

REPORTE TRIMESTRAL

VENTAS NETAS CRECEN 2.3% Y EBITDA 1.8% EN 2T20

Monterrey, México, 24 de julio 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 segundo trimestre de 2020 y acumulado a junio de 2020 (“2T20” y “6M20”).

Tabla 1: Datos Financieros Relevantes

CIFRAS CONSOLIDADAS EN MILLONES DE PESOS MEXICANOS						
	2T20	2T19	Variación %	Ene-Jun'20	Ene-Jun'19	Variación %
Volumen Total de Bebidas (MCU)	527.1	580.5	-9.2	1,038.9	1,091.4	-4.8
Ventas Netas	42,945	41,982	2.3	81,837	78,903	3.7
EBITDA	8,235	8,091	1.8	14,872	14,363	3.5
Utilidad Neta	2,335	2,818	-17.1	5,013	4,519	10.9

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 SEGUNDO TRIMESTRE DE 2020

- Ventas Netas alcanzaron Ps. 42,945 millones, un incremento de 2.3% respecto al 2T19.
- EBITDA registró Ps. 8,235 millones con un margen de 19.2%, representando un aumento de 1.8% respecto al mismo trimestre del año anterior.
- Utilidad Neta disminuyó 17.1% a Ps. 2,335 millones con un margen de 5.4%.

DATOS RELEVANTES PARA EL ACUMULADO A JUNIO 2020 (6M)

- Ventas Netas registraron un incremento de 3.7%, alcanzando Ps. 81,837 millones.
- EBITDA fue de Ps. 14,872 millones, 3.5% mayor que 2019 con un margen de 18.2%.
- Utilidad Neta aumentó 10.9% a Ps. 5,013 millones con un margen de 6.1%.

COMENTARIO DEL DIRECTOR GENERAL

“En uno de los trimestres más desafiantes de la historia de la compañía, ejecutamos un plan integral para atender la crisis sanitaria enfocado fundamentalmente en la salud de los colaboradores y el apoyo a la comunidad, así como en adaptar nuestros modelos de servicio para impulsar la competitividad de nuestros clientes y de la cadena de valor. Estas acciones, aunadas a un estricto control de gastos, nos permitieron lograr un crecimiento en ventas de 2.3% y de 1.8% en EBITDA a nivel consolidado”, dijo Arturo Gutiérrez, Director General de Arca Continental.

“Apoyados por la entrega y profesionalismo de nuestro equipo de trabajo, continuaremos mejorando los procesos digitales y de ejecución en el punto de venta acorde a la dinámica actual de los mercados, a la vez que buscaremos capitalizar nuestra escala para proteger la rentabilidad de la empresa, manteniendo el firme compromiso de cuidar a nuestra gente y atender a las comunidades 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

	2T20	2T19	Variación %	Ene-Jun'20	Ene-Jun'19	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	291.6	296.1	-1.5	546.6	550.7	-0.7
Sabores	89.4	110.3	-18.9	189.3	216.3	-12.5
Total Refrescos	381.0	406.4	-6.3	735.9	766.9	-4.0
Agua*	45.7	64.1	-28.7	105.8	121.7	-13.1
No Carbonatados**	39.2	47.1	-16.7	80.7	87.4	-7.7
Volumen sin garrafón	465.9	517.6	-10.0	922.4	976.0	-5.5
Garrafón	61.1	62.9	-2.8	116.5	115.4	1.0
Volumen Total	527.1	580.5	-9.2	1,038.9	1,091.4	-4.8
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas***	42,945	41,982	2.3	81,837	78,903	3.7
EBITDA	8,235	8,091	1.8	14,872	14,363	3.5
Margen EBITDA	19.2%	19.3%	-10 bp	18.2%	18.2%	0.0

* 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

ANÁLISIS FINANCIERO

ESTADO DE RESULTADOS

- Durante el 2T20, las ventas netas registraron un crecimiento de 2.3% (sin efecto cambiario -7.4%) respecto al mismo período de 2019, alcanzando Ps. 42,945 millones. El acumulado a junio alcanzó Ps. 81,837 millones, un incremento de 3.7% (sin efecto cambiario -1.5%) en comparación al año anterior.
- El volumen de ventas durante el 2T20, sin incluir garrafón, registró una reducción de 10.0% respecto al mismo período del año anterior; afectado por un desempeño negativo en todas las operaciones, siendo las más afectadas Perú y Ecuador como resultado de las restricciones de movilidad implementadas en estos países.
- En el 2T20, el costo de ventas aumentó 1.7%, derivado principalmente por el efecto cambiario de nuestras operaciones en dólares y el incremento en el precio del concentrado en México en 2019, compensado parcialmente por menores precios en PET para todas las operaciones. De manera acumulada, registra un incremento de 2.7% respecto al mismo período del año anterior.



- La utilidad bruta consolidada alcanzó Ps. 19,349 millones, registrando un crecimiento de 3.0% respecto al 2T19, con una mejora en margen bruto que fue de 45.1%, 40 puntos base mayor respecto a 2T19. La utilidad bruta acumulada incrementó 5.0% respecto al año anterior, alcanzado Ps. 36,784 y ampliando el margen bruto en 50 puntos base hasta 44.9%.
- Los gastos de administración y venta incrementaron 5.3% (sin efecto cambiario -3.8%) hasta Ps. 13,825 millones desde Ps. 13,131 millones, en el 2T19; principalmente por el efecto de tipo de cambio de nuestras operaciones en dólares, compensada parcialmente por nuestras iniciativas de control del gasto en las operaciones. Acumulado a junio de 2020, los gastos de administración y venta fueron de 27,144 millones, registrando un aumento de 6.8% (sin efecto cambiario 2%) respecto al mismo período de 2019.
- Al cierre del 2T20, la utilidad de operación consolidada reportó una disminución de 3.9%, principalmente afectada por un incremento en los gastos relacionados a iniciativas ejecutadas por la emergencia sanitaria en las diferentes operaciones. El total de gastos incurridos relacionados con el COVID-19 fueron Ps. 327 millones, de los cuales Ps. 135 millones se contabilizaron como gastos operativos y Ps. 192 como gastos no recurrentes. En la primera mitad del año, la utilidad operativa registró una reducción de 1.9%, alcanzando Ps. 9,421 millones con un margen operativo de 11.5%.
- El flujo de caja operativo ("EBITDA") consolidado creció 1.8% (sin efecto cambiario -5.4%) al cierre del 2T20, alcanzando Ps. 8,235 millones, con un margen EBITDA de 19.2%. Acumulado a junio de 2020, EBITDA fue de 14,872 millones, 3.5% (en línea sin efecto cambiario) mayor que el mismo período de 2019 y con un margen 18.2%.
- El resultado integral de financiamiento en el trimestre fue de Ps. 1,326 millones, 43.3% mayor que en el 2T19, como resultado de una mayor pérdida cambiaria por una caja predominantemente en dólares y la apreciación del peso mexicano. De manera acumulada, el resultado registró una reducción de 55.9%, derivado de una depreciación importante del peso mexicano en el 1T20.
- En el 2T20, el impuesto a la utilidad refleja una tasa efectiva de 30.0%, alcanzando Ps. 1,252 millones, 2.7% menor respecto al mismo período del año anterior. Esta reducción se encuentra alineada con la caída en la utilidad antes de impuestos, como consecuencia de la pérdida en el resultado cambiario por la apreciación del peso mexicano. En el acumulado a junio de 2020, la tasa efectiva fue de 29.8%.
- La utilidad neta de Arca Continental para el trimestre fue de Ps. 2,335 millones, reflejando una disminución de 17.1% comparado al 2T19, con un margen neto de 5.4%. En el acumulado, la tendencia fue favorable, con un incremento de 10.9% respecto al año anterior y un margen neto de 6.1%, 40 puntos base mayor frente a 2019.

BALANCE GENERAL Y FLUJO DE EFECTIVO

- Al mes de junio de 2020, el saldo en caja alcanzó Ps. 30,554 millones y una deuda total de Ps. 59,627 millones. La deuda neta fue de Ps. 29,072 millones con un indicador de Deuda Neta/EBITDA de 0.9x.
- El flujo de efectivo neto de operación registró Ps. 13,651 millones al mes de junio de 2020.
- La inversión en activos fijos en el periodo fue de Ps. 2,712 millones, enfocado en su mayoría a envase retornable y en mejorar las capacidades de distribución y producción, que incluyen inversiones en la nueva planta en Houston al inicio del año.



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

	2T20	2T19	Variación %	Ene-Jun'20	Ene-Jun'19	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	190.9	189.5	0.8	343.5	342.5	0.3
Sabores	33.8	39.4	-14.1	62.8	69.2	-9.3
Total Refrescos	224.8	228.9	-1.8	406.3	411.7	-1.3
Agua*	26.0	32.4	-19.6	49.7	53.4	-6.9
No Carbonatados**	16.0	18.7	-14.2	31.9	34.4	-7.2
Volumen sin Garrafón	266.8	280.0	-4.7	487.9	499.5	-2.3
Garrafón	59.9	60.3	-0.8	112.2	109.2	2.8
Volumen Total	326.7	340.3	-4.0	600.1	608.6	-1.4
Mezclas (%)						
Retornable	34.3	31.2	3.1	33.4	31.5	1.9
No Retornable	65.7	68.8	-3.1	66.6	68.5	-1.9
Familiar	63.7	53.4	10.4	59.4	53.4	6.0
Personal	36.3	46.6	-10.4	40.6	46.6	-6.0
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas	17,938	18,054	-0.6	33,072	32,330	2.3
EBITDA	4,891	4,493	8.9	8,000	7,341	9.0
Margen EBITDA	27.3%	24.9%	240 bp	24.2%	22.7%	150 bp

RESULTADOS OPERATIVOS PARA MÉXICO

- Las ventas netas para México durante el 2T20 disminuyeron 0.6% frente al 2T19, alcanzando un total de Ps. 17,938 millones. El volumen de ventas se vio impactado por las restricciones de movilidad y registró una reducción de 4.7% comparado con el año anterior, con un nivel de 266.8 MCU (sin incluir garrafón). El precio promedio por caja unidad sin garrafón fue de Ps. 63.5, con un crecimiento de 3.9% frente al mismo trimestre del año anterior, como resultado de incrementos de precio al principio del año y un mejor manejo de los descuentos.
- El flujo operativo de México (EBITDA) incrementó 8.9%, alcanzando Ps. 4,891 millones con un margen de 27.3%, con expansión de 240 puntos base contra el 2T19.
- La categoría de colas mostró resiliencia ante la contingencia con un incremento en volumen de 0.8% como resultado de los esfuerzos que se realizaron en el canal tradicional y el crecimiento de los empaques familiares, principalmente la presentación 3 Lt NR. Lo anterior se vio impactado por un



desempeño negativo en la categoría de sabores como resultado de los cierres en los canales de entretenimiento y comer y beber donde esta categoría representa una alta frecuencia de consumo.

- El canal tradicional tuvo un desempeño positivo durante el 2T20 como resultado de los esfuerzos realizados para asegurar la atención y motivar su reapertura con iniciativas como “Tienda segura” y los programas de visita continua con el objetivo de dar a los clientes herramientas de protección para ellos y sus consumidores. En estos se entregaron elementos de protección y kits de limpieza a más de 200 mil clientes.
- Durante el 2T20, se tomaron actividades para impulsar el consumo, enfocando los esfuerzos principalmente en impulsar los empaques personales y la categoría de sabores, así como desarrollar y crear mayor disponibilidad de empaques retornables con el objetivo de proteger la asequibilidad de nuestros productos. Adicionalmente, se generaron actividades para impulsar la recompra a través de iniciativas cruzadas con Bokados.
- Los canales más afectados por la contingencia sanitaria fueron entretenimiento, educación y comer y beber, principalmente ocasionado por los cierres totales y parciales de este tipo de establecimientos de forma generalizada en el país, durante el 2T20 estos tres canales representaron 2.9% del volumen total. Mientras que el canal tradicional ha continuado teniendo crecimientos importantes como resultado de los cambios de patrones de consumo, donde los consumidores optan por asistir a las tiendas cercanas para reducir su exposición y tiempo de fuera de casa.
- La categoría de -lácteos tuvo un resultado positivo impulsado principalmente por los empaques personales en las presentaciones de 450ml, 225ml y 235ml y el empaque familiar de 1L que han tenido buen desempeño dentro del canal tradicional y directo al hogar.
- Los empaques familiares tuvieron incremento en las categorías de agua mineral, lácteos y colas como resultado de la adquisición de presentaciones de mayor tamaño, debido al estado de aislamiento voluntario de familias en el hogar, la preferencia por adquirir mayor producto para reducir la necesidad de salir a la calle y al encontrarse cerrados canales donde hay una mayor presencia de empaques personales.
- Al inicio del trimestre, se impulsó el desarrollo del Canal Hogar ampliando su cobertura a 7 ciudades adicionales, donde se otorgaron descuentos a través de la aplicación Coca-Cola en tu Hogar, buscando la promoción y adhesión de nuevos clientes a la plataforma. Adicionalmente, se habilitó a más unidades de reparto con herramientas para cobro con tarjetas de crédito.
- Durante el 2T20, se optimizaron 131 rutas de reparto, con lo cual se logró una eficiencia en costos de distribución. Además, en mayo, se inició con el modelo de ruteo dinámico en Planta Zapopan, el cual consiste en balancear y reducir las jornadas laborales de la fuerza de ventas, así como el equilibrar la productividad de las rutas.
- En Bokados, se tuvo un desempeño favorable en términos de ventas y rentabilidad impulsado principalmente por el canal tradicional, así como una estrategia de posicionamiento en e-commerce para plataformas de supermercados donde se trabajó para que los productos de Bokados tuvieran un mejor posicionamiento por internet. Adicionalmente, se realizaron eficiencias a través de modificaciones en jornadas laborales, ajustes en el plan de mercadotecnia y una reducción en gastos operativos como parte de las iniciativas de control de gasto.



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

	2T20	2T19	Variación %	Ene-Jun'20	Ene-Jun'19	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	53.0	52.2	1.6	99.4	96.9	2.5
Sabores	28.1	28.8	-2.6	53.5	54.0	-1.0
Total Refrescos	81.1	81.0	0.1	152.9	151.0	1.3
Agua*	12.4	15.0	-17.8	27.5	28.5	-3.5
No Carbonatados**	17.1	19.4	-11.8	32.1	34.1	-5.7
Volumen Total	110.6	115.4	-4.2	212.6	213.6	-0.5
Mezclas (%)						
Familiar	70.1	63.2	6.9	67.9	62.5	5.4
Personal	29.9	36.8	-6.9	32.1	37.5	-5.4
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas***	18,142	15,261	18.9	32,606	28,441	14.6
EBITDA	2,519	1,996	26.2	4,145	3,338	24.2
Margen EBITDA	13.9%	13.1%	80 bp	12.7%	11.7%	100 bp

RESULTADOS OPERATIVOS PARA ESTADOS UNIDOS

- Durante el 2T20, las ventas netas para la región de Estados Unidos aumentaron 18.9% alcanzando Ps. 18,142 millones. El volumen de ventas disminuyó 4.2% a 110.6 MCU, como resultado de las caídas de doble dígito en las categorías de agua y no carbonatados, y parcialmente compensado por un comportamiento favorable en colas y las iniciativas de eficiencia.
- El flujo operativo (EBITDA) de la región Estados Unidos alcanzó Ps. 2,519 millones al 2T20, con un crecimiento de 26.2% y una expansión de margen EBITDA de 80 puntos básicos respecto al 2T19.
- El precio neto del trimestre se incrementó 2.7%, como resultado del incremento selectivo de precios al inicio del año y la reprogramación de promociones, compensado parcialmente por un efecto negativo en mezcla. A medida que el canal *Food Service/On Premise* (FSOP) comienza su reapertura, se ha podido observar una mejora gradual de la mezcla.
- El *canal moderno* creció 4.4% durante el trimestre con el aumento del tráfico en autoservicios y la recuperación del canal de conveniencia. Esto demuestra la capacidad de adaptarnos efectivamente al cambio, operar de manera más eficiente y acelerar las prioridades estratégicas, pero lo más importante, demostró la capacidad de recuperación de la operación.
- En términos de canales, 23,000 clientes del canal FSOP han reabierto desde el comienzo de la cuarentena, el enfoque ha sido en impulsar el tráfico a sus puntos de venta con promocionales y otros letreros, tanto físicos como digitales. Adicionalmente, garantizar que nuestros productos estén



disponibles, para apoyar el aumento de las ventas para llevar. Mientras que, en el canal de autoservicios, el enfoque ha sido garantizar la disponibilidad de los productos cuya demanda ha aumentado durante la contingencia y simplificar las ofertas y promocionales.

- En el trimestre, se ha impulsado la presencia de nuestros productos en formato digital en las plataformas web de los clientes y en todos los intermediarios de entrega. La expansión adicional de myCoke.com, plataforma digital de pedidos de clientes, junto con el soporte del Centro de atención al cliente, ha permitido llegar a más clientes. Durante el trimestre el 38% de los clientes de FSOP utilizaron dicha plataforma para ordenar sus productos.
- Durante el 2T20, se comenzó el desarrollo de un modelo de priorización de clientes para el canal FSOP para acelerar la captura de valor e ingresos a medida que se establece la nueva normalidad. Este motor de priorización combina diferentes módulos de segmentación y predicción que permitirán identificar claramente los clientes prioritarios para las diferentes estrategias renovadas para el canal. También se ha comenzado con las pruebas de herramientas automatizadas de pedido y pedido sugerido (basado en analítica avanzada) para tiendas de conveniencia.
- El comercio electrónico ha tomado una mayor relevancia y se ha convertido en un pilar clave para el presente y el futuro. En consecuencia, se continúa desarrollando la estrategia para el negocio en línea en torno a tres pilares: plataforma de pedidos myCoke, clientes de e-commerce y desarrollo de capacidades.
- En Wise, durante el trimestre se tuvieron resultados positivos en EBITDA por las iniciativas que se implementaron para hacer frente a la situación, dentro de las cuales se encuentran el desarrollo de oportunidades en las plataformas digitales donde se registró el mejor desempeño en e-commerce con un crecimiento de volumen importante en este canal para Wise y Deep River.

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

	2T20	2T19	Variación %	Ene-Jun'20	Ene-Jun'19	Variación %
Volumen por segmento (MCU)						
Colas	47.6	54.4	-12.5	103.7	111.2	-6.8
Sabores	27.5	42.1	-34.7	73.0	93.0	-21.6
Total Refrescos	75.1	96.5	-22.2	176.7	204.3	-13.5
Agua*	7.3	16.7	-56.0	28.5	39.8	-28.2
No Carbonatados**	6.1	9.0	-32.7	16.7	19.0	-12.2
Volumen sin Garrafón	88.5	122.2	-27.6	221.9	263.0	-15.6
Garrafón	1.3	2.6	-50.4	4.3	6.2	-29.9
Volumen Total	89.8	124.8	-28.0	226.2	269.2	-16.0
Mezclas (%)						
Retornable	35.2	30.5	4.7	33.5	30.1	3.4
No Retornable	64.8	69.5	-4.7	66.5	69.9	-3.4
Familiar	83.7	66.1	17.6	74.4	66.3	8.0
Personal	16.3	33.9	-17.6	25.6	33.7	-8.0
Estado de Resultados (MM MXP)						
Ventas Netas	6,865	8,667	-20.8	16,159	18,132	-10.9
EBITDA	825	1,603	-48.5	2,726	3,685	-26.0
Margen EBITDA	12.0%	18.5%	-648 bp	16.9%	20.3%	-345 bp

RESULTADOS OPERATIVOS PARA SUDAMÉRICA

- La región de Sudamérica registró una reducción en ventas netas de 20.8%, con un total de Ps. 6,865 millones al 2T20. La caída en ventas es principalmente atribuible a un menor desempeño en las operaciones de Ecuador y Perú.
- En el 2T20, el volumen total de ventas en Sudamérica decreció 27.6% (sin incluir garrafón) a 88.5 MCU, principalmente por la disminución de las categorías de sabores y agua que presentaron una caída de 34.7% y 56.0%, respectivamente.
- El EBITDA en Sudamérica registró una reducción de 48.5% a Ps. 825 millones, con una dilución de 650 puntos básicos en el margen que fue de 12.0% frente al 2T19.



Perú

- Durante el 2T20, el volumen de ventas disminuyó 34.2%, siendo el mes de abril donde se observó la mayor caída y se ha tenido una mejora secuencial en los dos meses siguientes. Esta reducción fue parcialmente compensada por las categorías de colas y no carbonatados.
- En el 2T20, se logró mantener la participación de mercado como resultado de planes implementados para reforzar la presencia de nuestras marcas como el lanzamiento de empaques familiares retornables de la marca Fanta para proteger la asequibilidad de nuestros productos y una campaña para reposicionar la marca Inca Kola.
- Durante este periodo, el canal tradicional fue el que tuvo la mayor resiliencia como resultado de su proximidad al consumidor con una caída en volumen de 15.8% comparado con el 2T19. Sin embargo, ha tenido una mejora secuencial y en el mes de junio mostró un crecimiento de 3.0%.
- El canal tradicional se impulsó, durante la contingencia, a través del plan “Mi Bodega Abierta” con mensajes dirigidos hacia los clientes de cómo atender de manera segura. Adicionalmente, se implementaron nuevos modelos de servicio como rutas Directo al Hogar y la digitalización de 4,000 clientes, a través de la plataforma AC Digital.

Ecuador

- El volumen de ventas en Ecuador disminuyó 28.2% en el 2T20, principalmente impactado por las restricciones y de movilidad que se establecieron al inicio del trimestre, siendo las categorías más afectadas agua y no carbonatados. Sin embargo, todas las marcas se encuentran en tendencia de recuperación, destacando las marcas Cola-Cola e Inca-Kola que presentaron resultados positivos en el mes de junio.
- En el 2T20, se implementó la iniciativa de “Mi Tienda Segura” en conjunto con distintas asociaciones, que busca fomentar la reapertura de tenderos mediante la entrega de kits de sanitización, comunicación efectiva y campañas de concientización sobre el rol del tendero en la comunidad y la importancia de mantener abierta su tienda durante esta situación. El programa busca impactar a más de 23,000 clientes del canal tradicional.
- Durante la contingencia, se ha observado el cambio de hábitos de los consumidores al estar más tiempo en su casa, por lo que durante el trimestre se continuó fortaleciendo el Canal al Hogar mediante el desarrollo de sus capacidades, permitiéndole generar resultados favorables en el 2T20 con un promedio de 10 rutas y una base de más de 5,000 consumidores. Asimismo, aprovechando esas ocasiones de consumo, se ha fortalecido la estrategia de retornabilidad principalmente hacia empaques familiares.
- En este trimestre, se lanzó la iniciativa “Vecino Seguro”, un programa dirigido a los empleados de la compañía y sus familias con la finalidad de abastecer responsablemente a su comunidad vecinal o residencial. Mediante el registro del participante, se toma el pedido de los negocios de bebidas, Tonicorp e Inalecsa y se entrega de acuerdo con la ruta lógica asignada por el área comercial. A la fecha, se tienen más de 866 consumidores activos desde el lanzamiento del programa.
- Se continuó con los ajustes a los modelos de servicio implementados en el 1T20, con el fin de seguir dando una óptima atención al cliente: ajustes en rutas de distribución para hacer más eficiente el reparto, llamadas telefónicas para reducir las visitas físicas y la implementación de la herramienta B2B orientada a garantizar el servicio continuo y eficiente, iniciativa que alcanzó 7,200 clientes en la primera fase de instalación.



- En Tonicorp, el entorno en el 2T20 se implementó una estrategia enfocada en mantener una comunicación activa con los consumidores a través de plataformas digitales y redes sociales. Lo anterior logró mantener el liderazgo en las categorías, fortalecer la relación con los clientes y consumidores.
- En Inalecsa, durante el trimestre las ventas y el EBITDA mostraron un crecimiento de doble dígito. Este trimestre, se comenzó la comercialización de Tortolines a través de la plataforma Amazon en Estados Unidos en sus presentaciones: sal, maduro, picante, limón y ajo; con esta distribución, tendremos cobertura en los 50 estados de ese país.

Argentina

- El volumen de ventas registró una reducción de 10.3%, principalmente afectado por las caídas en las categorías de sabores y aguas de 38.5% y 24.0%, respectivamente, que fueron parcialmente compensadas con un sólido desempeño en empaques retornables y familiares en la categoría de colas.
- En el 2T20, como respuesta a la contingencia y ante la restricción de movilidad se trabajó en reforzar las capacidades de *Route to Market* (RTM), realizando ventas por teléfono incrementando así la atención diaria de 60 a 85 clientes. Por lo anterior, se migró a un modelo de atención combinado de 3 contactos telefónicos y 3 visitas presenciales, se incluyeron más clientes por rutas y se mantuvieron las visitas a los clientes cerrados para incentivar su reapertura.
- Se implementó un plan durante el trimestre para proteger la asequibilidad del portafolio de productos a través de diferentes iniciativas como el incremento en cobertura de Aquarius 2Lt en Botella única, el lanzamiento de Cepita Fresh 1.5 Lt NR en dos sabores, naranja y pomelo, así como el apalancamiento de las capacidades de empaques retornables con el objetivo de mantener precios estratégicos y competitivos durante el trimestre.
- Al inicio del trimestre, se realizó el lanzamiento de AC Digital como prueba piloto en Salta, adelantando la implementación de esta herramienta en más de 3 meses. A la fecha se ha implementado en 7 de las 10 provincias donde operamos, logrando 57% de clientes registrados y 69% de clientes con pedidos.



EVENTOS RECIENTES

- El 22 de julio de 2020, 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 23 de junio de 2020, Arca Continental fue seleccionada para integrar el nuevo índice de sustentabilidad lanzado en conjunto por Standard & Poor’s Dow Jones Indices y la Bolsa Mexicana de Valores. Este reconocimiento refrenda la convicción de la empresa para hacer de la sustentabilidad parte integral de cada uno de sus procesos de negocios.
- En abril de 2020, la Asamblea General de Accionistas de Arca Continental aprobó el pago de un dividendo en efectivo de \$2.42 por acción, en una sola exhibición a partir del 16 de abril de 2020 equivalente a un monto total de Ps. 4,270 millones, este dividendo representó un aumento de 5.2% respecto al dividendo pagado el año pasado.

DATOS DE LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Arca Continental llevará a cabo una conferencia telefónica el 24 de julio de 2020 a las 10:00 am hora de México/Monterrey, 11:00 am hora de Nueva York. Para participar por medio del webcast favor de ingresar a www.arcacontal.com ó vía telefónica en los siguientes números:

Para participar, por favor marque:

+1-877-712-5080 (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 no alcohólicas 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 94 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 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.



Estado Consolidado de Resultados (millones de pesos Mexicanos)								
	2T20	2T19	Variación		Ene-Jun'20	Ene-Jun'19	Variación	
			MM MXP	%			MM MXP	%
Ventas Netas	42,945	41,982	963	2.3	81,837	78,903	2,934	3.7
Costo de Ventas	23,595	23,200	396	1.7	45,054	43,862	1,191	2.7
Utilidad Bruta	19,349	18,782	567	3.0	36,784	35,041	1,742	5.0
	45.1%	44.7%			44.9%	44.4%		
Gastos de Venta	11,608	11,087	521	4.7	22,736	21,320	1,416	6.6
Gastos de Administración	2,218	2,044	173	8.5	4,409	4,096	313	7.6
Total de Gastos	13,825	13,131	694	5.3	27,144	25,415	1,729	6.8
	32.2%	31.3%			33.2%	32.2%		
Gastos no recurrentes	192	162	29	18.0	524	376	148	39.3
Utilidad de operación antes de otros ingresos	5,332	5,489	-157	-2.9	9,115	9,250	-135	-1.5
Otros ingresos (Gastos) ^{1,2}	155	221	-66	-29.9	306	356	-50	-14.1
Utilidad de operación	5,487	5,710	-223	-3.9	9,421	9,605	-185	-1.9
	12.8%	13.6%			11.5%	12.2%		
Productos (Gastos) Financieros, Neto	-947	-917	-29	3.2	-1,811	-1,812	1	0.0
Utilidad (Pérdida) Cambiaria, Neta	-370	-40	-331		982	-78	1,060	
Resultado por posición monetaria	-9	32	-41	-127.8	-15	-25	9	-37.9
Costo Integral de Financiamiento	-1,326	-925	-401	43.3	-844	-1,915	1,070	-55.9
Participación en utilidades netas de asociadas ³	7	4	2	53.3	30	43	-14	-31.2
Utilidad antes de impuestos	4,167	4,789	-621	-13.0	8,606	7,734	872	11.3
Impuesto a la Utilidad	1,252	1,287	-35	-2.7	2,569	2,165	404	18.7
Participación no controladora	-581	-685	104	-15.2	-1,025	-1,051	26	-2.5
Utilidad Neta	2,335	2,818	-482	-17.1	5,013	4,519	494	10.9
	5.4%	6.7%			6.1%	5.7%		
Depreciación y amortización	2,556	2,219	337	15.2	4,927	4,382	545	12.4
Flujo Operativo	8,235	8,091	143	1.8	14,872	14,363	509	3.5
Flujo Operativo / Ventas Netas	19.2%	19.3%			18.2%	18.2%		

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

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

² Incluye efecto neto de Ingresos fuera del territorio (FT) en USA

³ Incluye método de participación en asociadas no operativas como PIASA, PetStar, Beta San Miguel, entre otras



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

Balance General Consolidado (millones de pesos Mexicanos)

	Junio 30 2020	Diciembre 31 2019	Variación	
			MM MXP	%
ACTIVO				
Efectivo e inversiones temporales	30,554	22,051	8,503	38.6
Clientes y cuentas por cobrar	11,618	10,796	822	7.6
Inventarios	8,752	7,948	804	10.1
Pagos anticipados y mercancía en tránsito	855	561	294	52.4
Suma de Activo Circulante	51,780	41,357	10,423	25.2
Inversiones en acciones y otras	8,084	8,168	-85	-1.0
Inmuebles, planta y equipo	79,123	71,937	7,186	10.0
Activos por derecho de uso	1,239	1,177	62	
Otros activos	135,342	115,808	19,535	16.9
Suma de Activo Total	275,568	238,447	37,121	15.6
PASIVO				
Créditos bancarios	7,538	6,761	777	11.5
Proveedores y cuentas por pagar	20,290	16,113	4,177	25.9
Pasivos por arrendamiento C.P.	280	248		
Impuestos y PTU por pagar	3,237	4,630	-1,393	-30.1
Pasivo de Corto Plazo	31,344	27,751	3,593	12.9
Documentos por pagar de Largo plazo	52,088	46,500	5,588	12.0
Pasivos por arrendamiento L.P.	996	935	61	
ISR diferido y otros	25,312	21,874	3,438	15.7
Total de Pasivo	109,740	97,060	12,680	13.1
CAPITAL CONTABLE				
Capital contable minoritario	34,154	28,491	5,663	19.9
Capital aportado	982	982	0	0.0
Utilidades retenidas	125,679	102,326	23,353	22.8
Utilidad o (pérdida) neta	5,013	9,588	-4,575	-47.7
Suma de Capital Contable	165,828	141,387	24,441	17.3
Suma de Pasivo y Capital	275,568	238,447	37,121	15.6

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

Estado de Flujo de Efectivo

(millones de pesos Mexicanos)

	al 30 de Junio	
	2020	2019
Utilidad Antes de Impuestos	8,606	7,734
Depreciación y Amortización	4,927	4,382
Utilidad en venta y deterioro de activo fijo	427	170
Fluctuación cambiaria	-967	103
Intereses Devengados	1,811	1,812
Flujo generado antes de impuestos a la utilidad	14,805	14,200
Flujo generado /utilizado en la operación	-1,153	-2,470
Flujo neto de efectivo de actividades de operación	13,651	11,731
Actividades de inversión:		
Inversión en activos Fijos (Neta)	-2,285	-4,452
Actividades de financiamiento:		
Dividendos pagados	-4,270	-4,058
Recompra de acciones (Neto)	-106	114
Pago pasivo Bancarios	371	-406
Intereses pagados	-2,227	-2,272
Otros	-311	-207
Flujo neto de efectivo	-6,543	-6,829
Incremento neto de efectivo y equivalentes	4,823	450
Diferencia en cambios en el efectivo	3,680	-344
Saldo inicial efectivo y equivalentes	22,051	15,941
Saldo final efectivo y equivalentes	30,554	16,047



Información Financiera Adicional

Información por segmentos 2T20

	Segmentos de Bebidas					Otros		Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*	Eliminaciones	
Volumen por Segmento	326.7	110.6	41.8	22.4	25.6	0.0	0.0	527.1
Ingresos del Segmento	17,246	16,847	2,866	1,104	2,628	2,596	-341	42,945
Ingresos Intersegmentos	-198	0	-36	0	-3	-104	341	0
Ingresos netos de transacciones inter-segmento	17,048	16,847	2,830	1,104	2,625	2,492	0	42,945
Utilidad de operación	4,168	1,637	-140	-85	49	-142	0	5,487
Flujo Operativo	4,856	2,465	359	54	375	126	0	8,235
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	28.5%	14.6%	12.7%	4.9%	14.3%	5.1%	0.0%	19.2%
Gastos No recurrentes	-55	74	110	3	29	31	0	192
Depreciación y amortización	742	754	389	136	298	237	0	2,556
Ingresos Financieros	655	2	663	11	8	10	0	1,349
Gastos Financieros	1,514	178	888	24	48	23	0	2,675
Participación en Utilidades Netas de Asociadas	7	-0	0	0	0	0	0	7
Utilidad antes de Impuestos	3,317	1,462	-365	-99	8	-155	0	4,167
Activos Netos Totales	69,439	119,518	48,649	8,835	25,101	13,863	-9,837	275,568
Inversión en Asociadas	7,039	661	0	384	0	0	0	8,084
Pasivos Totales	44,410	42,171	17,702	1,364	6,276	3,224	-5,407	109,740
Inversiones en el periodo de activos fijos	1,396	980	165	103	130	174	0	2,948

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

Información por segmentos Ene-Jun'20

	Segmentos de Bebidas					Otros		Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*	Eliminaciones	
Volumen por Segmento	600.1	212.6	115.0	51.4	59.8	0.0	0.0	1,038.9
Ingresos del Segmento	31,669	30,144	7,074	2,933	5,526	5,224	-733	81,837
Ingresos Intersegmentos	-440	0	-81	0	-3	-209	733	0
Ingresos netos de transacciones inter-segmento	31,229	30,144	6,993	2,933	5,523	5,015	0	81,837
Utilidad de operación	6,467	2,264	561	6	292	-170	0	9,421
Flujo Operativo	7,893	4,057	1,419	312	887	304	0	14,872
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	25.3%	13.5%	20.3%	10.6%	16.1%	6.1%	0.0%	18.2%
Gastos No recurrentes	-43	356	119	3	45	44	0	524
Depreciación y amortización	1,469	1,437	739	302	550	430	0	4,927
Ingresos Financieros	3,635	24	917	29	14	36	0	4,656
Gastos Financieros	3,510	356	1,422	63	86	63	0	5,501
Participación en Utilidades Netas de Asociadas	30	-0	0	0	0	0	0	30
Utilidad antes de Impuestos	6,622	1,932	56	-27	221	-197	0	8,606
Activos Netos Totales	69,439	119,518	48,649	8,835	25,101	13,863	-9,837	275,568
Inversión en Asociadas	7,039	661	0	384	0	0	0	8,084
Pasivos Totales	44,410	42,171	17,702	1,364	6,276	3,224	-5,407	109,740
Inversiones en el periodo de activos fijos	1,396	980	165	103	130	174	0	2,948

*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	4,819	7,903	8,437	6,095	3,556	1,510	2,416	6,344		9,273		9,273	59,627
% del total	8.1%	13.3%	14.1%	10.2%	6.0%	2.5%	4.1%	10.6%		15.6%		15.6%	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

	2T20	2T19	YoY
MXN	23.30	19.12	21.9%
PEN	6.79	5.74	18.3%
ARS	0.35	0.44	-20.6%

Tipo de cambio fin del periodo

	2T20	1T20	2T19
MXN	23.13	24.29	19.17
PEN	6.54	7.06	5.83
ARS	0.33	0.38	0.45

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>

