



ARCACONTINENTAL



## REPORTE TRIMESTRAL

### EBITDA CRECE 8.4% Y VENTAS NETAS 5.0% EN 2T23

Monterrey, México, 21 de julio 2023 – Arca Continental, S.A.B. de C.V. (BMV: AC\*) (“Arca Continental” o “AC”), el segundo embotellador más grande de Coca-Cola en América Latina, anunció sus resultados para el segundo trimestre de 2023 y acumulado a junio de 2023 (“2T23” y “6M23”).

**Tabla 1: Datos Financieros Relevantes**

CIFRAS CONSOLIDADAS EN MILLONES DE PESOS MEXICANOS						
	2T23	2T22	Variación %	Ene-Jun'23	Ene-Jun'22	Variación %
Volumen Total de Bebidas (MCU)	636.0	616.4	3.2	1,200.3	1,158.0	3.7
Ventas Netas	56,051	53,363	5.0	106,735	99,428	7.3
EBITDA	11,314	10,436	8.4	20,865	18,963	10.0
Utilidad Neta	4,693	4,222	11.1	8,423	7,316	15.1

Volumen total de bebidas incluye garrafón

Ventas Netas sin incluir Ingresos FT en USA

EBITDA = Utilidad de operación + Depreciación + Amortización + Gastos No Recurrentes

#### DATOS RELEVANTES PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2023

- Ventas Netas incrementaron 5.0% con respecto al 2T22, alcanzando Ps. 56,051 millones.
- EBITDA aumentó 8.4% a Ps. 11,314 millones con un margen de 20.2%.
- Utilidad Neta fue de Ps. 4,693 millones con un crecimiento de 11.1% y alcanzando un margen de 8.4%.

#### DATOS RELEVANTES PARA EL PRIMER SEMESTRE DE 2023

- Ventas Netas fueron Ps. 106,735 millones, 7.3% mayores respecto al 6M22.
- EBITDA registró Ps. 20,865 millones, un crecimiento de 10% con un margen de 19.5%.
- Utilidad Neta aumentó 15.1% a Ps. 8,423 millones y registrando un margen de 7.9%

#### COMENTARIO DEL DIRECTOR GENERAL

“Cerramos la primera mitad de 2023 con resultados favorables al registrar incrementos de 7.3% en Ventas y 10.0% en EBITDA en el acumulado a junio. Estos resultados fueron posibles gracias a las inversiones en capacidades comerciales, la digitalización acelerada de la cadena de valor, así como el esfuerzo de nuestros colaboradores y su determinación por mantener la excelencia operativa y ejecución de mercado.”, dijo Arturo Gutiérrez, Director General de Arca Continental.

“En Arca Continental compartimos la convicción de operar un modelo de negocios sostenible. Seguiremos invirtiendo en iniciativas que generen valor compartido para las comunidades operamos, asegurando nuestro crecimiento rentable y haciendo una diferencia positiva para las personas y el medio ambiente.” Agregó.

## RESULTADOS CONSOLIDADOS

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

**TABLA 2: CIFRAS CONSOLIDADAS**

	2T23	2T22	Variación %	Ene-Jun'23	Ene-Jun'22	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	321.1	319.1	0.6	602.8	592.8	1.7
Sabores	113.7	111.8	1.7	221.6	217.8	1.7
<b>Total Refrescos</b>	<b>434.8</b>	<b>430.9</b>	0.9	<b>824.3</b>	<b>810.6</b>	1.7
Agua*	78.0	67.0	16.3	145.4	126.4	15.0
No Carbonatados**	57.1	53.1	7.5	108.9	102.3	6.4
<b>Volumen sin garrafón</b>	<b>569.9</b>	<b>551.1</b>	3.4	<b>1,078.6</b>	<b>1,039.3</b>	3.8
Garrafón	66.1	65.3	1.1	121.7	118.7	2.5
<b>Volumen Total</b>	<b>636.0</b>	<b>616.4</b>	3.2	<b>1,200.3</b>	<b>1,158.0</b>	3.7
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas***	56,051	53,363	5.0	106,735	99,428	7.3
EBITDA	11,314	10,436	8.4	20,865	18,963	10.0
Margen EBITDA	20.2%	19.6%	60 bp	19.5%	19.1%	40 bp

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

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

\*\*\*Ventas Netas sin incluir Ingresos FT en USA

## ANÁLISIS FINANCIERO

### ESTADO DE RESULTADOS

- Las ventas netas consolidadas para el 2T23 se incrementaron 5.0% (13.6% sin efecto de tipo de cambio) comparado con el mismo periodo del año anterior, alcanzando Ps. 56,051 millones, como resultado de la estrategia de precio y un desempeño favorable en el volumen de México y Sudamérica. Acumulado en el año, las ventas registraron Ps. 106,735 millones, un incremento de 7.3% (15.6% sin efecto de tipo de cambio) respecto al año anterior.
- El volumen de ventas consolidado durante el 2T23 se incrementó 3.4% a 569.9 MCU, excluyendo garrafón, impulsado principalmente por el crecimiento en las categorías de agua personal y bebidas no carbonatadas, de 16.3% y 7.5%, respectivamente. A junio 2023, el volumen de ventas creció 3.8% a 1,078.6 MCU.



- El costo de ventas en el trimestre aumentó 1.9% como resultado de mejores precios en todas las materias primas, que fueron beneficiados adicionalmente por un menor tipo de cambio respecto al año anterior. Acumulado en 2023, el costo de ventas incrementó 4.9% respecto a 2022.
- En el 2T23 la utilidad bruta consolidada se incrementó 9.0% a Ps. 25,796 millones, reflejando un margen bruto de 46.0% y una expansión de 170 puntos base, principalmente impulsado por la estrategia precio-empaque y mejores costos en materias primas. En 2023, la utilidad bruta fue de 48,853 millones, un aumento de 10.4% y representando un margen de 45.8%, 130 puntos base mayor al de 2022.
- Los gastos de administración y venta crecieron 6.8% a Ps. 16,768 millones en el 2T23. En el acumulado a junio 2023, este rubro aumentó 8.2% a Ps. 32,691 millones, representando una razón de gasto sobre ventas de 30.6%.
- En el 2T23, la utilidad de operación consolidada fue Ps. 9,159 millones, 12.6% mayor respecto al 2T22, representando un margen de operación de 16.3% y un crecimiento de 110 puntos base. En los primeros seis meses del año, la utilidad de operación se incrementó 14.7% a Ps. 16,544 millones con un margen de 15.5%, 100 puntos base mayor al año anterior.
- El flujo de caja operativo (“EBITDA”) consolidado en el segundo trimestre de 2023 creció 8.4% (15.4% sin efecto de tipo de cambio) a Ps. 11,314 millones registrando un margen EBITDA de 20.2%, 60 puntos base por encima del 2T22. En el 2023, el EBITDA registró Ps. 20,865 millones, un aumento de 10.0% (17.3% sin efecto de tipo de cambio) y un margen de 19.5%, una expansión 40 puntos base respecto al año pasado.
- El resultado integral de financiamiento en el 2T23 fue de Ps. 930 millones, explicado principalmente por el incremento en las tasas de referencia y una pérdida cambiaria por la posición de caja en dólares, compensado parcialmente por un mayor producto financiero. En el año, el CIF se incrementó 1.5% a Ps. 1,822 millones.
- En el segundo trimestre, el impuesto a la utilidad fue de Ps. 2,579 millones, un incremento de 15.1% con respecto al mismo periodo del año anterior y registrando una tasa efectiva de 31.2%. En el primer semestre de 2023, el impuesto a la utilidad incrementó 18.2% a Ps. 4,582 millones y representó una tasa efectiva de 31.0%.
- La utilidad neta alcanzó los Ps. 4,693 millones, un crecimiento de 11.1% y un margen neto de 8.4%, con una expansión de 50 puntos bases respecto al 2T22. En el año, la utilidad neta fue de Ps. 8,423 millones, lo que representó un aumento de 15.1% comparado con 2022 y un margen de 7.9%.

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

- El saldo en caja al cierre de junio 2023 es de Ps. 23,086 millones y una deuda de Ps. 45,984 millones, resultando en una deuda neta de caja de Ps. 22,898 millones. La razón de Deuda Neta/EBITDA fue de 0.55 veces.
- El flujo de efectivo neto de operación fue de Ps. 14,555 millones al mes de junio de 2023.
- La inversión en activos fijos en el periodo fue de Ps. 4,667 millones, destinada a inversión en el mercado con equipo de venta, enfriadores y retornables, así como la ampliación de capacidades de producción y distribución.

## México

Arca Continental reporta su información en tres regiones: México, Estados Unidos y Sudamérica (que incluye Perú, Argentina y Ecuador). Cada una incluye los resultados de los negocios de bebidas y negocios complementarios.

**TABLA 3: CIFRAS PARA MÉXICO**

	2T23	2T22	Variación %	Ene-Jun'23	Ene-Jun'22	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	203.9	202.6	0.6	370.9	361.9	2.5
Sabores	36.4	38.8	-6.4	65.0	67.3	-3.5
<b>Total Refrescos</b>	<b>240.3</b>	<b>241.5</b>	-0.5	<b>435.9</b>	<b>429.3</b>	1.5
Agua*	41.4	36.4	13.6	72.2	63.9	13.0
No Carbonatados**	22.7	20.9	8.6	41.6	39.3	5.8
<b>Volumen sin Garrafón</b>	<b>304.3</b>	<b>298.7</b>	1.9	<b>549.7</b>	<b>532.5</b>	3.2
Garrafón	64.0	63.6	0.6	117.1	114.7	2.1
<b>Volumen Total</b>	<b>368.3</b>	<b>362.3</b>	1.6	<b>666.8</b>	<b>647.2</b>	3.0
<b>Mezclas (%)</b>						
Retornable	28.0	29.4	-1.3	28.5	30.0	-1.5
No Retornable	72.0	70.6	1.3	71.5	70.0	1.5
Familiar	56.8	55.9	0.9	56.8	56.4	0.4
Personal	43.2	44.1	-0.9	43.2	43.6	-0.4
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas	26,635	23,860	11.6	48,287	42,139	14.6
EBITDA	6,568	5,795	13.3	11,288	9,764	15.6
Margen EBITDA	24.7%	24.3%	40 bp	23.4%	23.2%	20 bp

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

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

## RESULTADOS OPERATIVOS PARA MÉXICO

- Las ventas netas en México para el 2T23 aumentaron 11.6%, alcanzando Ps. 26,635 millones, como resultado de ajustes selectivos al precio y un desempeño positivo del volumen. En el acumulado de 2023, las ventas crecieron 14.6% a Ps. 48,287 millones.
- En el trimestre, el volumen de ventas alcanzó las 304.3 MCU, excluyendo garrafón, impulsado por las categorías de agua y no carbonatados, con crecimientos de 13.6% y 8.6%, respectivamente. El precio promedio por caja unidad sin garrafón se incrementó 9.4%, alcanzando Ps. 81.31, como resultado de iniciativas de RGM, así como ajustes selectivos de precios.

- En el 2T23, el flujo operativo (EBITDA) de México creció 13.3%, a Ps. 6,568 millones, representando un margen de 24.7% con una expansión de 40 puntos base. En el 2023, el EBITDA aumentó 15.6% a Ps. 11,288 millones, representando un margen de 23.4%, una expansión de 20 puntos base comparado con el mismo periodo de 2022.
- En junio de este trimestre, se estableció un récord de volumen de ventas en la operación, registrando 105.9 MCU en el mes.
- A nivel canales, como resultado de la expansión de la estrategia de empaques duales, uno de la categoría de colas y otro de sabores, así como un sólido desempeño de la marca Topo Chico, el canal moderno tuvo un aumento en volumen de 6.0%, ganando participación de valor en 0.5 puntos porcentuales.
- La categoría de colas continuó con un desempeño favorable con un incremento de 0.6% en el trimestre, principalmente impulsada por nuevas opciones de empaque e innovaciones de sabor con Coca-Cola Creations.
- En el 2T23, la categoría de agua también creció impulsada por la marca Topo Chico, que tuvo un aumento de 20% y representó 86% del crecimiento de la categoría, como resultado de una sólida ejecución en los canales tradicional y moderno con más opciones de presentaciones y satisfaciendo una alta demanda de consumo.
- La categoría de no carbonatados fue impulsada principalmente por isotónicos que tuvieron un crecimiento de 19%, capitalizando oportunidades con Powerade en el canal tradicional, junto con el lanzamiento de la marca Flashlyte en 3 sabores diferentes.
- El canal *on-premise* continuó con una tendencia positiva con un incremento de 3.9% y alcanzó un desempeño por encima de los volúmenes previos a la pandemia, además de que aún hay oportunidad de crecimiento en los canales de entretenimiento y trabajo.
- Los esfuerzos continuaron enfocados en garantizar la asequibilidad, al mismo tiempo que se capturan nuevas ocasiones de consumo, a partir de una estrategia de portafolio diferenciado y mediante ajustes selectivos de precio.
- Bokados, el negocio de botanas en México, presentó un crecimiento en ventas de un dígito-alto principalmente impulsado por un desempeño positivo en los canales tradicional y moderno. Además, se lanzaron nuevos productos al mercado: Papa Molcajetada y Chicharrón Chile Limón, con el objetivo de capturar nuevas ocasiones de consumo a través de la continua innovación en productos y sabores.

## 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**

	2T23	2T22	Variación %	Ene-Jun'23	Ene-Jun'22	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	51.7	53.7	-3.7	98.0	100.8	-2.8
Sabores	29.8	30.5	-2.3	56.7	57.7	-1.7
<b>Total Refrescos</b>	<b>81.5</b>	<b>84.2</b>	-3.2	<b>154.7</b>	<b>158.5</b>	-2.4
Agua*	15.4	14.7	4.2	26.7	26.4	1.2
No Carbonatados**	18.6	19.3	-3.5	34.5	34.6	-0.2
<b>Volumen Total</b>	<b>115.5</b>	<b>118.2</b>	-2.3	<b>215.9</b>	<b>219.6</b>	-1.6
<b>Mezclas (%)</b>						
Familiar	65.7	66.4	-0.7	65.7	67.1	-1.5
Personal	34.3	33.6	0.7	34.3	32.9	1.5
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas***	19,658	19,942	-1.4	38,049	37,371	1.8
EBITDA	3,184	2,988	6.6	5,856	5,304	10.4
Margen EBITDA	16.2%	15.0%	120 bp	15.4%	14.2%	120 bp

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

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

\*\*\*Ventas Netas sin incluir Ingresos FT en USA

## RESULTADOS OPERATIVOS PARA ESTADOS UNIDOS

- Las ventas netas para la región de Estados Unidos en el 2T23 disminuyeron 1.4% (incrementaron 11.1% en moneda local) a Ps. 19,658 millones. El volumen de ventas para el trimestre fue de 115.5 MCU, con una disminución de 2.3% respecto al 2T22. Acumulado en el año, las ventas aumentaron 1.8% (13.4% en moneda local) a Ps. 38,049 millones.
- El flujo operativo (EBITDA) en Estados Unidos fue de Ps. 3,184 millones, un aumento de 6.6% (20.1% en moneda local) y registrando un margen de 16.2%, con expansión de 120 puntos base comparado con el 2T22. Acumulado en 2023, el EBITDA registró Ps. 5,856 millones, un crecimiento de 10.4% (23.1% en moneda local) para un margen de 15.4%, 120 puntos base de expansión.
- El precio neto en el segundo trimestre creció 14.3%, con aumento de tasa real de 13.0% y efecto positivo de la mezcla de 1.3%.



- En el 2T23, los canales de tiendas de conveniencia y on-premise presentaron un desempeño positivo con incrementos de 2.5% y 0.5%, respectivamente, mientras que la disminución en el canal de supermercados se derivó de cambios en la dinámica de consumo, lo que al mismo tiempo permitió un incremento en empaques de consumo inmediato de 2.7%, los cuales generan un ingreso mayor por caja unidad.
- En el trimestre se fortaleció la posición de liderazgo en el mercado manteniendo una sólida participación de valor, impulsada por la categoría de refrescos.
- Durante este trimestre, se realizó el lanzamiento de nuevos productos como Topo Chico Sabores, Sprite Lymonade Strawberry y Bodyarmor Flash IV, el más reciente que forma parte del segmento de hidratación.
- La categoría de agua personal creció 4.2% en el segundo trimestre de 2023, impulsada principalmente por la ejecución en el punto de venta y la preferencia de los consumidores hacia marcas de agua premium como Smartwater, Vitaminwater y Topo Chico. Smartwater registró un aumento de 9.4% y Topo Chico de 83.5%, reflejado también en el crecimiento en participación de valor de la categoría.
- Durante este trimestre, con la herramienta para optimizar promociones comerciales: *Trade Promotion Optimization*, el enfoque fue mejorar la estabilidad y precisión de las promociones y aplicar los aprendizajes en otros canales y clientes.
- En el 2T23, se implementó un nuevo modelo de servicio Go-To-Market que permitió la implementación de un nuevo modelo de potencial de ventas, el cual optimiza la asignación de recursos en función del potencial de crecimiento de los clientes.
- Durante el segundo trimestre, las ventas a través de la plataforma digital myCoke se incrementaron 16% comparado con el año anterior, este aumento se atribuye a una mayor cantidad de clientes mensuales que utilizan myCoke. A finales de junio, 90% de los clientes elegibles del canal on-premise adoptaron myCoke.
- Wise, el negocio de botanas en Estados Unidos, presentó un crecimiento en ventas y EBITDA, derivado de una estrategia de ajustes de precios selectiva, así como planes de ahorro en la operación que incluyeron eficiencias en procesos administrativos y optimización en el manejo de promociones.

## 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**

	2T23	2T22	Variación %	Ene-Jun'23	Ene-Jun'22	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	65.4	62.8	4.2	133.9	130.0	2.9
Sabores	47.6	42.5	12.0	99.9	92.7	7.7
<b>Total Refrescos</b>	<b>113.0</b>	<b>105.2</b>	<b>7.4</b>	<b>233.7</b>	<b>222.8</b>	<b>4.9</b>
Agua*	21.3	15.9	33.8	46.5	36.1	28.7
No Carbonatados**	15.8	12.9	22.2	32.7	28.4	15.5
<b>Volumen sin Garrafón</b>	<b>150.1</b>	<b>134.1</b>	<b>11.9</b>	<b>312.9</b>	<b>287.2</b>	<b>8.9</b>
Garrafón	2.1	1.8	19.7	4.6	4.0	15.0
<b>Volumen Total</b>	<b>152.2</b>	<b>135.9</b>	<b>12.0</b>	<b>317.5</b>	<b>291.2</b>	<b>9.0</b>
<b>Mezclas (%)</b>						
Retornable	29.7	30.5	-0.8	29.6	30.5	-0.9
No Retornable	70.3	69.5	0.8	70.4	69.5	0.9
Familiar	65.7	68.3	-2.5	67.0	69.1	-2.1
Personal	34.3	31.7	2.5	33.0	30.9	2.1
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas	9,758	9,562	2.0	20,400	19,919	2.4
EBITDA	1,562	1,653	-5.5	3,721	3,896	-4.5
Margen EBITDA	16.0%	17.3%	-130 bp	18.2%	19.6%	-140 bp

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

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

## RESULTADOS OPERATIVOS PARA SUDAMÉRICA

- Las ventas de la división Sudamérica alcanzaron Ps. 9,758 millones en el 2T23, un aumento de 2.0%, principalmente impulsadas por ajustes selectivos de precio en las tres operaciones y un importante crecimiento en volumen en Ecuador y Perú. Acumulado en 2023, las ventas se incrementaron 2.4% a Ps. 20,400 millones.
- El volumen en Sudamérica en 2T23 creció 11.9% a 150.1 MCU, excluyendo garrafón, liderado por las categorías de agua personal y no carbonatados con crecimientos de 33.8% y 22.2%, respectivamente.
- El EBITDA en la región de Sudamérica se redujo 5.5% a Ps. 1,562 millones en el 2T23, reflejando un margen de 16.0%. En el 2023, el EBITDA ha disminuido 4.5% a Ps. 3,721 millones.





## Perú

- Durante el 2T23, el volumen de Perú creció 17.3%, sin incluir garrafón, debido al crecimiento de las categorías de agua personal y no carbonatados, de 37.9% y 35.2%, respectivamente. En los primeros seis meses del año, el volumen aumentó 11.4%, excluyendo garrafón.
- El precio en el segundo trimestre registró un incremento de 4.9%, considerando una tasa real de 7.1% como resultado de incrementos selectivos de precio y un ajuste en la mezcla de 2.3%, principalmente impactado por un alto volumen de agua.
- En el segundo trimestre de 2023, Perú tuvo un sólido desempeño en volumen como resultado de las inversiones en el punto de venta, con la colocación de equipos de frío y exhibidores, así como un portafolio asequible.
- En la categoría de refrescos, colas y sabores tuvieron crecimientos de 11% y 13%, respectivamente, impulsados por las marcas Coca-Cola e Inca Kola, principalmente la marca Coca-Cola Sin Azúcar la cual creció 58% y representó 60% del crecimiento de la categoría de colas.

## Ecuador

- El volumen de ventas aumentó 11.4% en el trimestre para Ecuador, impulsado por crecimientos en todas las categorías, principalmente de agua personal y sabores con incrementos de 17.9% y 12.9%, respectivamente. En el acumulado del año, el volumen de ventas creció 9.5%.
- En el 2T23 la categoría de no carbonatados tuvo un incremento en volumen de 11.6% principalmente impulsado por té, bebidas energéticas e isotónicos con crecimientos de doble-dígito en el canal tradicional y moderno.
- La mezcla en formato personal aumentó 1.3 puntos porcentuales en el trimestre. Este crecimiento fue en todas las categorías, principalmente impulsado por refrescos, resultado de la reapertura del canal on-premise, así como del incremento de movilidad en dicho canal.
- El canal tradicional mostró un crecimiento de 9.4% comparado con el 2T22, resultado de la introducción de envase y equipos de frío, así como el aseguramiento de un portafolio asequible con empaques retornables.
- Inalecsa, el negocio de botanas en Ecuador registró incremento en ventas de un dígito alto y de doble dígito en EBITDA como resultado de estrategias ejecutadas para mantener la rentabilidad del negocio a través de incrementos selectivos de precio, optimización de descuentos y promociones, además de una continua innovación en productos y sabores.
- Tonicorp tuvo incremento en ventas de un dígito impulsado por una mejora en la mezcla de empaques personales que presentaron un incremento de 4.4% en el trimestre, así como un desempeño positivo en las categorías de alto valor agregado como leche saborizada, yogurt y helados.

## Argentina

- Durante el 2T23, el volumen de ventas en Argentina aumentó 1.1%, principalmente por crecimientos en los canales de supermercados y on-premise, de 33.4% y 12.1%, respectivamente. Acumulado en 2023, el volumen de ventas se incrementó 3.2%.
- En la categoría de agua, las marcas Aquarius y Benedictino mostraron crecimientos de doble-dígito liderado por los empaques familiares y de un incremento en la cobertura de estos productos.
- La categoría de sabores logró un crecimiento de volumen de 5.9% impulsado por las marcas Fanta y Crush, con crecimientos de 4% y 68%, respectivamente.
- En el 2T23, el canal moderno aumentó 33.4% con un sólido desempeño en supermercados impulsado por incrementos en agua mineral y personal en presentaciones familiares. El canal on-premise también mostró un incremento de 12%, derivado principalmente de un crecimiento de 13% en comer y beber y de 20% en entretenimiento.

## ASG

- El 12 de julio, Arca Continental en conjunto con The Coca-Cola Company y otros embotelladores crearon un fondo de capital de riesgo de USD \$137.7 millones enfocado en inversiones de sostenibilidad. El fondo será administrado por la firma Greycroft y se centrará en proyectos de cinco áreas clave: empaquetado, calefacción y refrigeración, descarbonización, distribución y cadena de suministro.
- Para continuar fortaleciendo la estrategia de empaque circular y crear Un Mundo Sin Residuos, en conjunto con The Coca-Cola Company y PetStar, Arca Continental triplicó la capacidad de reciclaje en Nuevo León. Con una inversión de USD \$3 millones, la planta de PetStar, amplió sus capacidades de recolección de PET, pasando de 6 mil a más de 18 mil toneladas anuales y como parte del plan de inversión nacional, con el objetivo de recolectar el equivalente a 100% de los envases colocados en el mercado.
- Por siete años consecutivos, Arca Continental fue ratificada como miembros del FTSE4Good Index Series de la Bolsa de Valores de Londres, demostrando un sólido desempeño sostenible y compromiso con las mejores prácticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo. Esta acreditación se suma a la de Dow Jones Sustainability Indices y la inclusión en el Sustainability Yearbook publicado por Standard & Poor's.

## EVENTOS RECIENTES

- El 11 de julio Fitch Ratings ratificó la calificación de Arca Continental y AC Bebidas, tanto a nivel global como nacional. Afirmó el grado “A” para la deuda de largo plazo, en escala global de AC y ACBE, y la calificación “AAA(mex)” en escala nacional, con una perspectiva estable.
- El 17 de abril se realizó el pago de un dividendo en efectivo de \$3.50 pesos por acción, aprobado por la Asamblea General de Accionistas de Arca Continental el 30 de marzo de 2023. Este dividendo representó un payout ratio de 39%.

## DATOS DE LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Arca Continental llevará a cabo una conferencia telefónica el 21 de julio de 2023 a las 09:00 am hora de México/Monterrey, 11:00 am hora de Nueva York. Para participar por medio del webcast favor de ingresar a [www.arcacontal.com](http://www.arcacontal.com) ó via telefónica en los siguientes números:

Para participar, por favor marque:

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

+1-203-518-9765 (Internacional)

Código de acceso: 36151

### Sobre Arca Continental

Arca Continental es una empresa dedicada a la producción, distribución y venta de bebidas de las marcas propiedad de The Coca-Cola Company, así como de botanas saladas bajo las marcas Bokados en México, Inalecsa en Ecuador, así como Wise y Deep River en los Estados Unidos. Con una destacada trayectoria de más de 97 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 128 millones en la región norte y occidente de México, así como en Ecuador, Perú, en la región norte de Argentina y en la región suroeste de Estados Unidos. Arca Continental cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores bajo el símbolo "AC". Para más información sobre Arca Continental, favor de visitar la página web [www.arcacontal.com](http://www.arcacontal.com). Este informe contiene información acerca del futuro relativo a Arca Continental y sus subsidiarias basada en supuestos de sus administradores. Tal información, así como las declaraciones sobre eventos futuros y expectativas están sujetas a riesgos e incertidumbres, así como a factores que podrían causar que los resultados, desempeño o logros de la empresa sean completamente diferentes en cualquier otro momento. Tales factores incluyen cambios en las condiciones generales económicas, políticas, gubernamentales y comerciales a nivel nacional y global, así como cambios referentes a las tasas de interés, las tasas de inflación, la volatilidad cambiaria, las tasas de impuestos, la demanda y los precios de las bebidas carbonatadas, el agua, el precio del azúcar y otras materias primas utilizadas para la producción de refrescos, los cambios climáticos y varios otros. A causa de todos estos riesgos y factores, los resultados reales podrían variar materialmente con respecto a los estimados descritos en este documento, por lo que Arca Continental no acepta responsabilidad alguna por las variaciones ni por la información proveniente de fuentes oficiales.

Estado Consolidado de Resultados (millones de pesos Mexicanos)												
	2T23		2T22		Variación		Ene-Jun'23		Ene-Jun'22		Variación	
	MM	MXP	MM	MXP	MM	MXP	MM	MXP	MM	MXP	MM	MXP
<b>Ventas Netas</b>	<b>56,051</b>	<b>53,363</b>			2,688	5.0	<b>106,735</b>	<b>99,428</b>			7,307	7.3
Costo de Ventas	30,255	29,701			554	1.9	57,882	55,157			2,725	4.9
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>25,796</b>	<b>23,663</b>			2,133	9.0	<b>48,853</b>	<b>44,271</b>			4,582	10.4
	46.0%	44.3%					45.8%	44.5%				
Gastos de Venta	14,309	13,420			889	6.6	27,862	25,695			2,166	8.4
Gastos de Administración	2,459	2,276			183	8.0	4,830	4,513			316	7.0
<b>Total de Gastos</b>	<b>16,768</b>	<b>15,696</b>			1,072	6.8	<b>32,691</b>	<b>30,209</b>			2,482	8.2
	29.9%	29.4%					30.6%	30.4%				
Gastos no recurrentes	40	56			-16	-29.1	59	70			-11	-15.3
<b>Utilidad de operación antes de otros ingresos</b>	<b>8,988</b>	<b>7,910</b>			1,078	13.6	<b>16,103</b>	<b>13,993</b>			2,110	15.1
Otros ingresos (Gastos) <sup>1,2</sup>	171	226			-55	-24.4	441	425			16	3.7
<b>Utilidad de operación</b>	<b>9,159</b>	<b>8,136</b>			1,023	12.6	<b>16,544</b>	<b>14,418</b>			2,126	14.7
	16.3%	15.2%					15.5%	14.5%				
Productos (Gastos) Financieros, Neto	-483	-627			144	23.0	-918	-1,294			376	29.1
Utilidad (Pérdida) Cambiaria, Neta	-159	30			-190	-627.3	-394	-60			-333	-551.6
Resultado por posición monetaria	-288	-279			-9	-3.1	-511	-442			-69	-15.6
Costo Integral de Financiamiento	-930	-876			-54	-6.1	-1,822	-1,796			-26	-1.5
Participación en utilidades netas de asociadas <sup>3</sup>	48	178			-129	-72.9	81	258			-177	-68.5
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>8,277</b>	<b>7,438</b>			839	11.3	<b>14,803</b>	<b>12,879</b>			1,923	14.9
Impuesto a la Utilidad	-2,579	-2,239			-339	-15.1	-4,582	-3,877			-704	-18.2
Participación no controladora	-1,006	-976			-30	-3.1	-1,798	-1,686			-112	-6.6
<b>Utilidad Neta</b>	<b>4,693</b>	<b>4,222</b>			470	11.1	<b>8,423</b>	<b>7,316</b>			1,107	15.1
	8.4%	7.9%					7.9%	7.4%				
Depreciación y amortización	2,116	2,244			-128	-5.7	4,262	4,476			-214	-4.8
<b>Flujo Operativo</b>	<b>11,314</b>	<b>10,436</b>			879	8.4	<b>20,865</b>	<b>18,963</b>			1,902	10.0
Flujo Operativo / Ventas Netas	20.2%	19.6%					19.5%	19.1%				

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)

	Junio 30	Diciembre 31	Variación	
	2023	2022	MM MXP	%
<b>ACTIVO</b>				
Efectivo e inversiones temporales	23,086	27,761	-4,675	-16.8
Clientes y cuentas por cobrar	18,194	17,984	211	1.2
Inventarios	10,959	11,643	-684	-5.9
Pagos anticipados y mercancía en tránsito	1,167	950	217	22.8
<b>Suma de Activo Circulante</b>	<b>53,406</b>	<b>58,338</b>	-4,932	-8.5
Inversiones en acciones y otras	9,288	9,188	100	1.1
Inmuebles, planta y equipo	64,925	68,317	-3,391	-5.0
Activos por derecho de uso	988	1,202	-213	-17.8
Otros activos	110,034	119,255	-9,221	-7.7
<b>Suma de Activo Total</b>	<b>238,641</b>	<b>256,300</b>	-17,659	-6.9
<b>PASIVO</b>				
Créditos bancarios	10,693	6,195	4,498	72.6
Proveedores	11,831	14,078	-2,247	-16.0
Pasivos por arrendamiento C.P.	505	546	-41	-7.5
Impuestos, PTU y Otras Ctas por pagar	22,186	21,848	338	1.5
<b>Pasivo de Corto Plazo</b>	<b>45,215</b>	<b>42,667</b>	2,547	6.0
Documentos por pagar de Largo plazo	35,291	40,722	-5,431	-13.3
Pasivos por arrendamiento L.P.	535	715	-180	-25.2
ISR diferido y otros	23,067	24,342	-1,275	-5.2
<b>Total de Pasivo</b>	<b>104,108</b>	<b>108,446</b>	-4,339	-4.0
<b>CAPITAL CONTABLE</b>				
Capital contable minoritario	28,797	30,229	-1,433	-4.7
Capital aportado	958	971	-13	-1.3
Utilidades retenidas	96,355	101,151	-4,795	-4.7
Utilidad o (pérdida) neta	8,423	15,503	-7,080	-45.7
<b>Suma de Capital Contable</b>	<b>134,533</b>	<b>147,854</b>	-13,321	-9.0
<b>Suma de Pasivo y Capital</b>	<b>238,641</b>	<b>256,300</b>	-17,659	-6.9

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

### Estado de Flujo de Efectivo (millones de pesos Mexicanos)

	al 30 de Junio	
	2023	2022
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>14,803</b>	<b>12,879</b>
Depreciación y Amortización	4,262	4,476
Fluctuación cambiaria / Resultado por posición monetaria	904	503
Intereses Devengados (Neto)	918	1,294
Utilidad en venta y deterioro de activo fijo	220	-21
<b>Flujo generado antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>21,107</b>	<b>19,131</b>
Flujo generado /utilizado en la operación	-6,552	-3,857
<b>Flujo neto de efectivo de actividades de operación</b>	<b>14,555</b>	<b>15,273</b>
Actividades de inversión:		
Inversión en activos Fijos (Neta)	-3,442	-4,499
Actividades de financiamiento:		
Dividendos pagados	-6,994	-6,492
Recompra de acciones (Neto)	-3,869	-2,772
Pago pasivo Bancarios	1,277	-542
Intereses pagados	-2,333	-1,930
Adquisición de interés no controlador	0	0
Otros	-334	-309
Flujo neto de efectivo de actividades de financiamiento	-12,252	-12,045
<b>Incremento neto de efectivo y equivalentes</b>	<b>-1,139</b>	<b>-1,271</b>
Diferencia en cambios en el efectivo	-3,537	-612
<b>Saldo inicial efectivo y equivalentes</b>	<b>27,761</b>	<b>32,117</b>
<b>Saldo final efectivo y equivalentes</b>	<b>23,086</b>	<b>30,234</b>

## Información Financiera Adicional

### Información por segmentos 2T23

	Segmentos de Bebidas					Otros Negocios*		Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Eliminaciones		
<b>Volumen por Segmento</b>	<b>368.3</b>	<b>115.5</b>	<b>80.8</b>	<b>32.0</b>	<b>39.4</b>			<b>636.0</b>
<b>Ingresos del Segmento</b>	<b>25,141</b>	<b>18,485</b>	<b>4,256</b>	<b>2,021</b>	<b>2,974</b>	<b>3,714</b>	<b>-540</b>	<b>56,051</b>
Ingresos Intersegmentos	-312	0	-26	0	-2	-200	540	-0
<b>Ingresos netos de transacciones inter-segmentos</b>	<b>24,829</b>	<b>18,485</b>	<b>4,230</b>	<b>2,021</b>	<b>2,973</b>	<b>3,513</b>	<b>0</b>	<b>56,051</b>
Utilidad de operación	5,518	2,609	653	-86	228	236	0	9,159
<b>Flujo Operativo</b>	<b>6,343</b>	<b>3,058</b>	<b>903</b>	<b>99</b>	<b>463</b>	<b>447</b>	<b>0</b>	<b>11,314</b>
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	25.5%	16.5%	21.3%	4.9%	15.6%	12.7%	0.0%	20.2%
Gastos No recurrentes	1	-0	-3	30	3	9	0	40
Depreciación y amortización	825	449	254	155	232	202	0	2,116
Ingresos y Gastos Financieros Neto	-930	31	39	-10	-33	-27	0	-930
Participación en Utilidades Netas de Asociadas	48	0	0	0	0	0	0	48
Utilidad antes de Impuestos	4,636	2,640	692	-96	195	210	0	8,277
<b>Activos Netos Totales</b>	<b>78,358</b>	<b>91,414</b>	<b>35,160</b>	<b>10,943</b>	<b>19,097</b>	<b>12,201</b>	<b>-8,533</b>	<b>238,641</b>
Inversión en Asociadas	8,243	613	0	432	0	0	0	9,288
Pasivos Totales	54,567	31,665	10,249	1,547	4,886	5,088	-3,894	104,108
Inversiones en el periodo de activos fijos	2,636	669	473	269	325	295	0	4,667

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

### Información por segmentos Ene-Jun'23

	Segmentos de Bebidas					Otros Negocios*		Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Eliminaciones		
<b>Volumen por Segmento</b>	<b>666.8</b>	<b>215.9</b>	<b>167.7</b>	<b>72.7</b>	<b>77.2</b>			<b>1,200.3</b>
<b>Ingresos del Segmento</b>	<b>45,276</b>	<b>35,729</b>	<b>8,756</b>	<b>4,694</b>	<b>5,956</b>	<b>7,320</b>	<b>-996</b>	<b>106,735</b>
Ingresos Intersegmentos	-569	0	-44	0	-5	-379	996	-0
<b>Ingresos netos de transacciones inter-segmentos</b>	<b>44,707</b>	<b>35,729</b>	<b>8,712</b>	<b>4,694</b>	<b>5,951</b>	<b>6,942</b>	<b>0</b>	<b>106,735</b>
Utilidad de operación	9,254	4,756	1,490	217	490	337	0	16,544
<b>Flujo Operativo</b>	<b>10,885</b>	<b>5,680</b>	<b>1,998</b>	<b>577</b>	<b>966</b>	<b>760</b>	<b>0</b>	<b>20,865</b>
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	24.3%	15.9%	22.9%	12.3%	16.2%	10.9%	0.0%	19.5%
Gastos No recurrentes	2	-0	4	34	4	14	0	59
Depreciación y amortización	1,629	924	503	326	472	409	0	4,262
Ingresos y Gastos Financieros Neto	-1,768	50	42	-19	-69	-59	0	-1,822
Participación en Utilidades Netas de Asociadas	81	0	0	0	0	0	0	81
Utilidad antes de Impuestos	7,567	4,806	1,532	198	421	279	0	14,803
<b>Activos Netos Totales</b>	<b>78,358</b>	<b>91,414</b>	<b>35,160</b>	<b>10,943</b>	<b>19,097</b>	<b>12,201</b>	<b>-8,533</b>	<b>238,641</b>
Inversión en Asociadas	8,243	613	0	432	0	0	0	9,288
Pasivos Totales	54,567	31,665	10,249	1,547	4,886	5,088	-3,894	104,108
Inversiones en el periodo de activos fijos	2,636	669	473	269	325	295	0	4,667

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

## Deuda Total AC

	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	Total
<b>Perfil de Vencimientos</b>	2,870	9,707	4,105	5,168	6,325	2,997	7,981	6,831	45,984
% del total	6.2%	21.1%	8.9%	11.2%	13.8%	6.5%	17.4%	14.9%	100.0%

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

## Tipo de cambio promedio

	2T23	2T22	YoY
MXN	17.78	20.02	-11.2%
PEN	4.81	5.31	-9.5%
ARS	0.08	0.17	-54.5%

	Ene-Jun'23	Ene-Jun'22	YoY
MXN	18.02	20.23	-10.9%
PEN	4.82	5.36	-10.1%
ARS	0.08	0.18	-52.8%

## Tipo de cambio fin del periodo

	2T23	4T22	1T22
MXN	17.12	18.09	20.14
PEN	4.72	4.81	5.26
ARS	0.07	0.09	0.16

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>