



ARCACONTINENTAL



A LA ALTURA DEL RETO

Resumen Ejecutivo del Reporte Anual Integrado 2020

→ Perfil de la empresa

[102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 202-10]

Arca Continental S.A.B. de C.V. 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, y Wise y Deep River en los Estados Unidos de América. Las oficinas corporativas de la organización se encuentran en la ciudad de Monterrey, en el estado de Nuevo León, México.

Con una destacada trayectoria de más de 95 años, Arca Continental es el segundo embotellador de Coca-Cola más grande de América Latina 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".



ESTADOS UNIDOS

8,757 COLABORADORES
8 CENTROS DE PRODUCCIÓN
61 CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

MÉXICO

36,679 COLABORADORES
23 CENTROS DE PRODUCCIÓN
158 CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

ECUADOR

9,394 COLABORADORES
6 CENTROS DE PRODUCCIÓN
69 CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

PERÚ

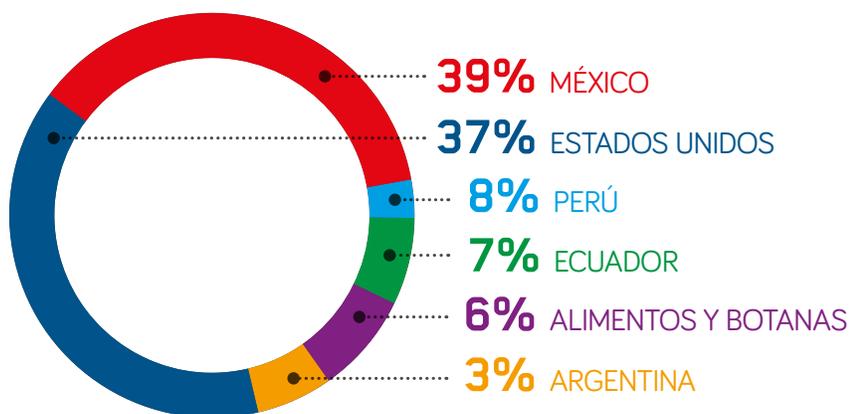
5,016 COLABORADORES
6 CENTROS DE PRODUCCIÓN
67 CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

ARGENTINA

2,349 COLABORADORES
3 CENTROS DE PRODUCCIÓN
24 CENTROS DE DISTRIBUCIÓN



→ Ventas por país



→ **VOLUMEN:**
2,155 MILLONES
DE CAJAS UNIDAD

→ **INGRESOS TOTALES:**
171,586
MILLONES DE PESOS

[102-7, 201-1]

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO	MILLONES DE PESOS	MILLONES DE DÓLARES
Ingresos Totales	171,586	7,948
Productos Financieros	6,501	301
Ventas de Activos	377	17
TOTAL	178,464	8,266

[102-7, 201-3]

VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	MILLONES DE PESOS	MILLONES DE DÓLARES
Costo de Ventas	94,881	4,395
Gastos Operativos, incluye Salarios y Beneficios sociales	54,447	2,522
Impuestos	5,427	251
Dividendos	8,680	402
Intereses	9,977	462
Inversión en la Comunidad	136	7
TOTAL	173,548	8,038

*Tipo de cambio promedio del 2020 de 21.59 pesos

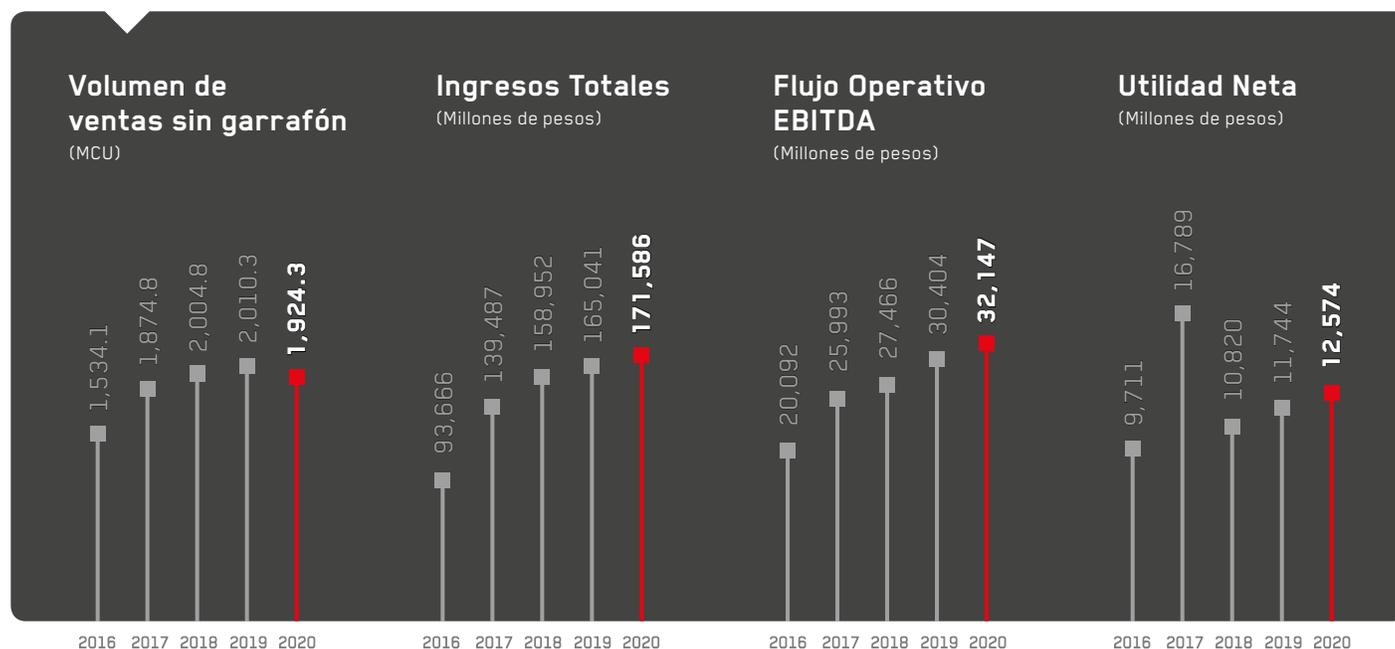
Datos Financieros Relevantes

Cifras en millones de pesos, excepto volumen y datos por acción.

[102-7, 201-11]

	2020	2019	CAMBIO %
Volumen Total de Ventas (MCU: Millones de Cajas Unidad)	2,154.8	2,240.2	-3.8
Ingresos Totales	171,586	165,041	4.0
Margen Bruto	45.3%	44.9%	0.9
Utilidad de Operación	21,472	20,200	6.3
Margen de Operación	12.5%	12.2%	2.2
Flujo Operativo (EBITDA)⁽¹⁾	32,147	30,404	5.7
Margen Flujo Operativo (EBITDA)	18.7%	18.4%	1.7
Utilidad Neta	12,574	11,744	7.1
Activos Totales	245,974	238,447	3.2
Efectivo	27,336	22,051	24.0
Deuda Total	50,577	53,261	-5.0
Capital Contable Mayoritario	116,854	112,896	3.5
Inversión en Activos Fijos	6,723	11,568	-41.9
DATOS POR ACCIÓN			
Utilidad Neta por Acción	5.82	5.43	
Valor en Libros	66.23	63.99	
Dividendos Pagados	4.92	2.30	
Acciones promedio en circulación (miles)	1,764,283	1,764,283	

⁽¹⁾ Utilidad de Operación más gasto por depreciación y amortización y gastos no recurrentes.



Desarrollo Sostenible

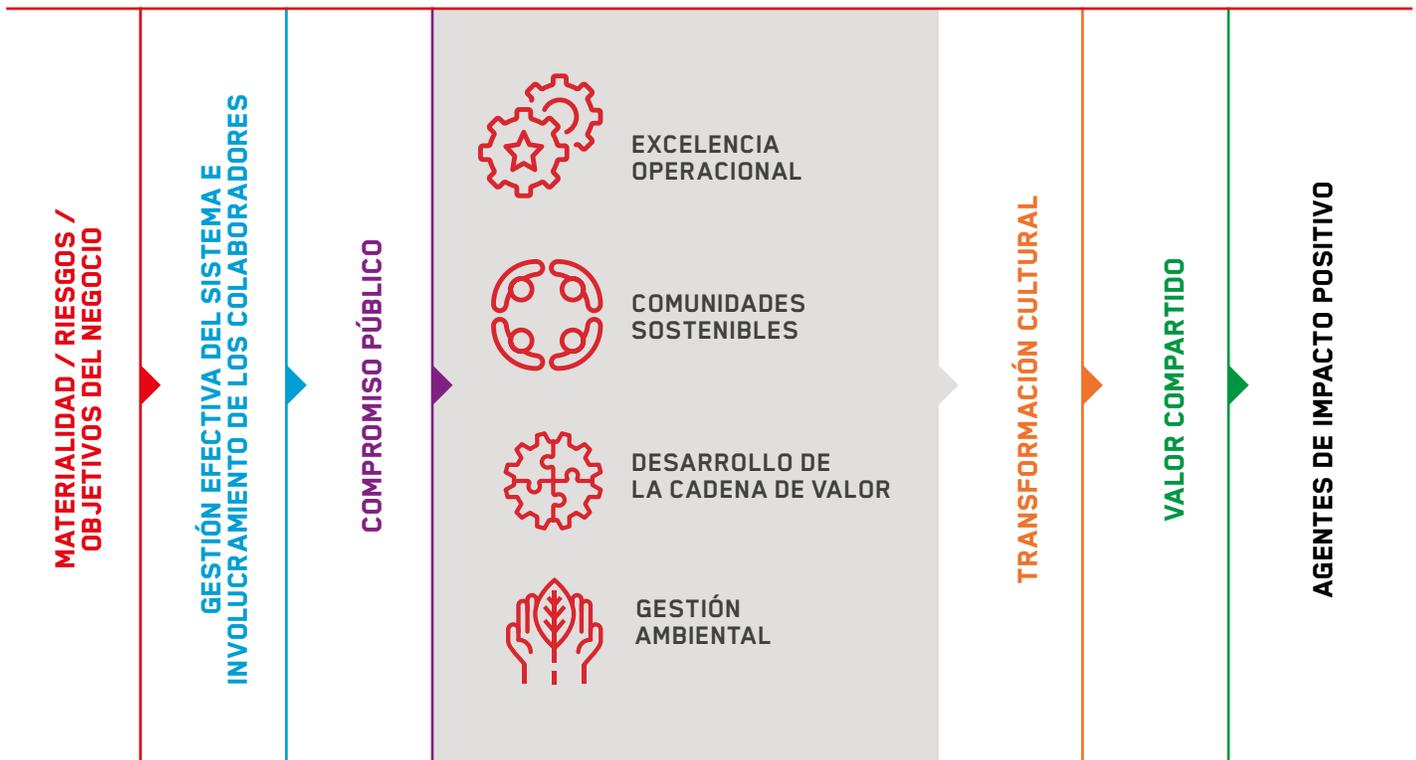


En Arca Continental entendemos que crear valor para todos nuestros grupos de interés, es la base para lograr un crecimiento sostenido y sentar las bases para un futuro de prosperidad compartida. Los fundadores de las diferentes empresas que conformaron lo que hoy es Arca Continental, establecieron un sólido compromiso social y ambiental en cada una de ellas. Esta visión ha evolucionado y progresado en los últimos años, fortaleciendo cada vez más la integración de la sostenibilidad en la estrategia del negocio. Nos esforzamos para que todas las personas que tengan alguna relación con la organización, ya sean

colaboradores, proveedores, clientes, comunidades vecinas o beneficiados de algunos de nuestros programas, se comprometan como agentes de impacto positivo y podamos, juntos, estar a la altura del reto que representa la nueva realidad que vivimos en la construcción de un mejor futuro.

La integración de la sostenibilidad a la estrategia de negocio busca generar valor compartido a través de iniciativas organizadas en cuatro pilares: Excelencia Operacional, Comunidades Sostenibles, Desarrollo de la Cadena de Valor y Gestión Ambiental, como se muestra en el siguiente diagrama.

COMPORTAMIENTO ÉTICO, TRANSPARENCIA Y SÓLIDO GOBIERNO CORPORATIVO



ALIANZAS Y ASOCIACIONES

Nuestras acciones de sostenibilidad están totalmente alineadas a los objetivos del negocio, con lo que buscamos que Arca Continental sea una empresa rentable, permanente, amigable con el medio ambiente y que se desarrolle en armonía con la sociedad que nos rodea.

CULTURA ORGANIZACIONAL

→ VISIÓN

Ser líderes en todas las ocasiones de consumo de bebidas y alimentos en los mercados donde participamos, de forma rentable y sostenible.

→ MISIÓN

Generar el máximo valor para nuestros clientes, colaboradores, comunidades y accionistas; satisfaciendo en todo momento y con excelencia las expectativas de nuestros consumidores.

→ PRINCIPIOS CULTURALES

En 2019 definimos y comunicamos los principios culturales de la organización, los cuales actúan como pilares que sostienen nuestras metas, asegurando que siempre seamos fieles a nuestra esencia como empresa socialmente responsable.

Cada compañía tiene su propia interpretación de lo que es cultura organizacional. Para Arca Continental es un conjunto de valores y principios que rigen nuestro ambiente laboral y la forma en la que trabajamos para lograr nuestros objetivos. Estos principios determinan cómo interactuamos, a qué le damos importancia, cómo tomamos decisiones, cómo reaccionamos ante el cambio y cuáles son los comportamientos que consideramos aceptables o inaceptables. En suma, representan la personalidad de nuestra compañía y los conceptos fundamentales que nos unen.

→ NUESTROS VALORES

- Orientación al Cliente y vocación de servicio
- Integridad sustentada en respeto y justicia
- Desarrollo integral del capital humano
- Sostenibilidad y Responsabilidad Social



Mensaje del Presidente del Consejo y del Director General

[102-10,102-14, 102-15]

A NUESTROS ACCIONISTAS:

En uno de los años más desafiantes en la historia de Arca Continental, el equipo de trabajo de la empresa se comportó a la altura del reto que representó ejecutar un plan global enfocado en el cuidado de la salud de sus más de 62 mil colaboradores y de sus familias, apoyando al mismo tiempo a la comunidad a enfrentar la inesperada pandemia; asegurar la continuidad de la operación y la permanencia de nuestros clientes ante las severas restricciones a la movilidad y la consecuente disminución de la actividad económica en los países que servimos; y al mismo tiempo, avanzar en las diferentes estrategias de negocio definidas en nuestra visión de largo plazo, como las relativas a la digitalización, diversificación y sostenibilidad.

Gracias a las capacidades de ejecución comercial, disciplina administrativa, orientación al cliente y al resultado, desarrolladas a lo largo de los años y tras superar diferentes retos, así como al compromiso y profesionalismo que caracterizan la cultura organizacional de nuestro capital humano, fuimos capaces de reinventarnos para adaptarnos a una nueva normalidad, acelerar proyectos de innovación y flexibilizar nuestras formas de trabajo para alcanzar resultados consolidados superiores a lo esperado y logros específicos en los diferentes mercados y aspectos de negocio.

→ **100%**

de la energía utilizada para operar la nueva planta de bebidas en Houston proviene de fuentes renovables.

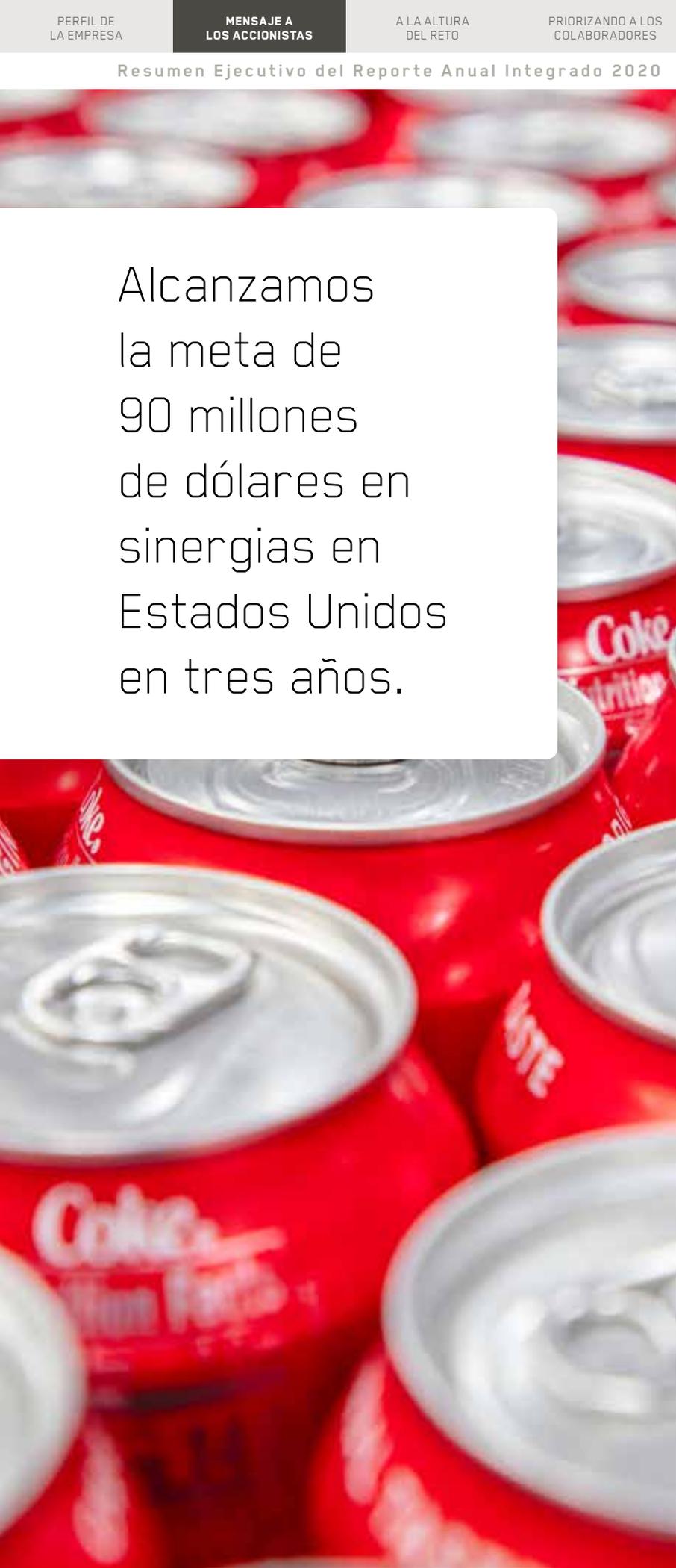


C.P. JORGE HUMBERTO SANTOS REYNA
Presidente del Consejo de Administración

LIC. ARTURO GUTIÉRREZ HERNÁNDEZ
Director General

En este contexto complejo y desafiante, alcanzamos los 90 millones de dólares de nuestro plan de sinergias en Estado Unidos, impulsados por la nueva planta de bebidas en Houston, Texas, que inició sus operaciones en marzo de 2020. Esta planta nos representará casi 30 millones de dólares en ahorros anuales, y eficiencias en indicadores ambientales, ya que opera con energía 100% proveniente de fuentes renovables, así como mejoras en seguridad y atención al mercado.

Continuando la evolución e internacionalización de la marca Topo Chico, en 2020 fue el vehículo con el que The Coca-Cola Company incursionó en la categoría de bebidas alcohólicas con Topo Chico Hard Seltzer en Latinoamérica, siendo Arca Continental pioneros a nivel mundial en su distribución y comercialización.



Alcanzamos la meta de 90 millones de dólares en sinergias en Estados Unidos en tres años.

Implementamos un nuevo etiquetado frontal de alimentos y bebidas en nuestros productos en México, reiterando el compromiso de la organización con la transparencia y con la salud del consumidor, así como con el cumplimiento irrestricto de las regulaciones en cada nación que atendemos, mientras continuamos avanzando en adecuar nuestro portafolio de productos a las necesidades del consumidor, incorporando una mayor variedad de opciones bajas o sin calorías.

Desarrollamos y fortalecimos a Yompl, como plataforma para elevar la competitividad del cliente en el Canal Tradicional en América Latina alcanzando 8,700 clientes, adecuando su gestión a las necesidades de un mercado digitalizado, más exigente e interconectado, que sin embargo, agradece la cercanía, confianza y calidez de la tienda de barrio.

En materia de sostenibilidad, la determinación a ser un agente de cambio positivo en la comunidad nos permitió avances puntuales en los diferentes indicadores de huella hídrica y de carbono, así como de ética y gobierno corporativo, lo que se reflejó en un avance en las evaluaciones de Arca Continental en índices internacionales como el Dow Jones Sustainability Index y el FTSE4Good de la Bolsa de Valores de Londres, entre otros.

Como consecuencia del conjunto de estas y otras acciones, logramos en 2020 a nivel consolidado ventas récord por 169,314 millones de pesos, con un incremento de 4%, y un crecimiento en el flujo operativo de 5.7%, alcanzando los 32,147 millones de pesos.

Una correcta estrategia de precios enfocada a mantener tanto las fuentes de empleo, como la rentabilidad del negocio y la competitividad de nuestros productos en el punto de venta, aunada a un plan para optimizar el gasto operativo, nos permitió alcanzar un margen de 19%, una mejora de 30 puntos base en el margen del flujo operativo a nivel consolidado.

La Utilidad de Operación acumulada en el mismo periodo alcanzó 21,472 millones de pesos, que representa un Margen Operativo de 12.5%, mientras la Utilidad Neta Consolidada alcanzó los 12,573 millones de pesos, 7.1% más que en 2019.

Acumulado a 2020, los gastos de administración y venta alcanzaron los 54,448 millones de pesos, un aumento de solo 4.1% y un 32.2% respecto a las ventas, gracias a un programa de eficiencias que llevamos a cabo como parte de los esfuerzos para mitigar los efectos de la pandemia en nuestros resultados.

El plan de eficiencias a lo largo de la organización aportó 2,319 millones de pesos en ahorros, demostrando la flexibilidad de nuestras operaciones para alinear el gasto operativo al desempeño de los volúmenes y seguir ejecutando a pesar de las difíciles condiciones.

La inversión en activos fijos, en 2020, fue de 6,723 millones de pesos, 41.9% menos que el año pasado, en línea con los esfuerzos por proteger la liquidez de la compañía, sin poner en riesgo nuestras capacidades de producción, distribución y ejecución.

MÉXICO

En México, nuestras operaciones reportaron ventas por 70,174 millones de pesos, un 3.1% mayores que el año anterior, y un flujo operativo de 16,844 millones de pesos, 7.4% superior al 2019, a pesar de una ligera disminución en el volumen, consecuencia de las restricciones a la movilidad en los diferentes estados que atendemos.

No obstante, categorías como refrescos de cola, agua mineral, isotónicos y lácteos registraron resultados positivos en volumen, impulsados por la preferencia de los consumidores en combinación con el incremento en la cobertura y, en el caso de colas, la gran disponibilidad de presentaciones familiares y retornables en el canal tradicional.

Nuestro enfoque en fortalecer al canal tradicional a través de numerosas iniciativas comerciales y sociales demostró ser eficaz, al reportar un crecimiento de 5.1% en el canal.

En línea con lo anterior, los programas "Tienda Segura" y "Cocina abierta, Cocina local" lograron la reactivación de más del 90% de nuestra base de clientes, así como recibir más de 6,000 solicitudes de nuevos clientes.

También mejoramos nuestras capacidades en el canal directo al hogar a través de la digitalización del negocio, logramos cerrar el año con una base de más de 70,000 clientes nuevos, 1.5 veces más con respecto al 2019, y un aumento en las ventas del 23%.

Gracias a nuestros ajustes en la ejecución del punto de venta, apoyados con herramientas como pedido sugerido, logramos incrementos en la participación de valor en NARTD de 1.2 puntos porcentuales.



→ **7.1%**

de incremento
de Utilidad Neta
Consolidada en 2020.

→ **3.1%**

de aumento en
ventas de nuestras
operaciones en México.

→ **70 mil**

Clientes nuevos en modelo
Directo al Hogar



Nuestro enfoque en fortalecer al canal tradicional a través de numerosas iniciativas comerciales y sociales demostró ser eficaz, al reportar un crecimiento de 5.1% durante 2020.

ESTADOS UNIDOS

En Estados Unidos alcanzamos ingresos anuales por 66,380 millones de pesos, un incremento de 12.4%, así como un flujo operativo de 8,846 millones de pesos, un incremento del 20.3%.

Aun en un ambiente operativo retador fuimos capaces de expandir los márgenes de las operaciones en 80 puntos base, gracias a diferentes iniciativas para robustecer la arquitectura precio-empaque, combinadas con el disciplinado plan de ahorros en el gasto operativo y el seguimiento de las sinergias establecidas en 2017.

La expansión de las capacidades digitales ha sido un pilar clave durante el periodo de la pandemia para aumentar la lealtad y satisfacción de los clientes, implementando la primera aplicación móvil de myCoke.com, ofreciendo nuevas funcionalidades para una mejor experiencia del cliente e incrementando el número de clientes en 12.6% comparado con 2019.

Adicionalmente aceleramos nuestra ejecución en el canal eCommerce, a través de Amazon, Walmart, Boxed, Sams y GoPuff, con un incremento importante en las ventas con respeto al 2019.

Durante 2020, continuamos con lanzamientos innovadores en diferentes categorías, siendo los más relevantes: AHA agua saborizada gasificada; Coke Energy en 4 sabores, Powerade Ultra y Powerade Water.



→ **20.3%**

de incremento en el flujo operativo en Estados Unidos.

SUDAMÉRICA

Sudamérica sufrió las restricciones de movilidad más severas del continente, así como un entorno macroeconómico adverso, donde con nuevas iniciativas de ejecución en el mercado fuimos capaces de atender a nuestros clientes, mitigando así los efectos de la pandemia en la rentabilidad de la región.

Las Ventas Netas y el Flujo Operativo de la región alcanzaron los 32,760 millones de pesos y 6,458 millones de pesos respectivamente, cifras menores que en 2019, derivado de las fuertes caídas de volumen por las restricciones establecidas.

A pesar de la gran incertidumbre económica, Argentina fue la única operación de esta región que reportó un crecimiento de volumen de 1.4% en el año, gracias a la gran cobertura de producto

retornable, combinado con una estrategia de asequibilidad para los consumidores.

En Perú, también se desplegó la iniciativa de “Tienda Segura” en conjunto con distintas asociaciones para fomentar la reapertura, beneficiando a más de 21 mil clientes del canal tradicional.

También, derivado de las fuertes restricciones, se reasignaron rutas para iniciar la distribución en el canal Directo al Hogar, alcanzando más de tres mil clientes en Perú y nueve mil en Ecuador.

En la región se implementaron nuevos modelos de servicio digitales para seguir tomando órdenes sin realizar visitas, a través de la plataforma AC Digital, donde la base de clientes activos ya es mayor de 66 mil.



ALIMENTOS Y BOTANAS

Las estrategias de las diferentes operaciones de botanas, enfocadas en incrementar la cobertura de nuestras marcas, la apertura de nuevos centros de distribución, ampliar la oferta productos en portafolio y mejorar las capacidades de ejecución digital en el mercado, han ayudado a incrementar la rentabilidad.

Como parte de la estrategia de alianzas específicas que capitalicen el desarrollo de nuestro canal de distribución y ampliando nuestro portafolio, mientras seguimos expandiendo las capacidades de distribución en nuevos territorios, Bokados inició un programa piloto para distribuir los productos de la marca Kellogg's en el canal tradicional.

Inalecsa, en Ecuador, comenzó la comercialización de Tortolines a través de la plataforma Amazon en Estados Unidos en todas sus presentaciones, para alcanzar la cobertura en los 50 estados de ese país.

Wise continuó con innovación en el portafolio, lanzando productos bajo la marca de Bokados, y aprovechando las tendencias actuales de consumo en línea a través de Walmart y Amazon, entre otros, donde se logró un crecimiento de 78% durante el año en ese canal.

SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

En 2020, la estrategia de sostenibilidad y responsabilidad social se enfocó en la respuesta de la compañía ante la emergencia sanitaria por el COVID-19, tanto para atender las necesidades de los colaboradores como con las comunidades, en materia de salud, seguridad e higiene, y reactivación económica.

Gracias al esfuerzo de los colaboradores y el continuo diálogo y alineación con las autoridades y organizaciones de la sociedad civil, enfocamos el apoyo social por COVID-19 en el sistema de salud, la protección de grupos vulnerables, y el impulso a los pequeños comercios de nuestra cadena de valor, aportando 2.7 millones de litros de bebidas para hidratación, 50 mil despensas, 328 mil kits de higiene, 106 mil caretas, 60 mil cubrebocas y 22 mil litros de gel sanitizante, así como créditos, capacitación y apoyo material para miles de tiendas de abarrotes.

Lo anterior, sin perder foco en las iniciativas de largo plazo que nos permitieron seguir mejorando en los niveles de eficiencia en el uso de agua, al pasar de 1.607 litros de agua por litro de bebida a 1.548 al cierre de 2020, en términos consolidados, una mejora de 3.6%. En energía, pasamos de 0.265 Mega Joules por litro de bebida a 0.256, mientras llegamos a un 23.95% de resina reciclada en nuestros empaques.



En 2020, en respuesta a la emergencia sanitaria, enfocamos nuestro apoyo social en el apoyo del sistema de salud, la protección de grupos vulnerables y el impulso de los pequeños comercios de nuestra cadena de valor.

→ **8 mil**
colaboradores
en promedio
participaron en las
diferentes iniciativas
institucionales
en beneficio a la
comunidad.

Mejoramos de manera significativa nuestra posición en el Dow Jones Sustainability Index, que reconoce a las empresas con mejores resultados en su gestión ambiental, social y de gobierno corporativo. Asimismo, mejoramos la evaluación de diferentes índices bursátiles como el FTSE4Good de la Bolsa de Valores de Londres, MSCI Sustainability Index y el Índice Sostenible de la Bolsa Mexicana de Valores, entre otros.

Aunque las restricciones de movilidad y agrupación nos impidieron llevar a cabo los tradicionales eventos de voluntariado de manera presencial, logramos la participación de 8 mil colaboradores en promedio en las diferentes iniciativas institucionales de beneficio a la comunidad, a través de donativos, con los que fue posible beneficiar a más de 17 mil personas en los países que servimos.

A LA ALTURA DEL RETO

El compromiso y determinación para liderar el cambio y superar desafíos de nuestro equipo de trabajo, nos permitió emerger fortalecidos de un año sin precedentes, listos para enfrentar nuevos retos en un 2021, principalmente por los efectos subsecuentes de la pandemia en la actividad económica.

Agradecemos al Consejo de Administración por su apoyo y guía en tiempos difíciles, con la visión clara de proteger al colaborador, apoyar a la comunidad y cuidar la inversión de los accionistas.

Va también nuestro reconocimiento a la Compañía Coca-Cola por su continua colaboración, así como a los colaboradores por su profesionalismo y talento, para adaptarse a situaciones cambiantes, cuidarse y cuidar a sus familias, clientes y consumidores.

Las metas logradas en 2020, los progresos alcanzados a pesar de las circunstancias y los positivos resultados registrados demuestran la voluntad de la organización por perseverar en la senda de innovación y la excelencia para seguir apoyando el desarrollo de una sociedad más justa y armoniosa.

2021 pondrá en el camino diferentes situaciones y oportunidades para probar este compromiso con lo mejor de nosotros mismos, por lo que reafirmamos nuestra determinación con la innovación, la inversión estratégica en el mercado, la digitalización del punto de venta y la sostenibilidad para construir, junto con clientes, proveedores, colaboradores, consumidores y la comunidad, un mundo mejor.



C.P. JORGE HUMBERTO
SANTOS REYNA
Presidente del Consejo de Administración

LIC. ARTURO
GUTIÉRREZ HERNÁNDEZ
Director General

A LA ALTURA DEL RETO

Priorizando a los colaboradores

Ante la emergencia de la pandemia, enfocamos los esfuerzos de la organización en la protección a la salud de los colaboradores, sin descuidar el desarrollo continuo de la visión de largo plazo de la empresa.



Mejorando los niveles de excelencia

La adecuación de los entornos de trabajo y atención al cliente para hacerlos más saludables y resilientes, se incorporó a la mejora continua de la ejecución comercial, producción con la máxima calidad y eficiencia, así como de impulso a la innovación como vehículo para alcanzar la excelencia en todos los aspectos de la operación.



Generando valor compartido

Gracias al profesionalismo y compromiso de los colaboradores, construimos un entorno seguro y saludable, impulsamos la continuidad económica de miles de pequeños comerciantes y proveedores en los mercados que atendemos, y avanzamos hacia nuestras metas de sostenibilidad, reiterando nuestra determinación a ser un agente de cambio positivo en la comunidad.



Priorizando a los colaboradores

Entendemos que el valor de nuestra organización está en las personas, tanto las que la componen, como las que se encuentran a nuestro alrededor. Por eso, en el marco de la emergencia sanitaria reforzamos el compromiso con la salud, seguridad y el desarrollo integral de nuestros colaboradores. Aprovechamos las herramientas a nuestra disposición para lograr operar de forma segura, al mismo tiempo que manteníamos los programas con visión de largo plazo que permiten el desarrollo de quienes forman parte de Arca Continental.



Proteger la salud e impulsar el desarrollo del capital humano

Implementamos acciones y medidas para ofrecer a los colaboradores un entorno de trabajo seguro y saludable, mientras continuamos impulsando su desarrollo a través de iniciativas de capacitación y crecimiento.

CUIDANDO A LOS COLABORADORES

+USD 6.5 millones invertidos en adecuación de centros de trabajo para prevenir contagios de COVID-19.

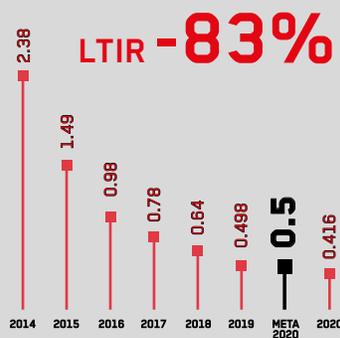
+50 mil pruebas COVID-19 aplicadas de manera aleatoria a colaboradores.



LOGROS EN SEGURIDAD

0.416

Tasa de Tiempo Perdido por Incidentes (LTIR, por sus siglas en inglés), lo que representa una reducción del 83% con respecto al 2013 (LTIR 2.38).



Desde el inicio de la pandemia, desplegamos planes que nos permitieron migrar a más de 3,500 colaboradores de las áreas de soporte, cuyas funciones lo permiten, a esquemas de trabajo remoto para proteger su salud. Posteriormente migramos operaciones de misión crítica, tales como el Centro de Contacto y Centro de Servicios compartidos.

PARTICIPACIÓN EN ENCUESTA DE CLIMA ORGANIZACIONAL

→ **97%**

de los colaboradores contestaron (56,745)

→ **+89.8%**

manifestó un alto grado de compromiso, + 1.2 vs 2019

Cuidando a nuestro Capital Humano

Arca Continental actuó de inmediato ante la emergencia de la pandemia mundial causada por el COVID-19.

La empresa priorizó sus esfuerzos en función de la salud y seguridad de los colaboradores, por lo que, luego de investigar y aprender con la mayor agilidad sobre mejores prácticas internacionales y protocolos, se implementaron medidas para prevenir el contagio en los centros de trabajo y actividades comerciales, así como atender síntomas y dar seguimiento a colaboradores con COVID-19 y sus familiares.

Protocolos fueron creados e instaurados de manera ágil, se readaptó la organización para que los colaboradores que no necesitaban estar físicamente en el centro de operación pudieran continuar su labor desde sus hogares y se dio prioridad a la inversión en equipo médico, de protección personal y sanitizante, así como la readecuación de espacios.

En esta sección presentamos algunas de las acciones más significativas de los países en el contexto de la pandemia por COVID-19.

MÉXICO

→ **+6.5 millones** 
de dólares invertidos en adecuación y mejora de nuestros centros de trabajo con foco a la prevención de contagios y atención de nuestros colaboradores y 38 médicos integrados al negocio.

- Equipamos los centros médicos de nuestras instalaciones con tanques de oxígeno, oxímetros, concentradores y equipos de protección personal, entre otros.
- El 100% de las 87 inspecciones recibidas por parte de la autoridad obtuvieron un cumplimiento satisfactorio..

→ **26 mil** 
pruebas realizadas

- **Monitoreo constante de la oxigenación de los colaboradores con más de mil oxímetros disponibles en los centros de trabajo.**
- Seguimiento personal a través de más de 70 mil llamadas telefónicas a colaboradores o familiares en cuarentena o en situación vulnerable.



ECUADOR

Se instalaron seis centros médicos temporales, adicionales a los 16 con los que ya contaba la operación en el país, especialmente equipados para la prevención y tratamiento de síntomas relacionados al COVID-19.

- Más de 30 médicos, enfermeras y brigadistas capacitados.

Más de 30 mil pruebas realizadas, entre aleatorias y bajo sospecha.

- Exámenes médicos periódicos y toma de temperatura y niveles de oxigenación rutinarios.
- Encuestas a los colaboradores al ingresar al sitio de trabajo para llevar un seguimiento puntual y prevenir contagios en nuestros centros de operación.

ECUADOR

- Desarrollamos e implementamos un programa preventivo ergonómico y psicosocial para el personal que labora desde su casa. Este programa cuenta con ocho módulos, donde se identifican factores de riesgo en la casa y se preparaba psicológicamente a los colaboradores para realizar sus actividades desde su hogar.
- Se reforzaron las pausas activas y ejercicios de calistenia en los centros de operación, con el fin de mejorar el estado físico y psicológico de los colaboradores.
- Reorientamos los programas de activación física y nutrición para los colaboradores que trabajaban desde sus hogares.
- Se destinó un equipo de 3 médicos para realizar Telemedicina con el cual se atendió a más de dos mil casos de colaboradores con alto riesgo de contagio y/o confirmados como portadores del virus.

PERÚ

- Se implementaron estrictos protocolos de ingreso a las instalaciones, toma de temperatura, adecuación de espacios de uso común, y se colocaron zonas de desinfección para uniformes, que se lavan y desinfectan a diario.
- Reforzamos la comunicación y educación a través de webinars, cápsulas de aprendizaje y folletos, entre otros medios, sobre la salud y seguridad asociados a la prevención de contagio para el 100% de los colaboradores.
- Realizamos simulacros de contagio y/o detección de casos positivos in situ para el entrenamiento del personal médico y brigadistas.
- En el traslado de personal, se amplió la cobertura y se implementaron protocolos de sanitización, equipo de protección personal y sana distancia.

ESTADOS UNIDOS

→ +15 protocolos



nuevos o adaptados para minimizar la posibilidad de contagio.

- Realizamos análisis para ajustar los centros de operación de CCSWB, favorecer el distanciamiento social y estandarizar los protocolos de limpieza y desinfección constante de las zonas de alto tráfico, así como de higiene y protección personal.
- Se implementó un nuevo procedimiento de limpieza profunda y sanitización.
- Se desarrollaron rutinas para dar seguimiento puntual a cada caso sospechoso o confirmado de COVID-19, y cuarentenas bajo cualquier síntoma o sospecha.
- Desarrollamos planes de contingencia para las operaciones considerando cinco diferentes escenarios por la severidad de la pandemia y/o restricciones gubernamentales.
- Desarrollamos auditorías específicas para COVID-19 con un equipo dedicado a la trazabilidad de casos.

APOYO A LA SALUD EMOCIONAL DE LOS COLABORADORES

Desde el inicio de la pandemia, pusimos énfasis en la salud emocional ante la situación que se vivía, implementando diversos medios de atención para brindar apoyo psicológico.

En todos los países donde operamos, desarrollamos alianzas con otras organizaciones y empresas para asesorar a los colaboradores y a sus familiares.

¡En Arca Continental te escuchamos y ofrecemos apoyo emocional!

La situación actual por la pandemia del COVID-19 ha generado en muchas personas ansiedad, estrés y depresión, entre otros, por lo que en el Centro de Contacto de Arca Continental, continuamos con el servicio confidencial de apoyo emocional con psicólogos profesionales para nuestros colaboradores y sus familias.



Llama a los nuevos números:
8000629700 y 8119321505
en un horario de 6:00 am a 10:00 pm
de lunes a domingo.





→ Gestión del Talento



A lo largo del 2020 adaptamos nuestros esquemas para impartir cursos de capacitación a más de 52,000 colaboradores con más de 616,102 horas hombre de entrenamientos.

Tenemos el firme objetivo de contar con el mejor talento en nuestra organización. Por eso trabajamos constantemente en capacitaciones que les permitan alcanzar su potencial y desarrollarse de la mejor manera posible.

Este año no fue la excepción, volcando los esfuerzos a digitalizar programas y sacar el mejor provecho de las herramientas tecnológicas a nuestro alcance, asumimos el reto, y fortalecimos el desarrollo de nuestros colaboradores, con miras en seguir avanzando aun bajo contextos adversos.

ESCUELA COMERCIAL

La Escuela Comercial es la suma de diferentes atributos que, en conjunto, sirven como catalizadores para alinear el desarrollo de los colaboradores con la estrategia del negocio. Se utiliza como un(a):

- **HERRAMIENTA** para conseguir los objetivos de ventas de la compañía, proporcionando conocimientos y desarrollando habilidades en los colaboradores a través de distintas metodologías y formatos de aprendizaje
- **MÉTODO** para el desarrollo del equipo de ventas en la organización, propiciando su formación y brindando pautas de actuación.
- Conjunto de **PROGRAMAS** destinados al desarrollo de habilidades comerciales en el equipo de ventas. La ruta crítica se traza en torno a las principales oportunidades e iniciativas comerciales.
- Proyecto que garantiza la preparación de la fuerza de ventas por medio de la alineación de

ESTRATEGIAS y tácticas comerciales, genera equipos de proyecto que estandarizan procesos y procedimientos.

- Equipo responsable de la implementación efectiva de los **PROCESOS** comerciales en el Área de Ventas.

Además de formar a los colaboradores, la Escuela Comercial es un medio para comunicar la estrategia comercial a toda la organización, facilitar la homologación de sistemas y procedimientos de trabajo, gestionar el conocimiento comercial e incrementar el nivel de sentido de pertenencia de los integrantes, entre otros.

La Escuela Comercial de Arca Continental permite facilitar la identificación y desarrollo de talentos, impactar a los clientes en los indicadores clave y rentabilizar las operaciones de Arca Continental e indirectamente la de los clientes.

Escuela Técnica

Arca Continental utiliza su Escuela Técnica como medio para comunicar e implementar estrategias de negocio. El objetivo es diseñar y administrar un plan de aprendizaje y desarrollo que atienda las habilidades administrativas y capacidades técnicas en el trabajo, dependiendo de la especialidad requerida.

Algunos de los beneficios que ofrece la escuela incluyen:

- Manejo de conocimiento.
- Desarrollo de capacidades específicas.
- Mejora de desempeño.
- Impacto en los indicadores del negocio.
- Apoyo a la implementación de la estrategia.

Para posiciones clave dentro de la empresa, se ofrece capacitación general en seguridad, calidad, medio ambiente y rentabilidad con base en 12 itinerarios y 24 e-learning de habilidades técnicas. Los colaboradores también reciben capacitación técnica relacionada a sus funciones, como puede ser trabajo de mantenimiento, manejo de residuos, procedimientos para trabajos eléctricos e integridad del producto, entre otros.



→ El modelo de aprendizaje se basa en la metodología "Learning by Doing" (Aprendiendo Haciendo) en la que el participante soluciona un caso de negocio. Para obtener el certificado de capacitación, se requiere su acreditación académica, así como su capacitación técnica.

PROGRAMA ACTUALIZÁNDONOS

A través de tres diferentes plataformas digitales de gran reconocimiento a nivel mundial, y a las que se inscribió Arca Continental, pusimos a disposición de nuestros colaboradores decenas de miles de cursos, videos, resúmenes de libros, entre otros, para que estos puedan continuar con su aprendizaje y desarrollo incluso trabajando desde sus hogares. Este tipo de plataformas, además de ser compatibles con nuestros sistemas de gestión del talento, aportan múltiples ventajas para los empleados, como el poder elegir temas más allá de sus labores, como el manejo del estrés o consejos para poder ser efectivo trabajando desde casa, o que puedan tomar los cursos en el horario y al ritmo que más les convenga, entre otros.

RESULTADOS DEL PROGRAMA:



+ 16 mil colaboradores

se registraron en estas plataformas, esto es casi 1 de cada 3 colaboradores de Arca Continental.

Se aprobaron exitosamente o fueron completados en su totalidad casi **10 mil cursos o contenidos** en el transcurso del 2020.

"Bienestar, coordinación y flexibilidad en casa y en el trabajo" o "Cómo hackear tu mente y recuperar el control sobre el estrés" fueron de los cursos más solicitados, con un claro componente de salud mental.

JOIN AC

Join AC es el nombre de nuestro programa de onboarding.

El nombre del programa es un acrónimo de "Joining, Orientation, and Integration of New associates at Arca Continental" Así mismo, la palabra en inglés "join" quiere decir ligar, juntar o conectar, y es justo lo que buscamos hacer con nuestros nuevos colaboradores, conectarlos con nuestra compañía.

El programa pretende garantizar que nuestros colaboradores tengan la misma experiencia al incorporarse a cualquiera de nuestros negocios. Lograr que nuestros nuevos colaboradores se sientan bienvenidos, parte del equipo desde el inicio, compartiendo nuestra cultura y estrategia de negocio con nuestros nuevos ingresos.

Los objetivos de este programa son reducir o eliminar la rotación temprana.

- **Generar sentido de pertenencia con nuestros nuevos colaboradores.**
- **Acelerar la productividad de los nuevos colaboradores.**
- **Que nuestros nuevos colaboradores y sus líderes tengan una experiencia positiva durante el proceso de onboarding.**



ESCUELA DE LIDERAZGO ARCA CONTINENTAL

AC Leaders Escuela de Liderazgo inició en 2019 con el fin de desarrollar a nuestros líderes a través de una plataforma común en alianza con Harvard Business Publishing.

En 2020 se contó con la participación de más de tres mil ejecutivos de los diferentes territorios de Arca Continental.



Executive Leadership Program

→ **48** participantes con el 100% de participación.

Essential Leadership Program

→ **3,058** participantes con el 84% de participación.



Mejorando los Niveles de Excelencia

Mientras realizamos acciones para proteger la salud de los colaboradores, clientes, profesionales de la salud y la comunidad, reforzamos nuestro compromiso con la excelencia, a través de la mejora continua en las operaciones para avanzar en el cumplimiento de nuestra visión y misión del negocio, alcanzando las metas que nos establecemos año con año.

Seguimos trabajando por innovar y mejorar los procesos, asegurando el cumplimiento de los más altos estándares de calidad en la industria.



Calidad, innovación y compromiso ambiental

La búsqueda continua por mejorar la calidad en el servicio a clientes y consumidores, invirtiendo en tecnología y desarrollando nuevos modelos de atención, impulsaron los resultados de la empresa, sin dejar de lado las metas ambientales de largo plazo que nos hemos fijado.



+100%

DEL AGUA UTILIZADA EN NUESTROS PROCESOS ES REPUESTA A LA NATURALEZA



REDUCCIÓN DE LA HUELLA CALÓRICA

- Durante los últimos cuatro años, las calorías en el portafolio de bebidas de Coca-Cola México se han reducido en más de un 25% al cambiar las fórmulas y reducir el contenido de azúcar añadido.
- En México, acordamos recientemente, a través de la Industria Mexicana de Bebidas (ANPRAC), reducir el contenido calórico del portafolio en un 20 % entre 2018 y 2024.

AC DIGITAL

+100 mil clientes registrados

en los cuatro países de Latinoamérica, ofreciendo alternativas de prospección, pedido, comunicación y soporte a nuestros clientes del Canal Tradicional.



ENVASES INNOVADORES

La Botella Universal retornable ya está en Argentina, Perú, Ecuador y durante 2020 se inició su implementación en México. Esto se suma a los esfuerzos en pro del ambiente que realiza la compañía en términos de retornabilidad.



BAJO LA MARCA TOPO CHICO REALIZAMOS EL LANZAMIENTO DE:

Topo Chico Twist ampliando nuestro portafolio de bebidas bajas o sin calorías.

Topo Chico Hard Seltzer, primera bebida alcohólica que manejamos en el Sistema Coca-Cola y en Arca Continental, siendo el primer embotellador en México en lanzar este producto.



Desempeño de productos

Impulsamos estrategias que nos permiten llevar sus productos favoritos al consumidor, trabajando de la mano de nuestros clientes. Atendemos los cambios en las dinámicas de consumo para ofrecer un portafolio que se adapte a estilos de vida saludables, lo que nos permite seguir posicionándonos como la opción preferida en el mercado.

MÉXICO

Powerade

+12.3% vs AA

Topo Chico

+10.1%
en volumen vs AA

ARGENTINA

13%
de mix Sin Azúcar



ECUADOR

Comenzamos con 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.



Crece el Negocio de Bebidas

En México, la mejora continua de las capacidades comerciales, la segmentación dinámica, los modelos de servicios especializados (RTM 4.0) y la capitalización de la información del mercado utilizando modelos de análisis de datos, en conjunto con un portafolio innovador, impulsaron el crecimiento de las diferentes categorías de bebidas en México.



→ Crecimiento de **1.2%** nivel portafolio total

→ **+5.7% en presentaciones familiares** debido a la asequibilidad y estrategias comerciales

→ Crecimiento de **8.6%** en ventas de lácteos



→ Se siguen dando pasos firmes en la estrategia de retornabilidad, en 2020 **se logró 33% en la mezcla de productos retornables**

Nuevos Lanzamientos

Como cada año, mantuvimos la atención a las dinámicas de los consumidores, escuchando sus necesidades e innovando en nuestros productos para complementar nuestro portafolio.

EN MÉXICO:

- **Implementamos una Botella Universal Retornable** en AC México, ampliando la retornabilidad de empaques familiares como Refrescos Frutales, Colas Light y Naranjadas.
- **100% Jugo** viene a complementar el portafolio de Jugos y néctares adaptando un esquema nutricional que atiende a las diferentes necesidades del consumidor.
- **Predator Energy**, una marca de bebidas energéticas asequibles que ha alcanzado una cobertura del 30% en el canal tradicional.



BOKADOS:

- **Prispas Embrujadas**
- **Topitos T**



Bajo la marca Topo Chico realizamos el lanzamiento de:

Topo Chico Twist ampliando nuestro portafolio de bebidas bajas o sin calorías.

Topo Chico Hard Seltzer, primera bebida alcohólica que manejamos en el Sistema Coca-Cola y en Arca Continental, siendo el primer embotellador en México en lanzar este producto.

EN ESTADOS UNIDOS:

Lanzamos el agua saborizada gasificada AHA, el mayor lanzamiento de una marca en Coca-Cola Norteamericana en la última década.

Ocho sabores diferentes, sin azúcar y baja en calorías

Digitalización

Fortalecimos nuestras capacidades digitales a través de aplicaciones y sistemas que facilitan la operación de nuestros colaboradores, clientes y consumidores en medio de la emergencia sanitaria.

Mantuvimos la hoja de ruta que caracteriza a Arca Continental como una empresa líder en el ámbito de la digitalización, buscando que las iniciativas trasciendan a la coyuntura, comprendiendo que muchos de los cambios actuales serán permanentes.

AC DIGITAL

→ **+100 mil** clientes registrados en los cuatro países de Latinoamérica, ofreciendo alternativas de prospección, pedido, comunicación y soporte en el Canal Tradicional.

Con el objetivo de tener un mejor seguimiento y gestión de las actividades a realizarse en el mercado, fortalecimos la implementación de la plataforma AC Móvil durante la contingencia sanitaria.

EN MÉXICO

→ **+80%**

de la fuerza de ventas que atiende autoservicios, farmacias y tiendas de conveniencia en el país la usa.

Presencia en

→ **+15**

ciudades del norte y centro del país.

EN PERÚ

Consolidamos el uso de la aplicación para recomendar a cada punto de venta el producto de mayor demanda (pedido sugerido), así como revisar sus principales indicadores de gestión.

Aceleramos nuestros procesos de digitalización, fortaleciendo las aplicaciones y plataformas que nos permiten mejorar la atención a clientes y consumidores.

AC DIGITAL:

- Levantamiento de pedidos
- Seguimiento a entregas
- Consulta de promociones
- Notificaciones y recepción de quejas y solicitudes.

REDISEÑO DE COCA-COLA EN TU HOGAR

- Expansión de dos a nueve ciudades con tiendas web
- Crecimiento de clientes registrados de 6 mil a 30 mil

EN ESTADOS UNIDOS

A través de myCoke y la función myCoke Wallet, en asociación con Coca-Cola North America, logramos aumentar la lealtad y satisfacción de los clientes mejorando la experiencia con el proceso de pedido sin contacto.

- Crecimiento de Comercio Electrónico en CCSWB de +10% ingresos

Con la consolidación del equipo de eCommerce Corporativo se logró duplicar los ingresos del segmento vs 2019.



Yomp!

Yomp! es una empresa de Arca Continental 100% mexicana con más de una década de trayectoria, dedicada al crecimiento, desarrollo y modernización de las tiendas del canal tradicional. Actualmente operamos en las ciudades de: Monterrey, Guadalajara, San Luis Potosí, Saltillo, Ciudad de México, Aguascalientes, Chihuahua, Hermosillo, Mexicali, Ciudad Juárez, Torreón, Durango, Obregón y Culiacán. El propósito principal de Yomp! es empoderar a los dueños de "tienditas de la esquina". Por esto, los acompañamos y apoyamos en su operación a comprar en escala, mejorar su oferta, aumentar su venta, y ser más eficientes y competitivos.

Algunos de los resultados más destacados de 2020 son:

- Disminuimos la renta de equipos con el objetivo de que nuestros clientes pudieran obtener mayor rentabilidad.
- Mejoramos la retención de clientes un 28%.
- En mayo de 2020, lanzamos Yomp! Mobile con el objetivo de tener en el mercado una plataforma gratuita para nuestros clientes.
- Para fortalecer la oferta de servicios de Yomp! Express abrimos dos centros de distribución en Monterrey y Guadalajara.

→ **8 mil**
Clientes atendidos

→ **+53%**
Crecieron los ingresos
de Yomp! Premium



Cuidado Ambiental

[302-3, 305-4]

MANTENEMOS NUESTRO COMPROMISO CON EL USO RESPONSABLE DEL AGUA Y LA PRESERVACIÓN DE LAS FUENTES, ASÍ COMO CON EL FORTALECIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA PARA EL ACCESO AL LÍQUIDO VITAL EN LAS COMUNIDADES DONDE OPERAMOS.

	ESTRATEGIAS DE BEBIDAS	META 2020	LOGROS 2020
REDUCIR LA HUELLA HÍDRICA	Mejora en la eficiencia del recurso hídrico	1.6 litros de agua por cada litro de bebida producida	1.548 litros de agua por cada litro de bebida producida
	Neutralización y conservación de las fuentes de agua	Reponer el 100% del agua utilizada en los países en los que operamos	100% del agua utilizada en los países en los que operamos fue repuesta
REDUCIR LA HUELLA DE CARBONO	Reducción de las emisiones de CO ₂ a la atmósfera	25.14 gr de CO ₂ por litro de bebida producida, reducción del 21.5% de la huella de carbono con respecto a 2010: 32.04 gr de CO ₂ por litro de bebida producida	23.5 gr de CO ₂ por litro de bebida producida
		Reducir en 11% la cantidad de energía (MJ) necesaria para producir un litro de bebida respecto al 2010: 0.273 MJ por litro de bebida producida	0.257 MJ por litro de bebida producida
	Uso de energía de fuentes renovables	Al menos el 30% del consumo eléctrico provenga de fuentes renovables	34% del consumo eléctrico proviene de fuentes renovables
REDUCIR LA HUELLA DE RESIDUOS	Incrementar el reciclaje de los residuos generados	Reciclar el 90% de los residuos generados en los Centros de Producción	90% de los residuos generados fueron reciclados
	Uso de materiales sostenibles	Maximizar el porcentaje de PET reciclado grado alimenticio, así como BioPET en nuestros envases	26.93% de utilización de PET reciclado grado alimenticio y BioPET en promedio

HUELLA DE CARBONO

- REDUCCIÓN DE LAS EMISIONES DE CO₂ A LA ATMÓSFERA
- USO DE ENERGÍA DE FUENTES RENOVABLES

HUELLA HÍDRICA

- MEJORAR LA EFICIENCIA EN EL USO DEL RECURSO HÍDRICO
- NEUTRALIZACIÓN Y CONSERVACIÓN DE LAS FUENTES DE AGUA

RESIDUOS

- REDUCIR LA GENERACIÓN DE RESIDUOS
- INCREMENTAR EL RECICLAJE DE LOS RESIDUOS GENERADOS

EMPAQUE

- USO DE MATERIALES SOSTENIBLES
- REDUCCIÓN DE MATERIALES



Generando Valor Compartido

[203-1, 203-2]

Cuidamos que nuestras acciones generen valor compartido para las personas que nos rodean. Conscientes de los retos globales, diseñamos estrategias que nos permitan aportar al bienestar integral de las comunidades en las que operamos. Al mismo tiempo impulsamos el desarrollo económico de las regiones en las que tenemos presencia a través de la consecución de resultados positivos, manteniendo nuestro liderazgo en materia social, ambiental y comercial.



Impulsamos la reactivación y apoyamos a la comunidad

El apoyo para la reactivación económica segura de los clientes del canal tradicional fue una línea de acción clara durante la pandemia, así como el apoyo a las comunidades, particularmente al sistema de salud y a grupos vulnerables.

COMUNIDADES SOSTENIBLES

+2.7 millones de litros de hidratación al sector salud y comunidades
+ 60,000 cubrebocas
+ 50,000 desparasas



6 mil

corredores completaron el Maratón Powerade Monterrey Digital 2020, el maratón con mayor número de corredores en el país.



FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR COMO RESPUESTA DE ARCA CONTINENTAL A COVID-19.

→ **+300 mil**
 Detallistas beneficiados.

→ **+200 mil**
 kits de limpieza entregados.

→ **+60 mil**
 pantallas protectoras.



PLAN SOS

Durante la pandemia se incrementó el desempleo, por lo que en Arca Continental brindamos asesoría a más de 13 mil detallistas para la comercialización de nuestros productos. Logrando la atención de los mismos en 24 horas. Brindamos todas las herramientas de atención rápida, asesoría sobre el manejo del negocio, así como algunos elementos para la comunicación del negocio.



+100 millones de pesos

fueron donados por Arca Continental para causas sociales a través de 119 fundaciones.



Apoyo a Clientes

PROTEGIMOS A LOS CLIENTES

Desarrollamos capacidades que nos permitieron seguir constituyéndonos como los mejores socios comerciales de los clientes, apoyándolos con infraestructura y capacitaciones para que pudieran seguir operando ante contextos complejos emanados de las restricciones de movilidad durante el 2020.

Nos mantuvimos cerca de los clientes, fortaleciendo nuestra relación, impulsando juntos la reactivación económica de los países donde operamos a través de nuevos esquemas para brindarles herramientas que les permitieran a ellos, y a los consumidores, tener mayor seguridad en sus interacciones.

- **Impulsamos una serie de iniciativas que permitieron a las tiendas de barrio operar bajo mejores condiciones, buscando prevenir contagios por COVID-19 al tiempo que se ponía en marcha la reactivación económica.**

Fortalecimiento de la Cadena de Valor como respuesta de Arca Continental a COVID-19.

→ **+300 mil**
Detallistas beneficiados.

→ **+200 mil**
kits de limpieza entregados.

→ **+60 mil**
pantallas protectoras.

EN MÉXICO

Programa “Tienda Abierta, Tienda Segura”, basado en 3 pilares:

1. **Cumplimiento de visitas de rutina semanales y llamadas telefónicas para apoyar a las tiendas abiertas e incentivar la reapertura de las cerradas.**
2. **Apoyo a minoristas con el servicio de administración, seguridad y entrega a domicilio de los productos, brindando ayudas visuales y de comunicación como pancartas, folletos informativos con consejos de prevención y un kit de limpieza con desinfectantes, máscaras y herramientas de limpieza.**
3. **Consumidor final con comunicación en el punto de venta.**



Durante el 2020, desarrollamos la plataforma mibodegaabierta.pe, una web gratuita donde miles de bodegueros peruanos encontraron herramientas para gestionar su negocio de una manera segura. Ahí pudieron descargar materiales directamente, como señalética, delimitación de espacios, información para armado de promociones y atención en entregas a domicilio.



EN ECUADOR

- **“Mi Tienda Segura”** se impulsó en conjunto con distintas asociaciones, buscando 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 abierto su establecimiento durante esta situación.
- Junto al Gobierno Nacional, local, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo y la Compañía Coca-Cola, implementamos un plan de reactivación económica integral en tiendas de barrio.

→ **+9,500**

plazas de trabajo generadas a nivel nacional, aportando al trabajo de más de 160 mil tiendas de barrio.

EN ESTADOS UNIDOS:

- Implementamos nuevos modelos en los canales de Autoservicios y Tiendas de Conveniencia con una propuesta de segmentación de clientes, nuevos estándares de productividad y roles de mercadeo. Continuaremos con la implementación en el resto de los territorios, llegando al 100% de CCSWB a finales de Q1 2021.

EN PERÚ

- **“Mi Bodega Abierta”** difundió mensajes que permitieran atender a los consumidores de manera segura. Adicionalmente, se implementaron nuevos modelos de servicio como rutas Directo al Hogar y la digitalización de cuatro mil clientes, a través de la plataforma AC Digital.
- Al igual que en Ecuador, a través de la Escuela de Negocios, consolidamos un modelo de Capacitación a Bodegueros y Restauranteros con el objetivo de preparar a nuestros principales socios comerciales para los retos de la nueva normalidad, bajo un enfoque tecnológico, administrativo y competitivo que les permita mantenerse vigentes en sus operaciones, capacitando cerca de 25 mil clientes entre ambas operaciones.
- Implementamos un modelo de Segmentación Value to Market (V2M) con un enfoque orientado al valor que nos permitirá identificar a los clientes de mayor potencial y mejorar tendencias de crecimiento bajo una perspectiva de su ciclo de vida.



→ **270 mil Clientes**

apoyados en las operaciones de Latinoamérica a través de los distintos programas de “Mi Tienda Abierta, Mi Tienda Segura” y su variante “Mi Cocina Abierta, Mi Cocina Segura”, con capacitaciones para que pudieran crear condiciones adecuadas para la operación de sus negocios de una manera responsable durante la contingencia sanitaria, permitiendo a los consumidores sentirse seguros en el entorno del negocio.



EN MÉXICO:

COMO PARTE DE LAS ACCIONES PARA APOYAR A NUESTROS CLIENTES DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA

- Aceleramos la adopción de pagos digitales en el Canal Directo al Hogar en México, logrando disminuir las transacciones en efectivo entre nuestros vendedores y consumidores, contribuyendo a mejores prácticas de salubridad, con tickets promedio más altos.
- Habilitamos una billetera electrónica en clientes Yomp! Express para facilitar el pago de abarrotes con tecnología sin contacto.

EN ARGENTINA

- A través del programa “Estemos Abiertos”, es un programa de apoyo a la re activación económica de almacenes y kioscos, que en Argentina representan el 90% de sus clientes en el país y que se vieron afectados por las restricciones de circulación y el confinamiento obligatorio. En 2020, se destinaron 770 millones de pesos argentinos para reactivar el canal de ventas tradicional. además, se creó una plataforma digital de capacitación dentro del programa “Potenciá Tu Negocio” destinada a clientes para la mejor administración de su negocio en pandemia.
- Fuimos el primer embotellador en lanzar la preventa telefónica y también los primeros en volver a venta presencial con estrictos protocolos de seguridad.

→ **25%**
de los pagos totales,
desplazando a los pagos
con tarjeta como principal
método de pago sin efectivo.



En Ecuador, Perú y Argentina buscamos ayudar a nuestros clientes habilitando microcréditos a través de terceros y desarrollando métodos de pago alternativos a través de tecnología QR.

COMUNIDADES SOSTENIBLES

Reafirmamos nuestro compromiso por constituirnos como actores de cambio positivo en todas las comunidades donde operamos, trabajando de la mano con sociedad y gobierno para entregar apoyos a quienes más lo necesitaban durante la emergencia sanitaria.

Establecimos una estrategia de apoyos basada en tres pilares: apoyo al sistema de salud, a las comunidades vulnerables y a la cadena de valor.

Además, mantuvimos nuestros esfuerzos por seguir colaborando con distintas organizaciones para fortalecer el tejido social e impulsar el desarrollo de la comunidad.

En México

→ **106 mil**

caretas entregadas a través de PetStar, y en conjunto con la Industria Mexicana de Coca-Cola para médicos de hospitales dedicados a la atención de pacientes con COVID-19.

APOYOS AL SECTOR SALUD:

Cientos de convenios
con Centros de Atención Médica.

+1.2 millones de litros
de hidratación donados.

Apoyos en traslados
de material médico.

+10 mil litros
de alcohol/gel.

+75 mil
artículos de protección personal.

Apoyos
para equipamiento e insumos de salas
COVID-19.



La empresa también participó, como parte de la Industria Mexicana de Coca-Cola, en la donación de ventiladores artificiales para el tratamiento del COVID-19 a la Fundación Mexicana para la Salud (FUNSALUD).

APOYOS A GRUPOS VULNERABLES:

+1.5 millones litros de hidratación a comunidades.

60 mil cubrebocas reusables.

+50 mil paquetes de despensas de alimentos.

40 mil kits de higiene y protección.

12 mil litros de gel sanitizante.



A través de nuestros empaques lanzamos agradecimientos a servidores que han estado en la primera línea de defensa contra el COVID-19.



EN ARGENTINA

Nos adherimos a los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres del programa Ganar-Ganar que implementa ONU Mujeres y la Organización Internacional del Trabajo y está financiado por la Unión Europea, enfocado en generar un mayor empoderamiento económico femenino a partir de acciones conjuntas con el sector privado. Este incluyó el trabajo para impulsar la equidad, tanto puertas adentro de la empresa como en las comunidades en las que estamos presentes.



EN MÉXICO

Realizamos campañas de comunicación en aproximadamente 10 mil máquinas vending acerca de los cuidados para prevenir contagios por COVID-19.

Proyectos comunitarios orientados al impacto social

PROGRAMA DE DONATIVOS

En Arca Continental contamos con una Política y Manual de Donativos que se aplica a todas nuestras operaciones. Nuestros donativos apoyan a organizaciones de la sociedad civil, personas innovadoras y líderes que desarrollen proyectos alineados a nuestros objetivos y valores. Tenemos claro que los cambios sociales permanentes y la reconstrucción del tejido social requieren tiempo para consolidarse, por lo que apoyamos proyectos a largo plazo. Buscamos que las iniciativas que apoyemos beneficien al mayor número de personas y comunidades posibles.



→ **+100**
millones de pesos

fueron donados por Arca Continental para causas sociales a través de 119 fundaciones.

NAVIDAD CON SENTIDO

Dentro de las celebraciones decembrinas que se llevan a cabo en Arca Continental, nuestros colaboradores donan juguetes nuevos, los cuales son entregados a niños de comunidades vulnerables cercanas a nuestros centros de trabajo.



PROGRAMA VOLUNTARIADO VOLAR

[413-1]

El Programa de Voluntariado de Arca Continental (VOLAR) tiene por objetivo que tanto empresa como colaboradores unan fuerzas a favor de la comunidad y del cuidado del medio ambiente.

Este programa institucional de Responsabilidad Social se lleva a cabo de manera transversal en todas nuestras operaciones de México, Ecuador, Perú, Argentina y Estados Unidos, cada uno con su respectivo Comité de Voluntariado que ejecuta las acciones del programa y distribuye los recursos disponibles. En 2020 contamos con un total de 28

Comités conformados por 296 colaboradores, mismos que participaron en el programa Navidad con Sentido; además brindaron apoyo a comunidades que fueron afectadas por la pandemia por COVID-19 y por desastres naturales, con donaciones en especie y/o económicas.

Dada la coyuntura emanada de la pandemia por COVID-19 la mayoría de las acciones relacionadas a nuestros programas institucionales Día Anual del Voluntariado y Día Anual de la Sostenibilidad fueron pospuestas, esperando su reactivación cuando la situación de salud lo permita.

→ **17mil**

personas beneficiadas con despensas, insumos médicos, y juguetes en comunidades vulnerables de México, Ecuador, Perú, Argentina y Estados Unidos.



DESARROLLO INTEGRAL DE LA MUJER

Uno de nuestros compromisos más firmes es el apoyo al desarrollo integral de la mujer. Nos sumamos a la Visión 2020 de la Compañía Coca-Cola con la meta de empoderar a cinco millones de mujeres a nivel global a través de diferentes programas de desarrollo.



ANSPAC

Al 2020, se cumplen más de 31 años de operaciones de la Asociación Nacional Pro-Superación Personal, A.C. (ANSPAC) de Arca Continental, con el objetivo de desarrollar a las esposas, madres e hijas de nuestros colaboradores por medio de cursos y talleres de formación moral y humana. Es una manera de contribuir al fortalecimiento de la familia y promover el desarrollo de habilidades que le permitan mejorar en su economía familiar.

En 2020, participaron 1,480 mujeres, divididas en 38 unidades en México y Ecuador, con la colaboración de un total de 220 instructoras que imparten los cursos y talleres.

Debido a la pandemia por COVID-19, este año trabajamos de manera virtual, teniendo la posibilidad de llegar a más familias, impulsando a las mujeres participantes a extender sus conocimientos para incorporarse a una era de tecnología. Todos los eventos presenciales fueron suspendidos, pero adicional al programa nos dimos a la tarea de contribuir con la sociedad elaborando 39 mil cubrebocas que fueron distribuidos para colaboradores y la comunidad en México. También repartimos 750 despensas de rescate básico y artículos de primera necesidad, favoreciendo a las comunidades cercanas a nuestras operaciones en México, proyecto que se seguirá desarrollando durante el 2021.

Asimismo, con el slogan **“Mi familia, mi fuerza”** se posicionó el mensaje de que contar con una familia fuerte y unida contribuye a que cada una de las personas que la integra pueda tener un sólido desarrollo en todos los ámbitos.

Consejo de Administración

→ JORGE HUMBERTO SANTOS REYNA (46) 1, C, P, E

Suplente: Samira Barragán Juárez de Santos

Presidente del Consejo de Administración desde 2019.

Es Presidente del Consejo de Gerentes de AC Bebidas. Es Director General de Grupo SanBarr y miembro del Consejo de Administración de Regional S.A.B. de C.V. Es Presidente del Consejo de Administración de Regio Engordas, S.A. de C.V. También es Vicepresidente del Consejo de Directores de la Cruz Roja Mexicana de Monterrey. Es miembro de la comisión ejecutiva del Consejo Nacional Agropecuario (CNA). Anteriormente fue Vicepresidente del Consejo de Administración de Arca Continental desde 2007 al 2019. Fue Presidente del Consejo de Administración de Arca Continental Sudamérica. Fue Presidente del Consejo Estatal Agropecuario de Nuevo León, A.C., fue Presidente de la Asociación de Engordadores de Ganado Bovino del Noreste A.C. Fue Tesorero de la Asociación Mexicana de Engordadores de Ganado Bovino; fue Presidente de la Unión Social de Empresarios de México en Monterrey, (USEM). Fue Consejero del Grupo Procor, CAINTRA Nuevo León y de Papas y Fritos Monterrey.

→ LUIS ARIZPE JIMÉNEZ (58) 1, P, E

Suplente: José Manuel Arizpe Narro

Miembro del Consejo de Administración desde 2003 y Vicepresidente desde 2008.

Actualmente, es miembro del Consejo de Administración y Presidente del Comité de Auditoría de Grupo Industrial Saltillo, S.A.B. de C.V., Presidente del Consejo de Administración de Saltillo Kapital, S.A. de C.V., Inversiones del Norte, S.A. de C.V., e Inmobiliaria BIRARMA, S.A. de C.V., Vicepresidente del Consejo de Administración del Tecnológico de Monterrey Campus Saltillo, Consejero del Consejo Cívico de Instituciones de Coahuila, Presidente del Comité del Diezmo de la Diócesis de Saltillo y Presidente de Federación Norte de COPARMEX, así como miembro del Consejo Consultivo de Grupo Financiero Banorte Zona Norte. Expresidente de COPARMEX Coahuila Sureste y Expresidente de Cruz Roja Mexicana Delegación Saltillo.

→ RODOLFO JOSÉ ARIZPE SADA (59) 1, P

Suplente: Emilio José Arizpe Narro

Miembro del Consejo de Administración desde 2008.

Consejero de Centro Avemed, Museo del Desierto, Parque Maravillas y Cáritas de Saltillo.

→ MANUEL L. BARRAGÁN MORALES 1

Presidente Honorario vitalicio del Consejo de Administración desde 2019.

Fungió como Presidente del Consejo de Administración de AC a partir del 2005 y hasta el 2019. Además, fue miembro de dicho Consejo desde 2001.

→ ALFONSO J. BARRAGÁN RODRÍGUEZ (35) 1, C

Suplente: Juan Manuel Barragán Treviño

Miembro del Consejo de Administración desde 2019 y Consejero suplente desde 2014.

Es Ingeniero Industrial y de Sistemas por el Tecnológico de Monterrey, egresado del Programa AD2 de Alta Dirección de Empresas del IPADE y de continuidad académica del MIT. Es Presidente Ejecutivo de Eon Corporation y atiende consejos de diversas empresas comerciales y de tecnología en Estados Unidos y México. Ha contribuido en varias patentes internacionales y participado en programas de licenciamiento de propiedad intelectual con varias empresas que forman parte del índice "Fortune 500".

→ JUAN CARLOS CORREA BALLESTEROS (50) 2, C

Suplente: Adrián Jorge Lozano

Miembro del Consejo de Administración de desde 2016.

Formó parte del Comité Ejecutivo y del Comité de Capital Humano del Consejo de Administración de Arca Continental Sudamérica desde 2010. Trabajó durante 14 años en Ecuador Bottling Company (EBC), embotellador de Coca-Cola para Ecuador, ocupando varios cargos, entre ellos Director de Operaciones y Vicepresidente Corporativo del embotellador durante sus últimos 3 años. Actualmente, es Vicepresidente Ejecutivo de CorMa Holding Family Office. Posee un MBA en Finanzas de la Universidad de Miami.

→ FELIPE CORTÉS FONT (79) 2, A

Suplente: Pau Cortés Valdés

Miembro del Consejo de Administración desde 2013.

Actualmente es Consejero de Grupo Promax, Arendal, Stiva y Ternium. Socio fundador de Auric. Trabajó 28 años en Grupo Industrial Alfa, donde, como Director de Planeación y Control, formó parte del equipo de reestructuración estratégica y financiera del Grupo. Posteriormente dirigió el Sector Petroquímica e Hylsamex. Fue Director de la American Iron and Steel Institute, y ocupó la Presidencia de Canacero, del Centro de Productividad de Nuevo León y del Instituto Latinoamericano del Hierro y del Acero. Obtuvo su título BS en el Massachusetts Institute of Technology.

→ **ALEJANDRO M. ELIZONDO BARRAGÁN (67) 1, P**

Suplente: Alberto Javier Elizondo Barragán

Miembro del Consejo de Administración desde 2004.

Fue director de Desarrollo de Alfa y ocupó diversos cargos en el área corporativa y en las divisiones siderúrgica y petroquímica a lo largo de más de 43 años de trayectoria en esa empresa. Actualmente es miembro del Consejo de Administración de Grupo Stiva, Axtel y el Museo del Acero.

→ **FRANCISCO ROGELIO GARZA EGLOFF (66) 1, P**

Suplente: Manuel Gutiérrez Espinoza

Miembro del Consejo de Administración desde 2019.

Fue Director General de Arca Continental del 2003 al 2018. Actualmente, es miembro del Consejo de Administración de AC Alimentos y Botanas, subsidiaria de AC. Asimismo, es Presidente de Proval Consultores y es miembro de los Consejos de Administración de Grupo Industrial Saltillo, Grupo Alen, Alpek, Axtel, Banco Banregio, Ovniver, Ragasa y Proeza. Además, es Presidente de la Fundación UANL y Consejero de la Escuela de Ingeniería y Ciencias del Tecnológico de Monterrey, así como Vicepresidente en CONCAMIN. Anteriormente fue Director General de Sigma Alimentos, Akra, Petrocel-Temex y Polioles en Grupo Alfa, donde desarrolló una trayectoria de 26 años. Es Ingeniero Químico Administrador del Tecnológico de Monterrey y realizó estudios de Alta Dirección en el IPADE.

→ **ROBERTO GARZA VELÁZQUEZ (64) 1, P, E**

Suplente: Miguel C. Barragán Villarreal

Vicepresidente del Consejo de Administración desde 2019.

Miembro del Consejo de Administración de AC desde 2001. Es accionista de Industria Carrocera San Roberto, S.A. de C.V. y consejero de Grupo Index, Afirme Grupo Financiero y AMANEC, A.C., además desde 2017 forma parte del Consejo de Grupo Autofin Monterrey.

→ **LUIS LAURO GONZÁLEZ BARRAGÁN + (67) 1, P**

Suplente: Rodrigo Alberto González Barragán

Miembro del Consejo de Administración desde 2001.

Actualmente es Presidente del Consejo de Administración de UNIDOS y de Grupo Logístico Intermodal Portuario, Terra Regia, Berel, CABAL y de la Universidad de Monterrey. Fue Consejero delegado de Procor.

→ **CYNTHIA H. GROSSMAN 1**

Suplente: Herman Goettsch Amigot

Miembro del Consejo de Administración desde 2011.

Fue Presidenta del Consejo de Administración de Grupo Continental desde 2000 y miembro de su Consejo desde 1983.

→ **JOHNNY ROBINSON LINDLEY SUÁREZ (46) 1**

Suplente: Jose Roberto Gavilano Ramírez

Miembro del Consejo de Administración desde 2018.

Fue Director General de Corporación Lindley de 2007 al 2014 y Presidente del directorio de dicha empresa desde 2013 a la fecha. Es Presidente del Consejo de Administración de Lindcorp desde 2015. Bachiller en Administración de Empresas con especialización en Marketing del Bentley College, graduado del programa OPM de la Harvard Business School 2016.

→ **ERNESTO LÓPEZ DE NIGRIS (60) 2, A, C**

Suplente: Juan Carlos López Villareal

Miembro del Consejo de Administración desde 2001.

Actualmente es miembro del Consejo de Administración de Grupo Industrial Saltillo, empresa donde se desempeñó también como Copresidente del Consejo de Administración y de Operaciones. Es miembro del Consejo Consultivo de Teléfonos de México y Consejero Regional de Nafinsa y de Grupo Financiero Banorte.

→ **MIGUEL ÁNGEL RÁBAGO VITE (65) 1, C, P, E**

Suplente: Roberto Martínez Garza

Vicepresidente del Consejo de Administración desde 2011.

Actualmente, es miembro del Consejo de Gerentes de AC Bebidas, y AC Alimentos y Botanas, Subsidiarias de AC. Anteriormente fue Director General y miembro del Consejo de Administración de Grupo Continental, donde además colaboró en diversos puestos por más de 35 años. Es Contador Público y Auditor por la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

→ **ALBERTO SÁNCHEZ PALAZUELOS (81) 1**

Suplente: Brett E. Grossman

Miembro del Consejo de Administración desde 2011.

Fue Presidente de Negromex, Grupo Novum y Troy Grupo Industrial. Fue Consejero de BBVA Bancomer, Grupo Martí, Probusa y Cityexpress Hotels, entre otros. Actualmente es Presidente de ASP y Asociados, S.C., así como Consejero de Procorp e Inmobiliaria CADU, y es miembro del Consejo Consultivo de Purdue University y del Instituto de Empresas de Madrid.

→ **DANIEL H. SAYRE (64) 2**

Suplente: Luis Burgueño Colín

Miembro del Consejo de Administración desde 2018.

Anteriormente se desempeñó como Presidente de las divisiones de Europa del Oeste y Japón para The Coca-Cola Company, y ocupó diversas posiciones de liderazgo en la división Latin Center, la región Andina y la división México. Fue miembro del Consejo de Administración de Grupo Continental de 2003 a 2006 y miembro del Consejo de Administración de Coca-Cola East Japan de 2012 a 2017. Es economista por la Universidad de Rice y cuenta con un MBA por la Kellogg School of Management.

→ **ARMANDO SOLBES SIMÓN (65) 2, A**

Suplente: José Luis Fernández

Miembro del Consejo de Administración desde 2011.

Anteriormente fue consejero de Grupo Continental. Actualmente es director de la oficina Tampico de Banco Base, miembro de los Consejos de Administración de Promotora Turística Punta Bete, S.A.P.I. de C.V. y de Vista Inn, S.A. de C.V., asociado y miembro de los consejos directivos de Bene Hospital del Centro Español de Tampico, de la Universidad IEST Anáhuac y miembro del Consejo Regional Consultivo del Tecnológico de Monterrey Campus Tampico (ESTAC). Fue Presidente del Consejo y Director General de Central de Divisas Casa de Cambio durante 23 años. Laboró en diversos puestos del área financiera del corporativo de Grupo Cydsa, S.A.B. durante 8 años y en servicios de Auditoría Externa en Gossler, Navarro, Ceniceros y Cía. durante 3 años.

→ **BERNARDO GONZÁLEZ BARRAGÁN (42) 1, C**

Suplente: Eduardo Manuel Treviño Barragán

Miembro del Consejo de Administración desde 2020.

Fue consejero suplente de Arca Continental durante el 2019. Desde el 2011 ha sido profesor en la Universidad de Monterrey, en el área de Contabilidad y Finanzas. Se desempeñó como analista en el área de finanzas corporativas en Fitch Ratings cubriendo los sectores de retail y vivienda. Ha dado seguimiento puntual a la industria de bebidas no alcohólicas por más de 25 años. Cuenta con una maestría en Finanzas con especialidad en Economía y un MBA, ambos por el EGADE Business School. Obtuvo varias certificaciones en las áreas de Finanzas y Economía por University of Edinburgh, London School of Economics and Political Science y University of Essex en Reino Unido. Es licenciado en Mercadotecnia por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

→ **JESÚS VIEJO GONZÁLEZ (47) 1, P**

Suplente: Magda Cristina Barragán Garza de Viejo

Miembro del Consejo de Administración desde 2007.

Actualmente es Presidente Ejecutivo de Trefilia Capital, es Secretario Técnico del Consejo Nuevo León para la Planeación Estratégica y Consejero de la Universidad de Monterrey (UDEM), de la Escuela Kennedy de Gobierno de la Universidad de Harvard, del Centro para el Desarrollo Internacional de la Universidad de Harvard y de Grupo Topaz. Fue Vicepresidente de investigación económica para mercados emergentes en Goldman Sachs y economista en jefe de Grupo Alfa. Es economista por el Tecnológico de Monterrey, con una Maestría en Política Pública por la Universidad de Harvard y es Doctor en Economía por la Universidad de Boston.

→ **MARCELA VILLAREAL FERNÁNDEZ 1, C**

Suplente: Miguel Antonio Panetta Villareal

Miembro del Consejo de Administración desde 2019.

Del 2001 al 2010 fue miembro del Consejo de Administración de Embotelladoras Arca. Consejera de la Universidad de Tulane, de la Escuela de Salud Pública y Medicina Tropical de la Universidad de Tulane, del proyecto Encuentro. Fue Consejera de Sistema Axis, de Argos y Presidenta de El Paso Museum of Art.

→ **JAIME SÁNCHEZ FERNÁNDEZ**

(Secretario No Miembro)

Secretario No Miembro del Consejo de Administración desde 2009.

Es también Director Ejecutivo Jurídico de Arca Continental desde 2011 y, de 2008 a 2011, Director Jurídico de Embotelladoras Arca.

LEYENDAS

1. Patrimonial
2. Independiente

COMITÉS

- A. Auditoría y Prácticas Societarias
- C. Capital Humano y Sostenibilidad
- P. Planeación
- E. Ejecutivo

Equipo Directivo

→ ARTURO GUTIÉRREZ HERNÁNDEZ (55)

Director General

Director General desde 2019. Anteriormente, se desempeñó como Director General Adjunto. Tiene una trayectoria de 20 años en la organización en diferentes puestos como Director Ejecutivo de Operaciones, Director de la División Bebidas México, Director de Recursos Humanos, Director de Planeación y Director Jurídico. Participa en varios consejos empresariales a nivel internacional. Es abogado por la Escuela Libre de Derecho y tiene una Maestría en Derecho por la Universidad de Harvard.

→ GUILLERMO APONTE GONZÁLEZ (55)

Director Ejecutivo de la División de Alimentos y Botanas

Anteriormente se desempeñó como Director Ejecutivo de Arca Continental Sudamérica. Cuenta con una trayectoria de más de 25 años en la Compañía Coca-Cola en Asia y América Latina, donde se desempeñó como Presidente y Director General de Coca-Cola en Filipinas, Gerente General de las Regiones Sur y Norte de México y Gerente General de Colombia. Es Ingeniero en Sistemas y Computación por la Universidad de Los Andes de Colombia, con especialización en Marketing en la misma universidad y estudios de Desarrollo Ejecutivo en la Escuela de Negocios de Wharton, en la Universidad de Pensilvania.

→ JOSÉ BORDA NORIEGA (52)

Director Ejecutivo Comercial y Digital

Fue Gerente General de Corporación Lindley y colaboró como Gerente General de Coca-Cola Centro América y Vicepresidente de Operaciones de Bebidas Carbonatadas en Coca-Cola de México. Es bachiller en Ingeniería Industrial por la Pontificia Universidad Católica del Perú y tiene un MBA en la J.L. Kellogg School of Management.

→ JESÚS GARCÍA CHAPA (48)

Director Ejecutivo de Venture Capital

Anteriormente fue Director General Adjunto de Finanzas y Administración en Farmacias del Ahorro. Cuenta con una amplia experiencia en México y en el extranjero en áreas como logística, finanzas, administración, planeación estratégica y tecnologías de información. Es Ingeniero Mecánico Administrador egresado del Tecnológico de Monterrey, tiene una maestría en Ingeniería Industrial y Administración por la Universidad de Stanford.

→ GUILLERMO GARZA MARTÍNEZ (53)

Director Ejecutivo de Asuntos Públicos, Comunicación y Sostenibilidad

Anteriormente fue Director de Comunicación y Responsabilidad Social. Es miembro de diferentes consejos de la industria a nivel nacional e internacional. Cuenta con más de 30 años de experiencia en periodismo, comunicación, responsabilidad social y asuntos públicos. Es Licenciado en Comunicación por la Universidad Regiomontana, con Maestría en Ciencias por el Tecnológico de Monterrey, así como estudios de especialización ejecutiva en el Boston College, Harvard e IPADE.

→ ALEJANDRO GONZÁLEZ QUIROGA (59)

Director Ejecutivo Bebidas Latinoamérica

Ha colaborado por más de 33 años en diferentes puestos en la empresa. Fue Director de AC Bebidas México, Arca Continental Sudamérica y de Arca Continental Argentina. Fue Presidente de la Asociación de Embotelladores de Coca-Cola en México. Es Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Regiomontana y tiene estudios de Alta Dirección en el Tecnológico de Monterrey y en el IPADE.

→ EMILIO MARCOS CHARUR (57)*Director Ejecutivo de Administración y Finanzas*

Fue Director de Operaciones de Bebidas México y Director de la División de Negocios Complementarios, además de liderar las áreas de Tesorería y Compras. Es Ingeniero Industrial y de Sistemas por el Tecnológico de Monterrey y tiene una Maestría en Administración por la Universidad de Illinois.

→ GABRIEL MENESES JONES (47)*Director Ejecutivo de Capital Humano*

Colaboró con Compañía Coca-Cola durante 17 años en diferentes posiciones de liderazgo del área de Recursos Humanos para Asia Pacífico, Europa, Norteamérica, México y Centro América y el Caribe. Es Licenciado en Administración de Empresas por el Tecnológico de Monterrey y cuenta con estudios de posgrado en Recursos Humanos en la London Business School.

→ ALEJANDRO MOLINA SÁNCHEZ (53)*Director Ejecutivo Técnico y Cadena de Suministro*

Es miembro del Comité de Activación del Consejo Global de Cadena de Suministro del Sistema Coca-Cola, del que anteriormente fue Presidente. Colaboró por más de 15 años en la Compañía Coca-Cola de México en las áreas de Calidad, Sustentabilidad Ambiental y Cadena de Suministro. Es Ingeniero Químico de la Universidad La Salle y cuenta con un diplomado en Cadena de Suministro del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

→ ALEJANDRO RODRÍGUEZ SÁENZ (58)*Director Ejecutivo de Planeación*

Anteriormente fue Director Ejecutivo de Negocios Complementarios, Director de Bokados y Gerente General de Topo Chico. Es Consejero en Andamios Atlas S.A. y de Holding Tonicorp. En su carrera desempeñó puestos gerenciales en Grupo Alfa. Es Ingeniero Químico y de Sistemas, con una Maestría en Administración del Tecnológico de Monterrey y realizó estudios de Alta Dirección en el IPADE.

→ JAIME SÁNCHEZ FERNÁNDEZ (50)*Director Ejecutivo Jurídico*

Es Secretario del Consejo de Administración. Fue Director Jurídico, Secretario del Consejo de Administración y Gerente Legal Corporativo en Embotelladoras Arca, previo a la fusión con Grupo Continental. Laboró en Grupo Alfa como abogado corporativo y ejerció su profesión en forma independiente. Es Licenciado en Derecho por la Universidad de Monterrey y tiene una Maestría en Derecho por la Universidad de Michigan.

→ JEAN CLAUDE TISSOT RUIZ (49)*Director Ejecutivo de Arca Continental Coca-Cola Southwest Beverages*

Anteriormente fue Director de Operaciones de Coca-Cola Southwest Beverages y Director Ejecutivo de Mercadotecnia de Arca Continental. Cuenta con una trayectoria con la Compañía Coca-Cola por más de 15 años como Gerente General de las regiones Norte y Sur de México y Centroamérica Honduras y El Salvador, así como puestos directivos en Colombia y una trayectoria comercial en Warner Lambert por 5 años. Es Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad ICESI y cuenta con una maestría en Mercadotecnia y otra en Finanzas, ambas por el Colegio de Estudios Superiores de Administración en Colombia.



ARCACONTINENTAL