDA registró Ps. 14,696 millones, un incremento de 14.9% y 70 puntos base adicionales respecto al 2020
- La recuperación del volumen en el trimestre estuvo impulsada por iniciativas para impulsar la recuperación del canal moderno principalmente supermercados y tiendas de conveniencia, los cuales tuvieron crecimientos de 14.3% y 7.8%, respectivamente.
- Dentro de las recientes innovaciones de productos, Topo Chico Hard Seltzer alcanzó una cobertura del 66% convirtiéndose en una de las 3 marcas de la categoría de bebidas alcohólicas saborizadas con mayor participación de mercado para su segmento en ubicaciones clave como Guadalajara y Monterrey. Adicionalmente, el relanzamiento de Coca-Cola Sin Azúcar logró incrementar su cobertura en el canal tradicional del 80%.
- En términos de mezcla, los empaques no retornables mostraron un crecimiento de 1.6 puntos porcentuales derivado de la recuperación de los canales, como el canal comer y beber, moderno y entretenimiento.
- Como parte de nuestra agenda digital, se hizo el lanzamiento de la iniciativa “Cartera Personalizada por Cliente” soportado con Analítica Avanzada; la iniciativa consiste en la determinación de producto sugerido personalizado tomando en consideración las características demográficas del cliente para ayudarlos a mejorar la oferta de productos e incrementar las ventas por tienda.
- La categoría de no carbonatados obtuvo un desempeño positivo, principalmente por el crecimiento de isotónicos, energéticos, y jugos y néctares, derivado de la ejecución y promociones comerciales enfocados a: 1) promover la marca Powerade durante los Juegos Olímpicos de Tokio y el lanzamiento de Powerade Fit, 2) incrementando la cobertura en el canal tradicional de Monster y Predator; y 3) fortaleciendo la cobertura en la categoría de jugos y néctares en tiendas de conveniencia con precios atractivos.
- Durante el trimestre, se realizó el lanzamiento del programa “Somos” cuyo objetivo fue mejorar la comunicación sobre las prioridades de ejecución en el mercado con la fuerza de ventas, con el fin de fortalecer el posicionamiento y asegurar una correcta ejecución en los clientes del canal tradicional.
- El canal directo al hogar creció 7.6% en el 3T21, principalmente impulsado por un incremento en clientes del 40%, resultado de una estrategia de promover la página web de Coca-Cola en tu Hogar.
- Bokados en México, registró un crecimiento de doble-dígito en ventas y EBITDA en el 3T21, resultado de un incremento en volumen en el canal tradicional de 14.8%, un mejor desempeño en el canal moderno como resultado de activación en la movilidad y una eficiente gestión en descuentos.

## 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**

	3T21	3T20	Variación %	Ene-Sep'21	Ene-Sep'20	Variación %
<i>Volumen por segmento (MCU)</i>						
Colas	51.2	50.9	0.6	151.1	150.3	0.5
Sabores	30.4	27.6	10.5	86.6	81.1	6.8
<b>Total Refrescos</b>	<b>81.7</b>	<b>78.5</b>	4.1	<b>237.7</b>	<b>231.4</b>	2.7
Agua*	14.4	14.3	0.8	40.8	41.9	-2.6
No Carbonatados**	21.1	19.6	7.9	55.5	51.7	7.4
<b>Volumen Total</b>	<b>117.2</b>	<b>112.4</b>	4.3	<b>334.0</b>	<b>325.0</b>	2.8
<i>Mezclas (%)</i>						
Familiar	65.2	66.0	-0.8	66.8	67.6	-0.8
Personal	34.8	34.0	0.8	33.2	32.4	0.8
<i>Estado de Resultados (MM MXP)</i>						
Ventas Netas***	17,956	17,943	0.1	50,657	50,549	0.2
EBITDA	2,211	2,431	-9.1	6,950	6,577	5.7
Margen EBITDA	12.3%	13.6%	-130 pb	13.7%	13.0%	70 pb

\* 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 3T21, las ventas netas para la región de Estados Unidos alcanzaron Ps. 17,956 millones, en línea respecto al 3T20. El volumen alcanzó las 117.2 MCU, 4.3% mayor al 3T20 a través de una combinación de recuperación en categorías y canales. Las categorías de sabores y no carbonatados tuvieron un crecimiento de 10.5% y 7.9%, respectivamente. Los canales *on-premise* y tiendas grandes mostraron crecimientos de 19.5% y 8.0%, respectivamente, impulsados por una mayor confianza del consumidor. Acumulado en el año, el volumen creció 2.8%.
- Durante el 3T21, el flujo operativo (EBITDA) de la región fue Ps. 2,211 millones que representó una disminución de 9.1% y un margen de 12.3%, una dilución de 130 puntos base comparado con el 3T20. A septiembre de 2021, el EBITDA fue de Ps. 6,950 millones, 5.7% mayor respecto a 2020, lo que representa una expansión de 70 puntos base.
- Con un aumento de precios fuera del ciclo y una sólida estrategia de precio-empaque, el precio neto en el 3T21 aumentó 7.7%, como resultado del incremento en tasa real de 6.1% y un efecto positivo en la mezcla de 1.6%.
- Este trimestre se realizó un progreso significativo en la agenda digital al implementar una herramienta tecnológica líder que ayudará a los equipos de planificación a mejorar la precisión de los pronósticos, la planificación de la producción y el transporte del producto terminado.



- Durante el trimestre, se alcanzó el mayor número de clientes activos registrados en la plataforma de pedidos myCoke.com, donde actualmente se tienen más de 11 mil clientes que realizan pedidos, lo que representa más del 10% de los ingresos.
- En Analítica Avanzada, se continuó trabajando con la agenda, específicamente con la optimización de promociones. En el tercer trimestre, se finalizaron las pruebas de una nueva herramienta que ayudará a automatizar los procesos de planificación y seguimiento de promociones; será una herramienta clave para asegurar la optimización de la inversión promocional y brindar información a los clientes para impulsar más volumen para sus tiendas.
- Se han desarrollado nuevas capacidades para ayudar a nuestros clientes a reactivarse e incorporarse con los agregadores de entrega como Doordash y Grubhub, a través de descuentos y otras herramientas promocionales, se ayuda a los clientes a activar su negocio y ofrecer los productos de la marca en sus plataformas.
- La implementación de la iniciativa *Go to Market 2.0* permitió asignar los recursos de manera eficiente para maximizar la ejecución. Se capitalizó este esfuerzo con un aumento en las visitas a clientes de 61% y un aumento de 29% en pedidos incrementales comparado con el 3T20.
- Continuando con el compromiso de alcanzar un promedio de 50% de PET reciclado en todo el portafolio, se realizó la transición de todos los sabores de 13.2 oz a PET 100% reciclado en el trimestre.
- En Wise, el 3T21 presentó una caída de un dígito-medio en ventas. Para compensar el aumento de las materias primas, se implementaron aumentos selectivos de precios, además de planes de ahorro. La marca Deep River tuvo un sólido desempeño, resultado de la reapertura de clientes y captura de nuevos clientes en el canal on-premise.



## 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**

	3T21	3T20	Variación %	Ene-Sep'21	Ene-Sep'20	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	62.6	54.1	15.7	177.5	157.8	12.5
Sabores	42.3	33.5	26.1	122.2	106.5	14.8
<b>Total Refrescos</b>	<b>104.9</b>	<b>87.6</b>	<b>19.7</b>	<b>299.7</b>	<b>264.3</b>	<b>13.4</b>
Agua*	15.7	11.3	38.9	46.9	39.9	17.6
No Carbonatados**	12.4	8.2	52.2	36.1	24.8	45.2
<b>Volumen sin Garrafón</b>	<b>133.0</b>	<b>107.1</b>	<b>24.2</b>	<b>382.7</b>	<b>329.0</b>	<b>16.3</b>
Garrafón	1.5	1.5	0.6	5.6	5.9	-4.7
<b>Volumen Total</b>	<b>134.6</b>	<b>108.6</b>	<b>23.9</b>	<b>388.3</b>	<b>334.8</b>	<b>16.0</b>
<b>Mezclas (%)</b>						
Retornable	31.7	33.2	-1.5	31.9	33.4	-1.5
No Retornable	68.3	66.8	1.5	68.1	66.6	1.5
Familiar	71.0	76.6	-5.6	71.9	75.1	-3.2
Personal	29.0	23.4	5.6	28.1	24.9	3.2
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas	8,884	7,690	15.5	25,182	23,849	5.6
EBITDA	1,587	1,420	11.7	4,632	4,147	11.7
Margen EBITDA	17.9%	18.5%	-60 pb	18.4%	17.4%	100 pb

\* 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 3T21 los Ps. 8,884 millones, un aumento de 15.5%, principalmente impulsado por la recuperación de volumen en los tres países e incrementos de precio seleccionados en Argentina y Perú. Durante el 2021, las ventas registraron Ps. 25,182 millones, un crecimiento de 5.6% comparado con el 2020.
- El volumen de Sudamérica incrementó 24.2% a 133.0 MCU en el 3T21, sin incluir garrafón, principalmente por una recuperación en los tres territorios derivado del levantamiento de las restricciones de movilidad. Acumulado al mes de septiembre el volumen en esta región aumentó impulsado 16.3%.



- Durante el trimestre el EBITDA en la región de Sudamérica creció 11.7% a Ps. 1,587 millones, reflejando un margen de 17.9%, una dilución de 60 puntos base respecto al mismo periodo de 2020. Acumulado a septiembre, el EBITDA alcanzó Ps. 4,632 millones, un aumento de 11.7% y un margen de 18.4%, 100 puntos básicos mayor respecto al 2020.

## Perú

- El volumen de ventas en Perú aumentó 29.4% en el 3T21, principalmente por la recuperación en todas las categorías derivado del levantamiento de las restricciones de movilidad. Acumulado a septiembre del 2021 el volumen de ventas registró un aumento de 18.9%.
- En el trimestre, la mezcla de empaques personales tuvo una recuperación de 5.8 puntos porcentuales, resultado de la ejecución de planes para impulsar empaques personales y la recuperación de canales como el Comer y Beber.
- La categoría de no carbonatados tuvo un crecimiento de 35.4% en el 3T21, superando el volumen del 2019, pre-pandemia, principalmente por isotónicos impulsado por el lanzamiento de un nuevo empaque de 473 ml a un precio asequible y un nuevo sabor de Powerade en formato familiar.
- A nivel canales, el volumen en el canal tradicional creció 12.3% y 0.4 puntos porcentuales de participación de mercado como resultado de la implementación de diferentes iniciativas como capacitación a los clientes a través de la escuela de negocios, abordando temas relevantes como el uso de redes sociales para aumentar sus ventas y a los nuevos modelos de atención y el despliegue de AC Digital.
- La plataforma Directo al Hogar creció su cartera de clientes 12% comparado con el segundo trimestre del 2021 y los clientes con pedido aumentaron 39%, estos crecimientos fueron impulsados a través de acciones promocionales comunicadas en redes sociales.
- Durante el trimestre se realizó el lanzamiento del nuevo Inca Kola Power, compitiendo en la categoría de bebidas gaseosas funcionales, llegando a una cobertura del 34% en el primer mes en el canal tradicional.

## Ecuador

- El volumen de ventas en Ecuador aumentó 12.2% explicado por la recuperación en las categorías de no carbonatados y agua que incrementaron 44.8% y 36.5%, respectivamente. Acumulado en el 2021, el volumen de ventas incrementó 11.2% con respecto al año anterior
- Durante el 3T21, se mantuvo el enfoque en la asequibilidad que generó un incremento de 2.8 puntos porcentuales en la mezcla de retornables. Por otra parte, la mezcla de empaques personales aumentó 7.1 puntos porcentuales derivado de los cambios en las tendencias de consumo.
- Se realizó el relanzamiento de Coca-Cola Sin Azúcar alcanzando una cobertura de 79%, la más alta en los últimos 3 años y un crecimiento en volumen del 18% comparado con el año anterior.



- Tonicorp, en el 3T21, presentó un crecimiento en ventas de un dígito-alto, gracias a la estrategia de crecimiento a través de la expansión del portafolio de productos con alto valor agregado y mantener el liderazgo en el segmento premium. En el trimestre, se realizó el lanzamiento de “Toni Digest”, un producto que combina probióticos y prebióticos para aportar en el bienestar digestivo de los consumidores.
- En Inalecsa, las ventas crecieron doble-dígito principalmente impulsadas por la recuperación en volumen y una mejora en el precio. La estrategia ha sido enfocada en control de gastos y la captura de clientes nuevos, principalmente del canal tradicional en los territorios en donde se atiende con distribución directa.
- En el trimestre, la subsidiaria Alimentos y Botanas completó la adquisición de Carli Snacks, con sede en Quito. Carli se ubica entre las empresas líderes en la industria de botanas en Ecuador con una amplia presencia nacional y una posición de mercado relevante en categorías como papas fritas, botanas extruidas, tortillas, botanas proteicas y chips a base de plátano. La combinación de Inalecsa y Carli proporciona una plataforma sólida que traerá innovación al portafolio, expansión de producto y marca, así como sinergias e intercambio de mejores prácticas.

### Argentina

- En el 3T21, el volumen de ventas en Argentina aumentó 26.5% con respecto al 3T20 y 29.1% comparado con 3T19, la recuperación fue impulsada por un desempeño positivo en las categorías de no carbonatados y agua que tuvieron crecimientos de 99.2% y 29.5%, respectivamente. A septiembre de 2021 el volumen se incrementó 15.2% con respecto a 2020.
- El canal moderno mostró la mayor recuperación particularmente los supermercados que tuvieron un crecimiento de más del 60%, beneficiado principalmente por una mayor movilidad durante el trimestre.
- En la categoría de no carbonatados, se realizó el lanzamiento de Cepita Fresh 2 Lt retornable en Botella Universal, en sabores Pomelo y Naranja, llevando a cabo una estrategia de lanzamiento asequible para los consumidores.



## ASG

- Se obtuvo el premio Ética y Valores de la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos, donde se reconoce a las empresas que evalúan el sistema y metodología que ha establecido un organismo para organizar, difundir, medir y mejorar la incorporación de la cultura de responsabilidad social corporativa y desarrollo sostenible dentro de sus operaciones.
- Este trimestre se inauguró el primero de cuatro sistemas de tratamiento de aguas residuales que se están desarrollando en conjunto con la Industria Mexicana de Coca-Cola y gobiernos estatales. Este primer humedal, que es un sistema de tratamiento de agua basado en la naturaleza, ahora está sirviendo a una gran parte de la comunidad de Jalisco, tratando 3 millones de litros de agua por día para abastecer de agua limpia a la población, un vivero y una reserva forestal. Estamos invirtiendo un total de Ps. 170 millones en estos proyectos como parte de nuestro compromiso de generar valor social y ambiental compartido.
- En colaboración con la Secretaría de Desarrollo Sustentable de Sinaloa, AC participó en la recolección de 2.6 toneladas de basura plástica del mar, durante el Torneo de Pesca de Plástico, para restaurar la bahía Santa María, uno de los humedales más importantes de México.
- Arca Continental y Coca-Cola México, participaron en la restauración completa de escuelas a través de la iniciativa “Apadrina una Escuela” en colaboración con el Gobierno de Nuevo León para asegurar que estudiantes de nivel preescolar y primaria regresen a clases en espacios dignos. Con esta iniciativa se restauraron, entre otras cosas, servicios de agua potable, drenaje, mantenimiento eléctrico e infraestructura.
- Por octavo año consecutivo, Arca Continental Lindley obtuvo el “Distintivo Empresa Socialmente Responsable”, reconocimiento otorgado por la organización Perú 2021 y el Centro Mexicano de Filantropía. Este resultado refleja el desarrollo del enfoque transversal de sostenibilidad que tiene la compañía, que parte de su estrategia organizacional hacia la relación con sus grupos de interés.
- Arca Continental Ecuador fue reconocida por el Women Economic Forum como una de las “Compañías Icónicas Creando un Mejor Mundo para Todos” (Iconic Companies Creating a Better World for All). El reconocimiento rinde homenaje a las empresas que marcan diferencia por su compromiso en la creación de un entorno de trabajo inclusivo, y con un enfoque en la equidad de género y el empoderamiento.
- Arca Continental en colaboración con Coca-Cola Argentina, reacondicionaron 14 estaciones de separación de residuos y 3 en el complejo turístico del Teleférico de San Bernardo, en la ciudad de Salta. Este Teleférico es un punto clave para concientizar a los más de 110,000 consumidores locales y turistas al año sobre la importancia del reciclaje.



## EVENTOS RECIENTES

- El 20 de julio de 2021, Fitch Ratings, anunció la ratificación del grado de inversión para Arca Continental, AC Bebidas y de Arca Continental Lindley, tanto a nivel global como nacional. Afirmó el grado “A” para la deuda de largo plazo, en escala global de AC y ACBE, y la calificación “AAA(mex)” en escala nacional, con una perspectiva estable. En el caso de Arca Continental Lindley, la agencia ratificó también la calificación de “A” en escala global, con perspectiva estable.
- El 13 de septiembre de 2021, 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 es de 76% en lo que va del año.

## DATOS DE LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Arca Continental llevará a cabo una conferencia telefónica el 28 de octubre de 2021 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](http://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 saladas bajo las marcas Bokados en México, Inalecsa en Ecuador, así como Wise y Deep River en los Estados Unidos. Con una destacada trayectoria de más de 95 años, Arca Continental es el segundo embotellador de Coca-Cola más grande de América y uno de los más importantes del mundo. En su franquicia de Coca-Cola, la empresa atiende a una población de más de 123 millones en la región norte y occidente de México, así como en Ecuador, Perú, en la región norte de Argentina y en la región suroeste de Estados Unidos. Arca Continental cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores bajo el símbolo "AC". Para más información sobre Arca Continental, favor de visitar la página web [www.arcacontal.com](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)

			Variación				Variación	
	3T21	3T20	MM MXP	%	Ene-Sep'21	Ene-Sep'20	MM MXP	%
<b>Ventas Netas</b>	<b>47,946</b>	<b>44,811</b>	3,135	7.0	<b>134,228</b>	<b>126,649</b>	7,580	6.0
Costo de Ventas	26,395	24,546	1,849	7.5	73,449	69,599	3,850	5.5
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>21,552</b>	<b>20,266</b>	1,286	6.3	<b>60,779</b>	<b>57,050</b>	3,730	6.5
	44.9%	45.2%			45.3%	45.0%		
Gastos de Venta	12,320	11,941	379	3.2	34,922	34,677	245	0.7
Gastos de Administración	2,331	2,297	34	1.5	6,799	6,706	93	1.4
<b>Total de Gastos</b>	<b>14,651</b>	<b>14,238</b>	413	2.9	<b>41,720</b>	<b>41,383</b>	338	0.8
	30.6%	31.8%			31.1%	32.7%		
Gastos no recurrentes	40	145	-105	-72.3	315	669	-355	-53.0
<b>Utilidad de operación antes de otros ingresos</b>	<b>6,860</b>	<b>5,882</b>	978	16.6	<b>18,744</b>	<b>14,997</b>	3,747	25.0
Otros ingresos (Gastos) <sup>1,2</sup>	-53	162	-215	-132.5	308	468	-161	-34.3
<b>Utilidad de operación</b>	<b>6,808</b>	<b>6,045</b>	763	12.6	<b>19,052</b>	<b>15,466</b>	3,586	23.2
	14.2%	13.5%			14.2%	12.2%		
Productos (Gastos) Financieros, Neto	-739	-870	131	-15.0	-2,182	-2,682	499	-18.6
Utilidad (Pérdida) Cambiaria, Neta	177	-208	385	-184.8	-51	774	-824	-106.6
Resultado por posición monetaria	-63	-18	-45		-196	-34	-162	
Costo Integral de Financiamiento	<b>-626</b>	<b>-1,097</b>	471	-43.0	<b>-2,429</b>	<b>-1,942</b>	-488	25.1
Participación en utilidades netas de asociadas <sup>3</sup>	7	-53	60	-113.6	-118	-23	-95	
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>6,189</b>	<b>4,895</b>	1,294	26.4	<b>16,505</b>	<b>13,501</b>	3,004	22.2
Impuesto a la Utilidad	-2,042	-1,501	-541	36.0	-5,212	-4,070	-1,143	28.1
Participación no controladora	-767	-650	-117	18.0	-2,197	-1,675	-523	31.2
<b>Utilidad Neta</b>	<b>3,381</b>	<b>2,744</b>	637	23.2	<b>9,095</b>	<b>7,757</b>	1,339	17.3
	7.1%	6.1%			6.8%	6.1%		
Depreciación y amortización	2,350	2,452	-102	-4.2	6,912	7,379	-467	-6.3
<b>Flujo Operativo</b>	<b>9,198</b>	<b>8,642</b>	556	6.4	<b>26,279</b>	<b>23,514</b>	2,764	11.8
Flujo Operativo / Ventas Netas	19.2%	19.3%			19.6%	18.6%		

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	
	2021	2020	MM MXP	%
<b>ACTIVO</b>				
Efectivo e inversiones temporales	32,557	27,336	5,221	19.1
Clientes y cuentas por cobrar	14,378	11,062	3,316	30.0
Inventarios	9,286	8,251	1,035	12.5
Pagos anticipados y mercancía en tránsito	842	451	391	86.7
<b>Suma de Activo Circulante</b>	<b>57,063</b>	<b>47,099</b>	9,964	21.2
Inversiones en acciones y otras	8,341	8,308	33	0.4
Inmuebles, planta y equipo	67,561	69,659	-2,098	-3.0
Activos por derecho de uso	1,034	1,190	-156	-13.1
Otros activos	120,884	119,717	1,167	1.0
<b>Suma de Activo Total</b>	<b>254,883</b>	<b>245,974</b>	8,910	3.6
<b>PASIVO</b>				
Créditos bancarios	8,929	7,132	1,796	25.2
Proveedores y cuentas por pagar	9,569	8,044	1,525	19.0
Pasivos por arrendamiento C.P.	327	358	-31	-8.6
Impuestos y PTU por pagar	18,131	15,245	2,886	18.9
<b>Pasivo de Corto Plazo</b>	<b>36,956</b>	<b>30,779</b>	6,177	20.1
Documentos por pagar de Largo plazo	44,433	43,445	989	2.3
Pasivos por arrendamiento L.P.	765	853	-88	-10.3
ISR diferido y otros	24,185	23,476	708	3.0
<b>Total de Pasivo</b>	<b>106,340</b>	<b>98,553</b>	7,786	7.9
<b>CAPITAL CONTABLE</b>				
Capital contable minoritario	29,361	30,566	-1,206	-3.9
Capital aportado	982	982	0	0.0
Utilidades retenidas	109,106	105,596	3,510	3.3
Utilidad o (pérdida) neta	9,095	10,276	-1,181	-11.5
<b>Suma de Capital Contable</b>	<b>148,544</b>	<b>147,420</b>	1,124	0.8
<b>Suma de Pasivo y Capital</b>	<b>254,883</b>	<b>245,974</b>	8,910	3.6



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

### Estado de Flujo de Efectivo

(millones de pesos Mexicanos)

	al 30 de Septiembre	
	2021	2020
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>16,505</b>	<b>13,501</b>
Depreciación y Amortización	6,912	7,379
Fluctuación cambiaria / Resultado por posición monetaria	247	-740
Intereses Devengados (Neto)	2,182	2,682
Utilidad en venta y deterioro de activo fijo	662	623
<b>Flujo generado antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>26,508</b>	<b>23,445</b>
Flujo generado /utilizado en la operación	-5,143	-1,510
<b>Flujo neto de efectivo de actividades de operación</b>	<b>21,365</b>	<b>21,935</b>
Actividades de inversión:		
Inversión en activos Fijos (Neta)	-5,949	-3,392
Actividades de financiamiento:		
Dividendos pagados	-9,769	-7,275
Recompra de acciones (Neto)	-9	-108
Pago pasivo Bancarios	2,341	149
Intereses pagados	-2,824	-3,313
Otros	-440	-470
<b>Flujo neto de efectivo</b>	<b>-10,702</b>	<b>-11,016</b>
Incremento neto de efectivo y equivalentes	4,714	7,527
Diferencia en cambios en el efectivo	507	2,857
<b>Saldo inicial efectivo y equivalentes</b>	<b>27,336</b>	<b>22,051</b>
<b>Saldo final efectivo y equivalentes</b>	<b>32,557</b>	<b>32,435</b>



## Información Financiera Adicional

### Información por segmentos 3T21

	Segmentos de Bebidas					Otros	Eliminaciones	Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*		
<b>Volumen por Segmento</b>	<b>342.4</b>	<b>117.2</b>	<b>66.3</b>	<b>34.2</b>	<b>34.1</b>			<b>594.2</b>
<b>Ingresos del Segmento</b>	<b>20,111</b>	<b>16,834</b>	<b>3,487</b>	<b>2,279</b>	<b>2,775</b>	<b>2,889</b>	<b>-428</b>	<b>47,946</b>
<i>Ingresos Intersegmentos</i>	-278	0	-38	0	-2	-110	428	0
<b>Ingresos netos de transacciones inter-segmentos</b>	<b>19,833</b>	<b>16,834</b>	<b>3,449</b>	<b>2,279</b>	<b>2,774</b>	<b>2,779</b>	<b>0</b>	<b>47,946</b>
<i>Utilidad de operación</i>	4,536	1,700	409	151	259	-249	0	6,808
<b>Flujo Operativo</b>	<b>5,279</b>	<b>2,284</b>	<b>680</b>	<b>345</b>	<b>512</b>	<b>99</b>	<b>0</b>	<b>9,198</b>
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	26.6%	13.6%	19.7%	15.1%	18.4%	3.6%		19.2%
<i>Gastos No recurrentes</i>	5	0	2	24	3	5	0	40
<i>Depreciación y amortización</i>	737	584	268	169	249	342	0	2,350
<i>Ingresos Financieros</i>	452	5	403	13	18	19	0	910
<i>Gastos Financieros</i>	687	175	578	37	43	16	0	1,536
<i>Participación en Utilidades Netas de Asociadas</i>	-7	15	0	0	0	0	0	7
<i>Utilidad antes de Impuestos</i>	4,294	1,545	234	127	234	-245	0	6,189
<b>Activos Netos Totales</b>	<b>81,249</b>	<b>106,975</b>	<b>38,524</b>	<b>9,604</b>	<b>22,906</b>	<b>12,986</b>	<b>-17,360</b>	<b>254,883</b>
<i>Inversión en Asociadas</i>	7,318	620	0	403	0	0	0	8,341
<i>Pasivos Totales</i>	48,909	38,700	13,922	1,565	5,553	3,625	-5,935	106,340
<i>Inversiones en el periodo de activos fijos</i>	2,212	906	421	295	305	223	0	4,364

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

### Información por segmentos Ene-Sep'21

	Segmentos de Bebidas					Otros	Eliminaciones	Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*		
<b>Volumen por Segmento</b>	<b>963.8</b>	<b>334.0</b>	<b>197.7</b>	<b>90.4</b>	<b>100.2</b>			<b>1,686.0</b>
<b>Ingresos del Segmento</b>	<b>55,601</b>	<b>47,451</b>	<b>10,671</b>	<b>5,338</b>	<b>8,208</b>	<b>8,137</b>	<b>-1,177</b>	<b>134,228</b>
<i>Ingresos Intersegmentos</i>	-767	0	-82	0	-5	-323	1,177	0
<b>Ingresos netos de transacciones inter-segmentos</b>	<b>54,834</b>	<b>47,451</b>	<b>10,588</b>	<b>5,338</b>	<b>8,203</b>	<b>7,814</b>	<b>0</b>	<b>134,228</b>
<i>Utilidad de operación</i>	12,147	5,212	1,364	284	664	-620	0	19,052
<b>Flujo Operativo</b>	<b>14,437</b>	<b>7,105</b>	<b>2,236</b>	<b>820</b>	<b>1,443</b>	<b>238</b>	<b>0</b>	<b>26,279</b>
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	26.3%	15.0%	21.1%	15.4%	17.6%	3.0%		19.6%
<i>Gastos No recurrentes</i>	71	95	6	95	23	24	0	315
<i>Depreciación y amortización</i>	2,219	1,797	866	440	756	834	0	6,912
<i>Ingresos Financieros</i>	1,469	17	1,719	-4	57	46	0	3,304
<i>Gastos Financieros</i>	2,767	530	2,169	94	119	55	0	5,733
<i>Participación en Utilidades Netas de Asociadas</i>	-132	15	0	0	0	0	0	-118
<i>Utilidad antes de Impuestos</i>	10,717	4,714	914	186	602	-628	0	16,505
<b>Activos Netos Totales</b>	<b>81,249</b>	<b>106,975</b>	<b>38,524</b>	<b>9,604</b>	<b>22,906</b>	<b>12,986</b>	<b>-17,360</b>	<b>254,883</b>
<i>Inversión en Asociadas</i>	7,318	620	0	403	0	0	0	8,341
<i>Pasivos Totales</i>	48,909	38,700	13,922	1,565	5,553	3,625	-5,935	106,340
<i>Inversiones en el periodo de activos fijos</i>	2,212	906	421	295	305	223	0	4,364

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



### Deuda Total AC

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	...	2032	Total
Perfil de Vencimientos	4,455	7,733	5,509	3,406	4,157	2,467	6,378	3,023	8,117		8,117	53,362
% del total	8.3%	14.5%	10.3%	6.4%	7.8%	4.6%	12.0%	5.7%	15.2%		15.2%	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

	3T21	3T20	YoY
MXN	20.05	22.26	-9.9%
PEN	4.96	6.28	-21.0%
ARS	0.21	0.30	-32.4%

	Ene-Sep'21	Ene-Sep'20	YoY
MXN	20.20	21.83	-7.5%
PEN	5.28	6.31	-16.4%
ARS	0.22	0.32	-33.1%

### Tipo de cambio fin del periodo

	3T21	2T21	3T20
MXN	20.50	19.82	22.36
PEN	4.96	5.13	6.22
ARS	0.21	0.21	0.29

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>

