

**EBITDA CRECE 11.0% Y VENTAS NETAS 13.8% EN 1T22**

Monterrey, México, 29 de abril 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 primer trimestre de 2022 (“1T22”).

**Tabla 1: Datos Financieros Relevantes**

**CIFRAS CONSOLIDADAS EN MILLONES DE PESOS MEXICANOS**

	1T22	1T21	Variación %
Volumen Total de Bebidas (MCU)	541.6	514.1	5.4
Ventas Netas	46,065	40,475	13.8
EBITDA	8,527	7,681	11.0
Utilidad Neta	3,094	2,585	19.7

**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 PRIMER TRIMESTRE DE 2022**

- Ventas Netas incrementaron 13.8% respecto al 1T21 a Ps. 46,065 millones.
- EBITDA registró Ps. 8,527 millones, un aumento de 11.0%, con un margen de 18.5%
- Utilidad Neta aumentó 19.7% a Ps. 3,094 millones con un margen de 6.7%.

**COMENTARIO DEL DIRECTOR GENERAL**

“El despliegue de una sólida ejecución en el punto de venta, eficientes iniciativas precio-empaque, y la disciplina operativa que nos distingue, nos permitió capitalizar un favorable ambiente de consumo y de reactivación económica, con crecimiento de volumen en todos los mercados que atendemos, así como incrementos en ventas y EBITDA de 13.8% y 11%, respectivamente. Estos resultados mitigaron parcialmente los efectos de la alta volatilidad en los precios de nuestras principales materias primas”, explicó Arturo Gutiérrez, Director General de Arca Continental.

“Durante lo que resta de 2022, continuaremos enfocados en mantener el impulso de crecimiento en ventas por medio de estrategias comerciales innovadoras y sostenibles que satisfagan las necesidades de clientes y consumidores, para seguir entregando resultados financieros y operativos que superen las expectativas de nuestros accionistas”, agregó.

## RESULTADOS CONSOLIDADOS

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

### TABLA 2: CIFRAS CONSOLIDADAS

	1T22	1T21	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>			
Colas	273.7	264.5	3.4
Sabores	105.9	97.7	8.4
<b>Total Refrescos</b>	<b>379.6</b>	<b>362.3</b>	4.8
Agua*	59.2	54.5	8.5
No Carbonatados**	49.4	43.5	13.5
<b>Volumen sin garrafón</b>	<b>488.2</b>	<b>460.3</b>	6.1
Garrafón	53.3	53.7	-0.7
<b>Volumen Total</b>	<b>541.6</b>	<b>514.1</b>	5.4
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>			
Ventas Netas***	46,065	40,475	13.8
EBITDA	8,527	7,681	11.0
Margen EBITDA	18.5%	19.0%	-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

- Durante el 2022 las ventas netas alcanzaron los Ps. 46,065 millones, un incremento de 13.8% comparado contra el 1T21, resultado de un desempeño positivo en volumen y el despliegue de una efectiva estrategia de precio-empaque.
- El volumen de ventas durante el 1T22 incrementó 6.1%, excluyendo garrafón, principalmente por el crecimiento de las categorías de no carbonatados y agua personal, con incrementos de 13.5% y 8.5%, respectivamente.
- El costo de ventas aumentó 15.4%, resultado del incremento de materias primas, específicamente PET.



- La utilidad bruta consolidada aumentó 12.0% a Ps. 20,608 millones, representando un margen bruto de 44.7%, 80 puntos base menor respecto al año anterior.
- Los gastos de administración y venta incrementaron 9.8% de Ps. 13,222 millones a Ps. 14,512 millones, en el 1T22; este renglón aún refleja la disciplina de las operaciones para alinear el gasto al desempeño de las ventas.
- En el 1T22, la utilidad de operación consolidada aumentó 19.5%, alcanzando los Ps. 6,282 millones con un margen de operación de 13.6% y 60 puntos base mayor respecto al año anterior. Los gastos no recurrentes en el 1T22 disminuyeron 91.7%, principalmente por proyectos de reestructura en la distribución que se llevaron a cabo durante el 1T21.
- El flujo de caja operativo ("EBITDA") consolidado en el 1T22 aumentó de Ps. 7,681 millones a Ps. 8,527 millones, un 11.0% más con respecto al mismo periodo del año anterior, registrando un margen EBITDA de 18.5%, 50 puntos base de dilución respecto al 1T21.
- El resultado integral de financiamiento para el 1T22 fue de una pérdida de Ps. 920 millones, resultado de una menor ganancia cambiaria con respecto al año anterior.
- En el 1T22, el impuesto a la utilidad fue de Ps. 1,638 millones, 14.2% mayor respecto al mismo periodo del año anterior, con una tasa efectiva de 30.1%.
- La utilidad neta de Arca Continental para el 1T22 alcanzó Ps. 3,094 millones, 19.7% mayor comparado al 1T21, reflejando un margen de 6.7%, un aumento de 30 puntos base.

### **BALANCE GENERAL Y FLUJO DE EFECTIVO**

- El saldo en caja a marzo de 2022 fue de Ps. 34,981 millones, con una deuda de Ps. 50,234 millones, resultando en una deuda neta de Ps. 15,253 millones. La razón de Deuda Neta/EBITDA fue de 0.4 veces.
- El flujo de efectivo neto de operación registró Ps. 6,936 millones al mes de marzo de 2022.
- La inversión en activos fijos en el periodo fue de Ps. 1,594 millones, principalmente destinada a inversiones en botellas retornables, enfriadores y capacidades de comercialización y ejecución en el punto de venta. Además de inversiones en automatización y digitalización de procesos en toda la cadena de valor y la modernización de los sistemas de tecnologías de la información.

## 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

	1T22	1T21	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>			
Colas	159.3	157.4	1.2
Sabores	28.4	28.2	0.9
<b>Total Refrescos</b>	<b>187.7</b>	<b>185.6</b>	1.2
Agua*	27.5	24.3	13.1
No Carbonatados**	18.5	16.1	15.3
<b>Volumen sin Garrafón</b>	<b>233.8</b>	<b>226.0</b>	3.5
Garrafón	51.1	51.3	-0.4
<b>Volumen Total</b>	<b>284.9</b>	<b>277.3</b>	2.7
<b>Mezclas (%)</b>			
Retornable	30.8	33.1	-2.3
No Retornable	69.2	66.9	2.3
Familiar	56.7	59.2	-2.4
Personal	43.3	40.8	2.4
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>			
Ventas Netas	18,279	16,561	10.4
EBITDA	3,969	3,845	3.2
Margen EBITDA	21.7%	23.2%	-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

- En el 1T22, las ventas netas para México alcanzaron los Ps. 18,279 millones, un incremento de 10.4%, comparado con el mismo periodo del 2021.
- El volumen de ventas aumentó 3.5% en el trimestre, un nivel de 233.8 MCU (excluyendo garrafón). El precio promedio por caja unidad, excluyendo garrafón, creció 6.7% alcanzando los Ps. 72.87, resultado de un incremento del precio durante el 4T21 y un impacto positivo de la mezcla de empaques.
- Durante el 1T22, el flujo operativo de México (EBITDA) aumentó 3.2% y alcanzó Ps. 3,969 millones, representando un margen de 21.7%, 150 puntos base menor al 1T21.



- Los empaques personales tuvieron un crecimiento de 2.4% en el trimestre impulsados por el crecimiento en los canales de comer y beber, tiendas de conveniencia, supermercados y entretenimiento, principalmente en los envases de 600ml, 1L y 250ml no retornables. Estas presentaciones representan más del 75% del crecimiento.
- La categoría de no carbonatados tuvo el mayor crecimiento durante el 1T22, principalmente por crecimientos en Powerade de 21% y Fuze Tea de 43%, resultado de un incremento en su cobertura en el canal tradicional e innovaciones en nuevos sabores y empaques como Powerade Fit y el Fuze Tea Manzana-Canela.
- En el 1T22, se realizó el lanzamiento de un nuevo empaque personal de 250ml en PET no retornable para refrescos con el eslogan “Amigos del Bolsillo”. Esta nueva presentación permite brindar asequibilidad, atraer nuevos consumidores y capturar una participación de mercado adicional en los canales tradicional y moderno.
- El canal comer y beber tuvo un crecimiento en el trimestre de 20.5%, capitalizando su recuperación como resultado de activaciones de nuevos clientes, promociones exclusivas, capacitaciones virtuales para los clientes y un programa de incentivos para la fuerza de ventas.
- Se continuó ampliando la expansión de las capacidades de la plataforma En AC Digital, acumulando más de 116 mil clientes activos, un incremento del 6% comparado con el trimestre anterior. A marzo 2022, el 13% del total de pedidos se realizaron a través de esta plataforma.
- La nueva fórmula de Coca-Cola Sin Azúcar continuó mostrando resultados positivos con crecimiento de 16.1% comparado con el 1T21 y una cobertura de 85.6%
- Bokados en México tuvo un crecimiento de doble-dígito en ventas y en EBITDA, resultado del incremento de precio y un continuo plan de ahorros. El canal moderno muestra el mayor crecimiento derivado de la implementación de estrategias de ahorro y un manejo óptimo de descuentos.

## 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**

	1T22	1T21	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>			
Colas	47.1	47.6	-1.0
Sabores	27.2	25.8	5.5
<b>Total Refrescos</b>	<b>74.4</b>	<b>73.4</b>	1.3
Agua*	11.5	12.3	-7.0
No Carbonatados**	15.5	14.7	5.6
<b>Volumen Total</b>	<b>101.3</b>	<b>100.4</b>	0.9
<b>Mezclas (%)</b>			
Familiar	68.0	69.3	-1.3
Personal	32.0	30.7	1.3
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>			
Ventas Netas***	17,429	15,161	15.0
EBITDA	2,316	2,000	15.8
Margen EBITDA	13.3%	13.2%	10 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

## RESULTADOS OPERATIVOS PARA ESTADOS UNIDOS

- Las ventas netas para la región de Estados Unidos incrementaron 15.0% alcanzando Ps. 17,429 millones durante el 1T22, principalmente por la estrategia de precio y empaque. El volumen de ventas aumentó 0.9% a 101.3 MCU, impulsado por el crecimiento en las categorías de no carbonatados y refrescos de sabores de 5.6% y 5.5%, respectivamente.
- El flujo operativo (EBITDA) en Estados Unidos alcanzó Ps. 2,316 millones en el primer trimestre del año, aumentando 15.8% y representando un margen EBITDA de 13.3%, una expansión de 10 puntos base comparado con el 1T21.
- El precio neto en el primer trimestre aumentó 13.6%, con un aumento de tasa real de 10.4% impulsada por el aumento de precios fuera de ciclo realizado el año pasado y un impacto positivo de la mezcla de 3.2%.
- El crecimiento del volumen de este trimestre fue impulsado principalmente por la recuperación del canal on-premise y tiendas grandes, que tuvieron un crecimiento de 13% y 1.1%, respectivamente. Este crecimiento se dio por una fuerte demanda e iniciativas de ejecución en el punto de venta que impulsaron el volumen hacia empaques con mayor rentabilidad.



- La categoría de refrescos tuvo un crecimiento de 1.3% en el 1T22 principalmente impulsada por el aumento de 5.5% de la categoría de sabores y la tendencia positiva de las marcas Sprite Zero y Fresca, que tuvieron crecimientos de doble dígito.
- Durante el primer trimestre, la mezcla de empaques personales incrementó 1.3% a medida que el canal on-premise continuó su recuperación y los consumidores comenzaron a reanudar las actividades anteriores a la pandemia.
- En el primer trimestre del año, se finalizó la primera fase de desarrollo de un pronóstico de demanda basado en el consumo, con el objetivo de aplicar capacidades de inteligencia artificial para mejorar las habilidades para pronosticar y satisfacer mejor la demanda.
- La estrategia de e-commerce continúa con una fuerte presencia a través de la plataforma de e-commerce myCoke. Al 1T22, hay más de 16,000 clientes activos en los canales de on-premise y tiendas de conveniencia, lo que representó un aumento de 50.7% contra el año anterior. Las ventas de myCoke representaron el 11.4% de las ventas de la operación.
- En el 1T22, se realizó el lanzamiento de la edición limitada de Coca-Cola Starlight, buscando atraer a nuevos consumidores jóvenes con innovación en empaque y nuevos sabores atractivos; se lanzó en empaques de 20oz y mini lata, y la cobertura en el canal de tiendas grandes alcanzó 72.8% mientras que en tiendas de conveniencia llegó a 73.8%.
- El negocio de botanas en Estados Unidos, Wise, registró crecimiento de doble-dígito en ventas impulsado por el incremento en precios y un desempeño positivo de volumen. Para compensar el incremento de las materias primas, se continuó con la implementación de planes de ahorro que incluyen la optimización de costos de flete y mejor manejo de descuentos y promociones. Se llevó a cabo también un proceso de racionalización de productos y optimización del portafolio de marcas.

## 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**

	1T22	1T21	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>			
Colas	67.3	59.6	12.9
Sabores	50.3	43.7	15.0
<b>Total Refrescos</b>	<b>117.5</b>	<b>103.3</b>	13.8
Agua*	20.2	17.9	12.9
No Carbonatados**	15.4	12.8	20.4
<b>Volumen sin Garrafón</b>	<b>153.1</b>	<b>134.0</b>	14.3
Garrafón	2.2	2.4	-7.7
<b>Volumen Total</b>	<b>155.3</b>	<b>136.4</b>	13.9
<b>Mezclas (%)</b>			
Retornable	30.5	31.8	-1.3
No Retornable	69.5	68.2	1.3
Familiar	69.8	72.2	-2.5
Personal	30.2	27.8	2.5
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>			
Ventas Netas	10,357	8,752	18.3
EBITDA	2,243	1,836	22.1
Margen EBITDA	21.7%	21.0%	70 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 SUDAMÉRICA

- La división Sudamérica presentó un incremento en ventas netas de 18.3%, a Ps. 10,357 millones en el 1T22. Este resultado se dio principalmente por el incremento de volumen en las tres operaciones y aumentos de precios principalmente en Perú y Argentina.
- El volumen total de ventas en Sudamérica registró 155.3 MCU, un aumento de 13.9% comparado con el 1T21, impulsado principalmente por un incremento de 20.4% en la categoría de no carbonatados y 13.8% en refrescos.
- En el 1T22, el EBITDA para Sudamérica incrementó 22.1% a Ps. 2,243 millones, reflejando un margen de 21.7%, una expansión de 70 puntos base contra el mismo periodo del 2021.





## Perú

- En el 1T22 el volumen de ventas creció 12.5%, como resultado de incrementos en las categorías de refrescos y no carbonatados de 14.8% y 9.9% respectivamente, impulsado por una estrategia integral comercial y de mercadotecnia.
- El precio tuvo un crecimiento de 5.7% en el primer trimestre del año como resultado de una combinación de tasa real de 4.0% derivado de los ajustes al precio realizados y un efecto positivo de la mezcla de 1.7%.
- La categoría de refrescos creció en el primer trimestre 14.8%, recuperándose principalmente en empaques personales. Este crecimiento fue resultado de lanzamientos de Inca Kola Power 410ml y Fanta Piña 50ml, a las promociones en empaques familiares en el canal moderno y la flexibilización de las restricciones de movilidad derivadas de la pandemia.
- Los empaques familiares en presentación retornable tuvieron el mejor desempeño, apoyados por una estrategia para ofrecer mayor asequibilidad al consumidor. La participación de valor creció 1.1 puntos porcentuales, logrando un 73.5%, el mejor resultado de los últimos 13 meses.
- Se continuó consolidando la transformación digital a través de la aplicación AC Digital, alcanzando los 65 mil clientes con pedido por mes. Adicionalmente, AC Móvil y Pedido Sugerido permite a nuestra fuerza de ventas gestionar más eficientemente los pedidos y evaluar su desempeño de forma automatizada.

## Ecuador

- En Ecuador, durante el 1T22, el volumen de ventas aumentó 4.4%, principalmente por crecimientos en las categorías de no carbonatados y agua personal de 24.6% y 9.3%, respectivamente.
- La categoría de no carbonatados registró el mayor incremento principalmente impulsada por el canal tradicional. Las categorías de isotónicos y té registraron los mayores crecimientos con 22.0% y 36.8%, respectivamente.
- La mezcla de empaques personales mostró un sólido desempeño con incremento de 3.2 puntos porcentuales, como resultado de la recuperación del canal on-premise y el despliegue de estrategias comerciales para aumentar el volumen de ventas en estos formatos.
- El crecimiento en volumen fue impulsado por los canales on-premise y tradicional con 14.4% y 2.7%, respectivamente. Estos resultados se deben a los nuevos modelos de servicio, así como como una gestión eficaz de reactivación de clientes.
- En el negocio de botanas Inalecsa, se registró un crecimiento en ventas de un dígito-alto y de doble-dígito en EBITDA, como resultado de un desempeño positivo en volumen y ajustes de precio realizados durante el trimestre. Se protegió la rentabilidad a través de un plan de optimización de gastos que compensó el incremento de precios en las materias primas.
- Tonicorp tuvo un crecimiento en ventas de un dígito-alto en el primer trimestre del año como resultado de una mejora en el volumen y una estrategia de enfoque en productos de alto valor agregado. Se incrementó la participación de mercado principalmente en la categoría de leche de sabor.

## Argentina



- En el 1T22, el volumen de ventas aumentó 27.7%, resultado de crecimientos en todas las categorías y canales donde destacan el canal on-premise y moderno con un incremento en volumen de 50.8% y 47.9%, respectivamente.
- La categoría de refrescos tuvo incremento de 25.3%, liderado por las marcas Coca-Cola, Fanta y Sprite que fueron impulsadas por la expansión estratégica de empaques asequibles en formato familiar presentaciones retornables y no retornables.
- Durante el trimestre se hicieron innovaciones en los sabores de Fanta “Pomelo” y “Manzana” en la categoría de refrescos, lo que permitió captar más clientes y volumen adicional contribuyendo al crecimiento de volumen de doble-dígito de la categoría.

## ASG

- En México, Arca Continental en alianza con Fundación Coca-Cola y World Wildlife Fund, firmó un convenio para desarrollar acuíferos sostenibles utilizando soluciones basadas en la naturaleza que permitan aumentar la disponibilidad del agua en el estado de Chihuahua.
- En Estados Unidos, AC-CCSWB reforzó el compromiso de reducir el uso de resina en los empaques, convirtiéndose en la primera embotelladora en Norteamérica en aligerar la presentación de PET de 12 onzas de 22 a 14 gramos, mediante el uso de tecnología de punta que incorpora una capa protectora de vidrio en el interior de estas botellas.
- En Ecuador, se llevó a cabo la clausura del programa “Agua por el Futuro” en la comunidad Carmen de Jadán de Ecuador, donde se desarrollaron actividades para proteger 14 fuentes de agua y la restauración de 49 hectáreas.
- También en Ecuador, a través del Programa DAR, de reciclaje inclusivo, se realizó la capacitación de más de 2,000 personas en buenas prácticas de esta materia, habilitando cuatro nuevos centros de acopio en las ciudades de Quito y Guayaquil y realizando tres activaciones para recuperar residuos. Como resultado de este programa, se lograron recuperar más de 2,000 toneladas de residuos, de los cuales, 45% fue PET.
- En el 1T22, se inició la campaña “El Amor Multiplica”, un proyecto con el que se invita a todos los mexicanos a sumar esfuerzos para desarrollar iniciativas en cuatro ejes: impulso del talento femenino, bienestar de las comunidades, cuidado del agua y cultura del reciclaje. Con esta iniciativa se ha impulsado a más de 400 mil mujeres y emprendedoras con programas de desarrollo, generando más de 100 mil empleos directos.
- En Argentina, se donaron 20,000 litros de agua para los bomberos y voluntarios que participaron en la mitigación del incendio forestal que cubrió cerca de 10% de la superficie total de la provincia de Corrientes.

## EVENTOS RECIENTES

- El 31 de marzo de 2022, la calificadora Standard & Poor’s ratificó la calificación crediticia de AC y AC Bebidas en el nivel “mxAAA” con perspectiva estable, siendo la más alta calificación en escala nacional.
- El 1 de abril de 2022, Arca Continental anunció que en 2022 planea invertir más de Ps. 12,000 millones, los cuales estarán destinados a fortalecer e innovar las capacidades de producción, distribución y



ejecución, así como impulsar la digitalización y proyectos de sostenibilidad. Del monto total de inversión, aproximadamente 50% será destinado a iniciativas orientadas a fortalecer las operaciones en México, y el otro 50% a diferentes proyectos en Estados Unidos y Sudamérica.

- El 1 de abril de 2022, la Asamblea General de Accionistas de Arca Continental aprobó el pago de un dividendo en efectivo de \$3.18 por acción, en una sola exhibición a partir del 19 de abril de 2022 equivalente a un monto total de Ps. 5,610 millones, este dividendo representó un payout ratio de 46%.
- En la asamblea anual ordinaria de accionistas celebrada el 1 de abril de 2022, se aprobó la cancelación de 19,976,442 acciones, que representan 1.1% del total de acciones en circulación, mismas que fueron adquiridas a través del fondo de recompra de acciones.

## DATOS DE LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Arca Continental llevará a cabo una conferencia telefónica el 29 de abril de 2022 a las 09:00 am hora de México/Monterrey, 10:00 am hora de Nueva York. Para participar por medio del webcast favor de ingresar a [www.arcacontal.com](http://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 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](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.



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

### Estado Consolidado de Resultados

(millones de pesos Mexicanos)

	1T22	1T21	Variación	
			MM MXP	%
<b>Ventas Netas</b>	<b>46,065</b>	<b>40,475</b>	5,590	13.8
Costo de Ventas	25,456	22,068	3,389	15.4
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>20,608</b>	<b>18,407</b>	2,201	12.0
	44.7%	45.5%		
Gastos de Venta	12,275	10,997	1,278	11.6
Gastos de Administración	2,237	2,225	12	0.5
<b>Total de Gastos</b>	<b>14,512</b>	<b>13,222</b>	1,290	9.8
	31.5%	32.7%		
Gastos no recurrentes	14	164	-150	-91.7
<b>Utilidad de operación antes de otros ingresos</b>	<b>6,082</b>	<b>5,020</b>	1,062	21.1
Otros ingresos (Gastos) <sup>1,2</sup>	200	239	-39	-16.2
<b>Utilidad de operación</b>	<b>6,282</b>	<b>5,259</b>	1,023	19.5
	13.6%	13.0%		
Productos (Gastos) Financieros, Neto	-667	-720	54	-7.4
Utilidad (Pérdida) Cambiaria, Neta	-91	198	-289	-145.7
Resultado por posición monetaria	-163	-62	-102	
Costo Integral de Financiamiento	<b>-920</b>	<b>-583</b>	-337	57.8
Participación en utilidades netas de asociadas <sup>3</sup>	80	-13	93	-699.8
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>5,442</b>	<b>4,662</b>	779	16.7
Impuesto a la Utilidad	-1,638	-1,434	-204	14.2
Participación no controladora	-710	-643	-67	10.4
<b>Utilidad Neta</b>	<b>3,094</b>	<b>2,585</b>	509	19.7
	6.7%	6.4%		
Depreciación y amortización	2,232	2,258	-26	-1.2
<b>Flujo Operativo</b>	<b>8,527</b>	<b>7,681</b>	846	11.0
Flujo Operativo / Ventas Netas	18.5%	19.0%		

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)

	Marzo 31	Diciembre 31	Variación	
	2022	2021	MM MXP	%
<b>ACTIVO</b>				
Efectivo e inversiones temporales	34,981	32,117	2,864	8.9
Clientes y cuentas por cobrar	14,964	15,089	-125	-0.8
Inventarios	10,562	9,640	923	9.6
Pagos anticipados y mercancía en tránsito	881	586	295	50.4
<b>Suma de Activo Circulante</b>	<b>61,388</b>	<b>57,432</b>	3,957	6.9
Inversiones en acciones y otras	8,673	8,614	59	0.7
Inmuebles, planta y equipo	68,086	68,790	-704	-1.0
Activos por derecho de uso	1,106	1,083	23	2.1
Otros activos	121,038	122,108	-1,070	-0.9
<b>Suma de Activo Total</b>	<b>260,292</b>	<b>258,027</b>	2,265	0.9
<b>PASIVO</b>				
Créditos bancarios	8,953	7,547	1,406	18.6
Proveedores y cuentas por pagar	11,958	12,330	-372	-3.0
Pasivos por arrendamiento C.P.	401	407	-6	-1.4
Impuestos y PTU por pagar	19,393	18,593	800	4.3
<b>Pasivo de Corto Plazo</b>	<b>40,705</b>	<b>38,876</b>	1,829	4.7
Documentos por pagar de Largo plazo	41,281	43,527	-2,246	-5.2
Pasivos por arrendamiento L.P.	775	745	29	3.9
ISR diferido y otros	25,075	24,742	333	1.3
<b>Total de Pasivo</b>	<b>107,835</b>	<b>107,890</b>	-55	-0.1
<b>CAPITAL CONTABLE</b>				
Capital contable minoritario	30,197	29,760	437	1.5
Capital aportado	982	982	-0	0.0
Utilidades retenidas	118,183	107,113	11,071	10.3
Utilidad o (pérdida) neta	3,094	12,282	-9,188	-74.8
<b>Suma de Capital Contable</b>	<b>152,456</b>	<b>150,137</b>	2,319	1.5
<b>Suma de Pasivo y Capital</b>	<b>260,292</b>	<b>258,027</b>	2,265	0.9



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

### Estado de Flujo de Efectivo

**(millones de pesos Mexicanos)**

	al 31 de Marzo	
	2022	2021
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>5,442</b>	<b>4,662</b>
Depreciación y Amortización	2,232	2,258
Fluctuación cambiaria / Resultado por posición monetaria	254	-137
Intereses Devengados (Neto)	667	720
Utilidad en venta y deterioro de activo fijo	46	148
<b>Flujo generado antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>8,639</b>	<b>7,652</b>
Flujo generado /utilizado en la operación	-1,703	-1,663
<b>Flujo neto de efectivo de actividades de operación</b>	<b>6,936</b>	<b>5,989</b>
Actividades de inversión:		
Inversión en activos Fijos (Neta)	-1,417	-2,114
Actividades de financiamiento:		
Recompra de acciones (Neto)	-428	194
Pago pasivo Bancarios	-363	4,346
Intereses pagados	-952	-934
Otros	-154	-143
<b>Flujo neto de efectivo</b>	<b>-1,897</b>	<b>3,463</b>
Incremento neto de efectivo y equivalentes	3,623	7,338
Diferencia en cambios en el efectivo	-759	756
<b>Saldo inicial efectivo y equivalentes</b>	<b>32,117</b>	<b>27,336</b>
<b>Saldo final efectivo y equivalentes</b>	<b>34,981</b>	<b>35,430</b>



## Información Financiera Adicional

### Información por segmentos 1T22

	Segmentos de Bebidas					Otros	Eliminaciones	Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*		
<b>Volumen por Segmento</b>	<b>284.9</b>	<b>101.3</b>	<b>81.5</b>	<b>38.7</b>	<b>35.1</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>541.6</b>
<b>Ingresos del Segmento</b>	<b>17,304</b>	<b>16,249</b>	<b>4,430</b>	<b>2,607</b>	<b>2,911</b>	<b>2,963</b>	<b>-399</b>	<b>46,065</b>
<i>Ingresos Intersegmentos</i>	<i>-236</i>	<i>0</i>	<i>-23</i>	<i>0</i>	<i>-1</i>	<i>-138</i>	<i>399</i>	<i>0</i>
<b>Ingresos netos de transacciones inter-segmentos</b>	<b>17,068</b>	<b>16,249</b>	<b>4,407</b>	<b>2,607</b>	<b>2,909</b>	<b>2,825</b>	<b>0</b>	<b>46,065</b>
<i>Utilidad de operación</i>	<i>3,138</i>	<i>1,758</i>	<i>836</i>	<i>384</i>	<i>246</i>	<i>-80</i>	<i>0</i>	<i>6,282</i>
<b>Flujo Operativo</b>	<b>3,886</b>	<b>2,354</b>	<b>1,124</b>	<b>550</b>	<b>503</b>	<b>110</b>	<b>0</b>	<b>8,527</b>
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	22.8%	14.5%	25.5%	21.1%	17.3%	3.9%	0.0%	18.5%
<i>Gastos No recurrentes</i>	<i>0</i>	<i>3</i>	<i>6</i>	<i>0</i>	<i>3</i>	<i>3</i>	<i>0</i>	<i>14</i>
<i>Depreciación y amortización</i>	<i>748</i>	<i>594</i>	<i>282</i>	<i>165</i>	<i>255</i>	<i>187</i>	<i>0</i>	<i>2,232</i>
<i>Ingresos Financieros</i>	<i>485</i>	<i>7</i>	<i>-147</i>	<i>-21</i>	<i>13</i>	<i>39</i>	<i>0</i>	<i>376</i>
<i>Gastos Financieros</i>	<i>1,189</i>	<i>177</i>	<i>-195</i>	<i>46</i>	<i>32</i>	<i>46</i>	<i>0</i>	<i>1,296</i>
<i>Participación en Utilidades Netas de Asociadas</i>	<i>80</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>80</i>
<i>Utilidad antes de Impuestos</i>	<i>2,553</i>	<i>1,547</i>	<i>884</i>	<i>318</i>	<i>227</i>	<i>-88</i>	<i>0</i>	<i>5,442</i>
<b>Activos Netos Totales</b>	<b>77,750</b>	<b>106,544</b>	<b>40,971</b>	<b>10,923</b>	<b>21,289</b>	<b>12,844</b>	<b>-10,030</b>	<b>260,292</b>
<i>Inversión en Asociadas</i>	<i>7,605</i>	<i>629</i>	<i>0</i>	<i>438</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>8,673</i>
<i>Pasivos Totales</i>	<i>47,687</i>	<i>40,849</i>	<i>13,843</i>	<i>1,726</i>	<i>5,637</i>	<i>3,982</i>	<i>-5,889</i>	<i>107,835</i>
<i>Inversiones en el periodo de activos fijos</i>	<i>1,068</i>	<i>158</i>	<i>148</i>	<i>93</i>	<i>38</i>	<i>89</i>	<i>0</i>	<i>1,594</i>

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

### Información por segmentos 1T21

	Segmentos de Bebidas					Otros	Eliminaciones	Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*		
<b>Volumen por Segmento</b>	<b>277.3</b>	<b>100.4</b>	<b>72.4</b>	<b>30.3</b>	<b>33.6</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>514.1</b>
<b>Ingresos del Segmento</b>	<b>15,705</b>	<b>14,174</b>	<b>4,031</b>	<b>1,645</b>	<b>2,775</b>	<b>2,502</b>	<b>-359</b>	<b>40,475</b>
<i>Ingresos Intersegmentos</i>	<i>-222</i>	<i>0</i>	<i>-25</i>	<i>0</i>	<i>-2</i>	<i>-110</i>	<i>359</i>	<i>0</i>
<b>Ingresos netos de transacciones inter-se</b>	<b>15,484</b>	<b>14,174</b>	<b>4,006</b>	<b>1,645</b>	<b>2,774</b>	<b>2,392</b>	<b>0</b>	<b>40,475</b>
<i>Utilidad de operación</i>	<i>3,001</i>	<i>1,339</i>	<i>675</i>	<i>159</i>	<i>241</i>	<i>-158</i>	<i>0</i>	<i>5,259</i>
<b>Flujo Operativo</b>	<b>3,798</b>	<b>2,041</b>	<b>983</b>	<b>297</b>	<b>512</b>	<b>49</b>	<b>0</b>	<b>7,681</b>
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	24.5%	14.4%	24.5%	18.1%	18.5%	2.1%	0.0%	19.0%
<i>Gastos No recurrentes</i>	<i>54</i>	<i>84</i>	<i>1</i>	<i>5</i>	<i>19</i>	<i>2</i>	<i>0</i>	<i>164</i>
<i>Depreciación y amortización</i>	<i>743</i>	<i>618</i>	<i>307</i>	<i>134</i>	<i>252</i>	<i>205</i>	<i>0</i>	<i>2,258</i>
<i>Ingresos Financieros</i>	<i>672</i>	<i>7</i>	<i>430</i>	<i>-5</i>	<i>20</i>	<i>14</i>	<i>0</i>	<i>1,138</i>
<i>Gastos Financieros</i>	<i>868</i>	<i>175</i>	<i>589</i>	<i>31</i>	<i>38</i>	<i>20</i>	<i>0</i>	<i>1,721</i>
<i>Participación en Utilidades Netas de Asocia</i>	<i>-13</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>-13</i>
<i>Utilidad antes de Impuestos</i>	<i>2,792</i>	<i>1,171</i>	<i>517</i>	<i>123</i>	<i>223</i>	<i>-163</i>	<i>0</i>	<i>4,662</i>
<b>Activos Netos Totales</b>	<b>78,952</b>	<b>106,837</b>	<b>41,091</b>	<b>8,442</b>	<b>23,253</b>	<b>12,270</b>	<b>-11,719</b>	<b>259,126</b>
<i>Inversión en Asociadas</i>	<i>7,358</i>	<i>614</i>	<i>0</i>	<i>360</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>8,331</i>
<i>Pasivos Totales</i>	<i>51,790</i>	<i>38,131</i>	<i>14,088</i>	<i>1,215</i>	<i>5,892</i>	<i>2,980</i>	<i>-8,025</i>	<i>106,071</i>
<i>Inversiones en el periodo de activos fijos</i>	<i>526</i>	<i>116</i>	<i>120</i>	<i>70</i>	<i>83</i>	<i>52</i>	<i>0</i>	<i>967</i>

\*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	7,123	5,893	5,281	4,223	2,538	6,328	3,000	7,924		7,924	50,234
% del total	14.2%	11.7%	10.5%	8.4%	5.1%	12.6%	6.0%	15.8%		15.8%	100.0%

Calificación Crediticia	Local	Global	Perspectiva
Fitch	AAA(mex)	A	Stable
Moody's	Aaa.mx	A2	Negative
S&P	mxAAA	-	Stable

### Tipo de cambio promedio

	1T22	1T21	YoY
MXN	20.50	20.46	0.2%
PEN	5.38	5.59	-3.7%
ARS	0.19	0.23	-17.0%

### Tipo de cambio fin del periodo

	1Q22	4Q21	1Q21
MXN	19.86	20.52	20.60
PEN	5.38	5.15	5.48
ARS	0.18	0.20	0.22

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>

