



ARCACONTINENTAL



2T25

REPORTE SEGUNDO

TRIMESTRE

2025

Relación con Inversionistas

Monterrey

Ulises Fernández De Lara

ulises.fernandezdelara@arcacontal.com

Tel.: +52 (81) 8151.1525

Emma Rebeca Pinto

emmarebeca.pinto@arcacontal.com

Tel.: +52 (81) 8151.1814

Nueva York

Melanie Carpenter

Ideal Advisors

melanie@ideal-advisors.com

Asuntos Públicos, Comunicación y Sustentabilidad

Guillermo Garza

guillermo.garza@arcacontal.com

Tel.: +52 (81) 8151.1441

Vicente Chávez

vicente.chavez@arcacontal.com

Tel.: +52 (81) 8151.1400



ARCA CONTINENTAL REPORTA CRECIMIENTO DE 8% DE VENTAS NETAS Y 8.1% DE EBITDA EN 2T25

Monterrey, México, 17 de julio 2025 – 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 2025 y acumulado a junio 2025 (“2T25” y “6M25”).

Tabla 1: Datos Financieros Relevantes

CIFRAS CONSOLIDADAS EN MILLONES DE PESOS MEXICANOS

| | 2T25 | 2T24 | Variación % | Ene-Jun'25 | Ene-Jun'24 | Variación % |
|--------------------------------|--------|--------|-------------|------------|------------|-------------|
| Volumen Total de Bebidas (MCU) | 619.3 | 636.8 | -2.7 | 1,166.7 | 1,202.0 | -2.9 |
| Ventas Netas | 63,427 | 58,702 | 8.0 | 120,466 | 109,445 | 10.1 |
| EBITDA | 13,155 | 12,167 | 8.1 | 23,802 | 21,831 | 9.0 |
| Utilidad Neta | 5,467 | 5,404 | 1.2 | 9,612 | 9,165 | 4.9 |

Volumen total de bebidas incluye garrafón.

Ventas Netas sin incluir Ingresos fuera del territorio (FT) en EUA.

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

DATOS RELEVANTES PARA EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2025

- Ventas Netas incrementaron 8% comparado con el 2T24, alcanzando Ps. 63,427 millones.
- EBITDA aumentó 8.1% a Ps. 13,155 millones, el más alto para un segundo trimestre, con un margen de 20.7%.
- Utilidad Neta fue de Ps. 5,467 millones, un crecimiento de 1.2%, alcanzando un margen de 8.6%.

DATOS RELEVANTES PARA EL PRIMER SEMESTRE DE 2025

- Ventas Netas incrementaron 10.1% comparado con el mismo periodo de 2024, alcanzando Ps. 120,466 millones.
- EBITDA aumentó 9% a Ps. 23,802 millones con un margen de 19.8%.
- Utilidad Neta fue de Ps. 9,612 millones con un crecimiento de 4.9%, con un margen de 8%.

COMENTARIO DEL DIRECTOR GENERAL

“Durante el segundo trimestre de 2025, alcanzamos un aumento en el EBITDA de 8.1% con un margen consolidado de 20.7%, resultado de una probada estrategia de precio-empaque y solida ejecución en el punto de venta. Estos logros reflejan nuestra capacidad de adaptación frente a un entorno de contracción de mercado y la resiliencia de nuestro modelo de negocio sostenible.”, dijo Arturo Gutiérrez, Director General de Arca Continental.

“De cara a la segunda mitad del año, seguiremos fortaleciendo nuestra presencia en los canales de venta con el compromiso de nuestros colaboradores, mayores capacidades de producción y distribución, y una optimización en la estrategia del portafolio hacia productos de mayor valor agregado, consolidando el liderazgo y convicción de generar valor compartido que nos caracteriza en los mercados que servimos.”, añadió.



Resultados Consolidados

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

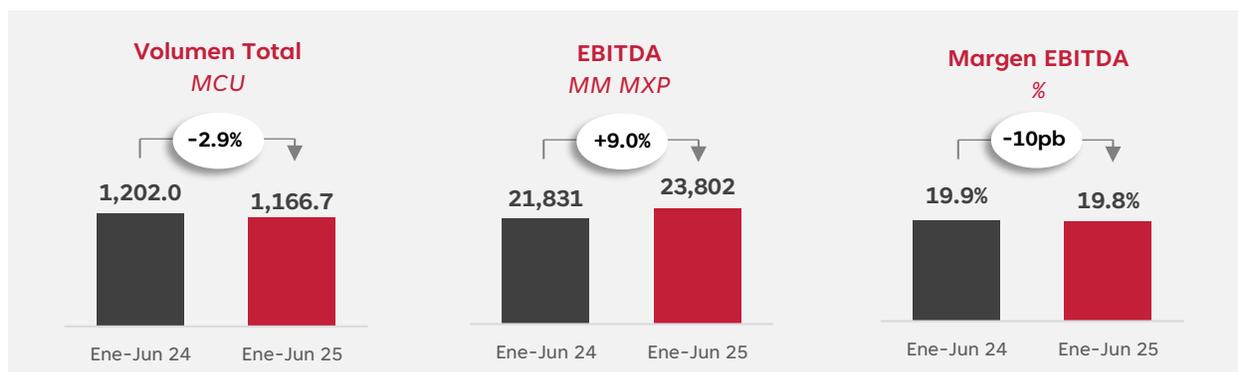


Tabla 2: Cifras consolidadas

| | 2T25 | 2T24 | Variación % | Ene-Jun'25 | Ene-Jun'24 | Variación % |
|--------------------------------------|--------------|--------------|-------------|----------------|----------------|-------------|
| Volumen por segmento (MCU) | | | | | | |
| Colas | 321.1 | 328.1 | -2.1 | 601.5 | 614.3 | -2.1 |
| Sabores | 105.3 | 106.3 | -1.0 | 206.7 | 211.1 | -2.1 |
| Total Refrescos | 426.3 | 434.4 | -1.9 | 808.3 | 825.4 | -2.1 |
| Agua ⁽¹⁾ | 71.4 | 77.5 | -7.8 | 130.3 | 147.3 | -11.6 |
| No Carbonatados ⁽²⁾ | 59.9 | 58.7 | 2.1 | 113.0 | 110.5 | 2.2 |
| Volumen sin garrafón | 557.6 | 570.5 | -2.3 | 1,051.5 | 1,083.3 | -2.9 |
| Garrafón | 61.6 | 66.3 | -7.0 | 115.3 | 118.7 | -2.9 |
| Volumen Total | 619.3 | 636.8 | -2.7 | 1,166.7 | 1,202.0 | -2.9 |
| Estado de Resultados (MM MXP) | | | | | | |
| Ventas Netas ⁽³⁾ | 63,427 | 58,702 | 8.0 | 120,466 | 109,445 | 10.1 |
| EBITDA | 13,155 | 12,167 | 8.1 | 23,802 | 21,831 | 9.0 |
| Margen EBITDA | 20.7% | 20.7% | 0 pb | 19.8% | 19.9% | -10 pb |

⁽¹⁾ Incluye agua purificada, saborizada y mineral, excluyendo garrafón.

⁽²⁾ Incluye té, isotónicos, energéticos, jugos, néctares, bebidas de fruta y bebidas alcohólicas preparadas.

⁽³⁾ Ventas Netas sin incluir Ingresos fuera del territorio (FT) en EUA.



Análisis financiero

ESTADO DE RESULTADOS

- Las Ventas Netas consolidadas del 2T25 incrementaron 8% (2.7%, sin efecto de tipo de cambio) alcanzando Ps. 63,427 millones comparado con el mismo periodo del año anterior. En la primera mitad del año, las ventas registraron Ps. 120,466 millones, un incremento de 10.1% (2.5%, sin efecto de tipo de cambio) respecto al año anterior.
- El Volumen de Ventas consolidado registró una reducción de 2.3% en el 2T25 a 557.6 MCU, excluyendo garrafón. A resaltar, la categoría de bebidas no carbonatadas incrementó 2.1% durante el trimestre. A junio 2025, el Volumen de Ventas, excluyendo garrafón, disminuyó 2.9% a 1,051.5 MCU.
- En el 2T25, el Costo de Ventas aumentó 8.5%, derivado principalmente por el efecto cambiario de nuestras operaciones en dólares. Acumulado en 2025, el Costo de Ventas incrementó 10.6% respecto a 2024.
- La Utilidad Bruta consolidada incrementó 7.5% a Ps. 29,717 millones, reflejando un margen bruto de 46.9%. En la primera mitad del año, la Utilidad Bruta fue de Ps. 56,140 millones, un aumento de 9.5% respecto al año anterior, representando un margen de 46.6%.
- Los Gastos de Administración y Venta crecieron 7.6% a Ps. 19,292 millones en el 2T25. En el acumulado a junio 2025, aumentó 10.6% a Ps. 37,902 millones, representando una razón de gasto sobre ventas de 31.5%.
- En el 2T25, la Utilidad de Operación consolidada fue de Ps. 10,628 millones, 7.2% mayor respecto al 2T24, reflejando un margen de operación de 16.8% y una contracción de 10 puntos base. En los primeros seis meses del año, la Utilidad de Operación incrementó 7.4% a Ps. 18,734 millones, con un margen de 15.6% y una contracción de 30 puntos base respecto al mismo periodo del año anterior.
- El EBITDA consolidado en el trimestre creció 8.1% (2.9% sin efecto de tipo de cambio) a Ps. 13,155 millones registrando un margen EBITDA de 20.7%, en línea respecto al año anterior. En la primera mitad del 2025, el EBITDA registró Ps. 23,801 millones, un incremento de 9% (2% sin efecto de tipo de cambio) y un margen de 19.8%, representando una dilución de 10 puntos base respecto al año anterior.
- El Costo Integral de Financiamiento en el 2T25 fue de Ps. 968 millones, derivado de un menor beneficio por el efecto cambiario. En el año, el CIF fue de Ps. 1,755 millones.
- En el 2T25, el Impuesto a la Utilidad fue de Ps. 3,099 millones, un aumento del 3.1% con respecto al mismo periodo del año anterior y registrando una tasa efectiva de 31.8%. En el primer semestre de 2025, el Impuesto a la Utilidad incrementó 9.5% a Ps. 5,475 millones y representó una tasa efectiva de 31.9%.
- Para el 2T25, la Utilidad Neta alcanzó los Ps. 5,467 millones, un crecimiento del 1.2% y un margen neto de 8.6%. En el acumulado del 2025, la Utilidad Neta fue de Ps. 9,611 millones, un aumento de 4.9% comparado con 2024 y un margen de 8%.

BALANCE GENERAL Y FLUJO DE EFECTIVO

- El Saldo en Caja al cierre de junio 2025 fue de Ps. 26,647 millones y la deuda total fue de Ps. 57,747 millones, resultando en una deuda neta de caja de Ps. 31,099 millones. La razón de Deuda Neta/EBITDA fue de 0.6 veces.
- El Flujo de Efectivo Neto de operación fue de Ps. 16,710 millones al 30 de junio de 2025.
- La Inversión en Activos Fijos en el periodo fue de Ps. 8,279 millones, principalmente destinada a la expansión de nuestras capacidades comerciales y de producción.



México

La región de México incluye los resultados de los negocios de bebidas y botanas, así como otros negocios.

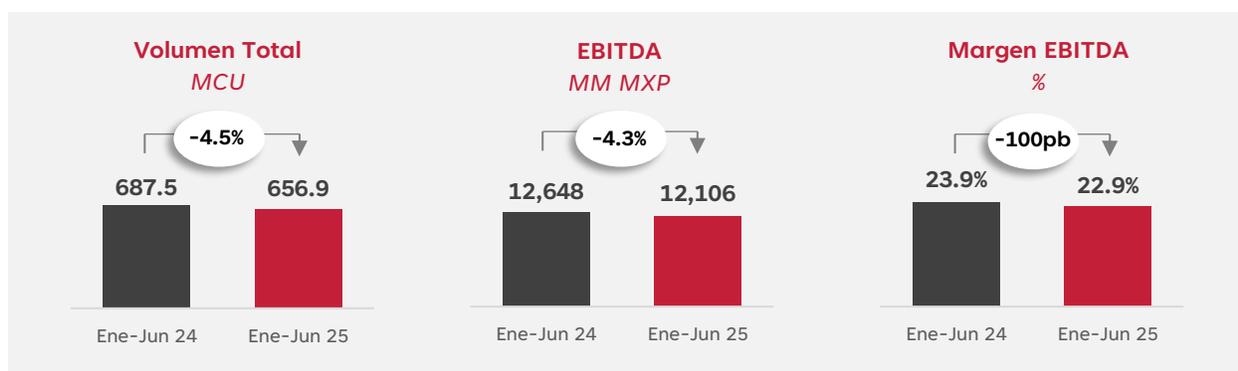


Tabla 3: Cifras para México

| | 2T25 | 2T24 | Variación % | Ene-Jun'25 | Ene-Jun'24 | Variación % |
|--------------------------------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|-------------|
| Volumen por segmento (MCU) | | | | | | |
| Colas | 206.9 | 214.2 | -3.4 | 376.6 | 386.8 | -2.6 |
| Sabores | 33.3 | 34.8 | -4.1 | 59.0 | 62.6 | -5.7 |
| Total Refrescos | 240.2 | 249.0 | -3.5 | 435.7 | 449.4 | -3.1 |
| Agua ⁽¹⁾ | 37.3 | 44.3 | -15.7 | 60.2 | 76.1 | -20.9 |
| No Carbonatados ⁽²⁾ | 27.0 | 26.6 | 1.3 | 49.4 | 47.4 | 4.3 |
| Volumen sin Garrafón | 304.5 | 319.8 | -4.8 | 545.3 | 572.9 | -4.8 |
| Garrafón | 60.0 | 64.5 | -7.0 | 111.6 | 114.6 | -2.7 |
| Volumen Total | 364.5 | 384.4 | -5.2 | 656.9 | 687.5 | -4.5 |
| Mezclas (%) | | | | | | |
| Retornable | 26.7% | 27.3% | -0.6 | 27.0% | 27.6% | -0.6 |
| No Retornable | 73.3% | 72.7% | 0.6 | 73.0% | 72.4% | 0.6 |
| Familiar | 58.6% | 57.2% | 1.4 | 58.7% | 57.4% | 1.3 |
| Personal | 41.4% | 42.8% | -1.4 | 41.3% | 42.6% | -1.3 |
| Estado de Resultados (MM MXP) | | | | | | |
| Ventas Netas | 29,422 | 29,510 | -0.3 | 52,751 | 52,822 | -0.1 |
| EBITDA | 7,251 | 7,473 | -3.0 | 12,106 | 12,648 | -4.3 |
| Margen EBITDA | 24.6% | 25.3% | -70 pb | 22.9% | 23.9% | -100 pb |

⁽¹⁾ Incluye agua purificada, saborizada y mineral, excluyendo garrafón.

⁽²⁾ Incluye té, isotónicos, energéticos, jugos, néctares, bebidas de fruta y bebidas alcohólicas preparadas.



RESULTADOS OPERATIVOS PARA MÉXICO

- Las Ventas Netas en México se mantuvieron estables en el segundo trimestre y en el acumulado de 2025 alcanzando Ps. 29,422 millones y Ps. 52,751 millones, respectivamente.
- El Volumen de Ventas alcanzó las 304.5 MCU para el 2T25 y las 545.3 MCU para el 6M25, ambas excluyendo garrafón.
- El precio promedio por caja unidad, sin garrafón, tuvo un incremento de 5.1% alcanzando los Ps. 90.38, como resultado de ajustes selectivos de precio en el portafolio e impulsado por el crecimiento en la categoría de bebidas no carbonatadas.
- El EBITDA para el segundo trimestre disminuyó 3%, alcanzando los Ps. 7,251 millones. Esto representa un margen del 24.6% y una contracción de 70 puntos base. En el 2025, el EBITDA se redujo 4.3% a Ps. 12,106 millones, representando un margen de 22.9% y una contracción de 100 puntos base comparado con el mismo periodo de 2024.
- La categoría de bebidas no carbonatadas registró un crecimiento del 1.3% durante el trimestre, impulsado principalmente por los segmentos de té helado, bebidas energéticas y bebidas de fruta con crecimientos de 21.4%, 12.2% y 3.4% respectivamente.
- Coca-Cola Zero registró un sólido crecimiento de 23.9% debido a su expansión de cobertura en nuestros territorios y constantes iniciativas de innovación.
- Durante el segundo trimestre, se continuó con la estrategia de asequibilidad al introducir las presentaciones de 450 mL de PET no retornable, 1L retornable y 250 mL no retornable.
- Se continuó con la expansión de cobertura de la presentación de PET retornable de 1.5L para colas y sabores mediante diferentes campañas e iniciativas que fueron implementadas en el canal tradicional.
- Continuaremos colaborando con nuestros clientes en el canal tradicional durante el año a través de la introducción de enfriadores y mejorando la ejecución en tiendas.
- En cuanto al negocio de botanas en México, Bokados registró un aumento de ventas de un dígito-medio y alcanzó su trigésimo primer trimestre consecutivo de crecimiento de ingresos. Durante este trimestre, se continuó con la captura de clientes y colocación de más de once mil exhibidores.



Estados Unidos

La región de Estados Unidos incluye el negocio de bebidas de Arca Continental-Coca-Cola Southwest Beverages (AC-CCSWB) y los negocios de botanas.

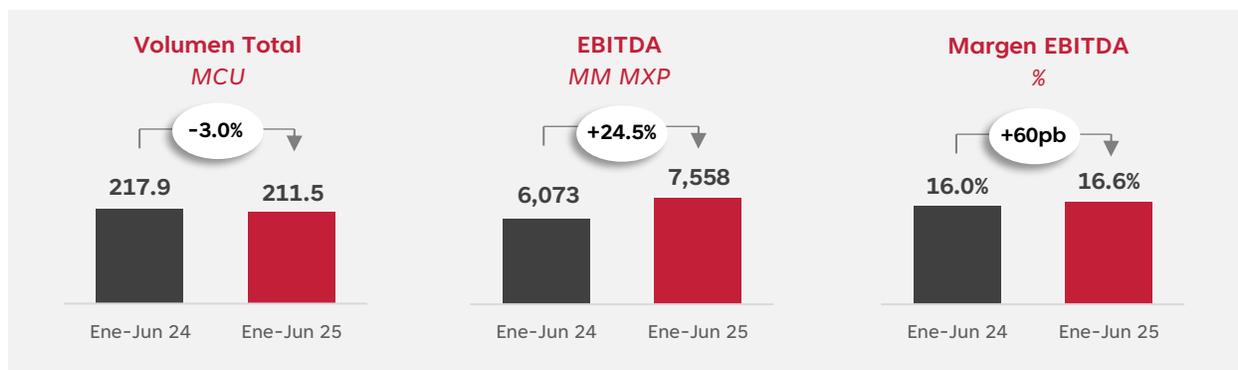


Tabla 4: Cifras para Estados Unidos

| | 2T25 | 2T24 | Variación % | Ene-Jun'25 | Ene-Jun'24 | Variación % |
|--------------------------------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|-------------|
| Volumen por segmento (MCU) | | | | | | |
| Colas | 50.6 | 51.9 | -2.5 | 94.8 | 99.3 | -4.6 |
| Sabores | 30.1 | 29.6 | 1.7 | 56.6 | 56.5 | 0.2 |
| Total Refrescos | 80.7 | 81.5 | -1.0 | 151.4 | 155.8 | -2.8 |
| Agua ⁽¹⁾ | 13.7 | 13.9 | -1.7 | 23.5 | 26.1 | -10.2 |
| No Carbonatados ⁽²⁾ | 20.2 | 19.8 | 2.0 | 36.6 | 36.0 | 1.8 |
| Volumen Total | 114.6 | 115.2 | -0.6 | 211.5 | 217.9 | -3.0 |
| Mezclas (%) | | | | | | |
| Familiar | 65.0% | 65.2% | -0.2 | 65.3% | 66.0% | -0.7 |
| Personal | 35.0% | 34.8% | 0.2 | 34.7% | 34.0% | 0.7 |
| Estado de Resultados (MM MXP) | | | | | | |
| Ventas Netas ⁽³⁾ | 23,885 | 20,139 | 18.6 | 45,574 | 37,981 | 20.0 |
| EBITDA | 4,156 | 3,342 | 24.4 | 7,558 | 6,073 | 24.5 |
| Margen EBITDA | 17.4% | 16.6% | 80 pb | 16.6% | 16.0% | 60 pb |

⁽¹⁾ Incluye agua purificada, saborizada y mineral en presentaciones de hasta 1.5 litros.

⁽²⁾ Incluye téis, isotónicos, energéticos, jugos, néctares y bebidas de fruta.

⁽³⁾ Ventas Netas sin incluir Ingresos fuera del territorio (FT) en EUA.



RESULTADOS OPERATIVOS PARA ESTADOS UNIDOS

- En el 2T25, las Ventas Netas incrementaron 18.6% (4.3% en moneda local) a Ps. 23,884 millones. En los primeros seis meses del año, aumentaron 20% (2.8% en moneda local) a Ps. 45,574 millones.
- El Volumen de Ventas tuvo una ligera contracción de 0.6% en el trimestre y de 3% en el acumulado del año, resultando en 114.6 y 211.5 MCU respectivamente.
- El EBITDA en Estados Unidos registró un aumento del 24.4% (9.6% en moneda local), alcanzando los Ps. 4,156 millones. Este incremento se traduce en un margen del 17.4%, lo que representa una expansión de 80 puntos base en comparación al segundo trimestre de 2024. Acumulado en 2025, el EBITDA registró Ps. 7,557 millones, un crecimiento de 24.5% (6.8% en moneda local) para un margen de 16.6%, con una expansión de 60 puntos base.
- Este periodo ha sido el más rentable para un segundo trimestre desde el inicio de nuestras operaciones en Estados Unidos y el vigésimo noveno consecutivo de crecimiento en EBITDA.
- El precio promedio por caja unidad creció 4.5% llegando a \$10.07 dólares con un aumento del 2.9% de la tasa real, impulsado por el desempeño positivo de empaques de alto margen junto con optimizaciones del gasto promocional.
- Durante el trimestre, continuamos con nuestro enfoque en empaques de alto margen: mini-latas de 10 unidades, que aumentaron 22%, Smartwater y Vitaminwater, que incrementaron 11% y 9.3%, respectivamente.
- En el 2T25, se incrementó la mezcla de portafolio de las presentaciones personales, con un incremento de 0.2 puntos porcentuales respecto al año anterior.
- Nuestro portafolio de bebidas bajas en calorías registró un crecimiento en volumen del 7.3% en el trimestre, impulsado principalmente por el desempeño de Coca-Cola Zero, Diet Coke y Sprite Zero.
- Durante el trimestre, Coca-Cola Zero registró un crecimiento del 8%, mientras que nuestro portafolio de bebidas no carbonatadas mostró un incremento del 2%, impulsado principalmente por el sólido desempeño de las marcas Fairlife Core Power, BodyArmor y Monster con crecimientos de 27.2%, 6.8%, 4.7%. Estos resultados reflejan una mayor preferencia del consumidor en estas categorías y una mejor adopción por parte de nuestros clientes.
- Topo Chico registró un crecimiento del 16.8% durante el trimestre, destacando Topo Chico Sabores con un incremento del 5.7% en comparación con el mismo periodo del año anterior.
- Nuestra funcionalidad de Pedido Sugerido fue implementada exitosamente, lo que representa una cobertura del 6.5% del volumen total de CCSWB.
- Durante el trimestre, se anunció una alianza con el Comité Organizador del Mundial de la FIFA en el Norte de Texas, mediante la cual nos convertiremos en patrocinadores oficiales de la ciudad sede para el torneo del próximo año. Participaremos activamente en los programas del Mundial en la ciudad y desplegaremos una identidad visual específica, que incluirá camiones de reparto con diseño personalizado. Asimismo, mantenemos una colaboración similar con el Comité Organizador en Houston.
- Durante el trimestre, Wise Snacks capturó beneficios derivados de iniciativas de optimización de costos e introdujo nuevos exhibidores, con el objetivo de elevar la ejecución en el punto de venta, mejorar la visibilidad de la marca y enriquecer la experiencia general del consumidor.



Sudamérica

La región de Sudamérica incluye los negocios de bebidas de Perú, Argentina, Ecuador y el de botanas Inalecsa en Ecuador.

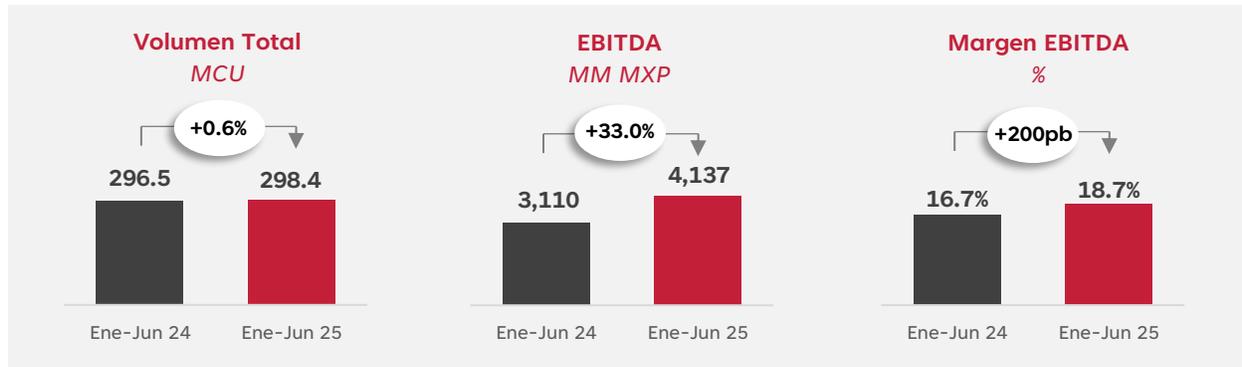


Tabla 5: Cifras para Sudamérica

| | 2T25 | 2T24 | Variación % | Ene-Jun'25 | Ene-Jun'24 | Variación % |
|--------------------------------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|-------------|
| Volumen por segmento (MCU) | | | | | | |
| Colas | 63.6 | 62.0 | 2.7 | 130.1 | 128.2 | 1.5 |
| Sabores | 41.8 | 42.0 | -0.3 | 91.1 | 92.1 | -1.0 |
| Total Refrescos | 105.5 | 104.0 | 1.5 | 221.2 | 220.2 | 0.5 |
| Agua ⁽¹⁾ | 20.4 | 19.3 | 5.8 | 46.6 | 45.1 | 3.3 |
| No Carbonatados ⁽²⁾ | 12.7 | 12.2 | 3.9 | 26.9 | 27.1 | -0.8 |
| Volumen sin Garrafón | 138.6 | 135.4 | 2.3 | 294.7 | 292.4 | 0.8 |
| Garrafón | 1.6 | 1.7 | -6.2 | 3.7 | 4.1 | -10.2 |
| Volumen Total | 140.2 | 137.2 | 2.2 | 298.4 | 296.5 | 0.6 |
| Mezclas (%) | | | | | | |
| Retornable | 30.0% | 31.3% | -1.3 | 30.2% | 31.3% | -1.1 |
| No Retornable | 70.0% | 68.7% | 1.3 | 69.8% | 68.7% | 1.1 |
| Familiar | 65.3% | 65.6% | -0.3 | 66.1% | 65.8% | 0.3 |
| Personal | 34.7% | 34.4% | 0.3 | 33.9% | 34.2% | -0.3 |
| Estado de Resultados (MM MXP) | | | | | | |
| Ventas Netas | 10,120 | 9,053 | 11.8 | 22,141 | 18,641 | 18.8 |
| EBITDA | 1,748 | 1,353 | 29.2 | 4,137 | 3,110 | 33.0 |
| Margen EBITDA | 17.3% | 14.9% | 240 pb | 18.7% | 16.7% | 200 pb |

⁽¹⁾ Incluye agua purificada, saborizada y mineral, excluyendo garrafón.

⁽²⁾ Incluye téis, isotónicos, energéticos, jugos, néctares, bebidas de fruta y bebidas alcohólicas preparadas.



RESULTADOS OPERATIVOS PARA SUDAMÉRICA

- Durante este trimestre, las Ventas Netas de la región de Sudamérica alcanzaron los Ps. 10,120 millones, un aumento del 11.8%. Acumulado en 2025, aumentaron 18.8% a Ps. 22,140 millones.
- El Volumen en la región, excluyendo garrafón, aumentó 2.3% a 138.6 MCU en el 2T25 y 0.8% a 294.7 MCU en el acumulado del año. Demostrando señales graduales de recuperación de la región y sus volúmenes.

Perú

- El Volumen de Ventas en Perú, sin incluir garrafón, incrementó 2% en el 2T25 y se redujo 1.5% en el 6M25. Este desempeño trimestral fue impulsado principalmente por el sub-canal de supermercados, que registró un crecimiento del 5.9% frente al mismo periodo del año anterior, así como por las campañas conmemorativas del 90º aniversario de Inca Kola.
- Durante el segundo trimestre, el segmento de aguas saborizadas tuvo un sólido crecimiento del 30.4%, mientras que las categorías de bebidas deportivas y energéticas también contribuyeron positivamente, con crecimientos del 10.5% y 5.1%, respectivamente.
- Durante el segundo trimestre, el precio neto por caja unidad registró un incremento del 1.9%. Este aumento se atribuye a ajustes selectivos, al incremento en la mezcla de las categorías de bebidas no carbonatadas y al resultado de promociones en los canales tradicional y moderno.

Ecuador

- El Volumen de Ventas disminuyó 3.1% en el 2T25 y 5.3% en el acumulado del año, derivado del contexto de volatilidad en el entorno actual y la contracción en el consumo del país. Sin embargo, observamos una recuperación secuencial, respaldada por nuestra estrategia de asequibilidad y por las inversiones continuas en empaques retornables.
- Coca-Cola Zero creció 6% en el trimestre, impulsada por el formato de PET 1.6L y un sólido desempeño en los canales tradicional y moderno donde aumenta 11.6% y 5%, respectivamente.
- Durante el 2T25, implementamos la campaña “Comparte una Coca-Cola” donde se capturó valor dentro del segmento de colas en presentaciones personales no retornables.
- Inalecsa, el negocio de botanas en Ecuador, registró expansión de márgenes. Este crecimiento fue resultado de la ejecución de iniciativas de productividad, captación de nuevos clientes y colocación de más de seis mil exhibidores nuevos.

Argentina

- Durante el segundo trimestre, el Volumen de Ventas en Argentina aumentó un 11.6%, presentando crecimiento en todas las categorías. En la primera mitad del año, el Volumen de Ventas registró un incremento del 16.1%.
- En el 2T25, las categorías de colas y de bebidas no carbonatadas presentaron crecimientos de 13.5% y 32.2%, respectivamente. Dentro de los no carbonatados, el crecimiento fue impulsado por las bebidas energéticas, bebidas de soya y aguas saborizadas con crecimientos de 56.8%, 20.8% y 12.7%.
- El canal tradicional presentó un aumento del 5.6% como resultado de la expansión de la cobertura de enfriadores y mejores condiciones macroeconómicas para el consumo.



Sostenibilidad

- Arca Continental se posicionó entre las 10 principales compañías de la sub-industria de bebidas carbonatadas, al mejorar nuestra calificación en el ESG Risk Rating de Morningstar Sustainability.
- Por décimo año consecutivo, fuimos incluidos en el índice FTSE4Good.
- Lanzamos en Argentina la botella de Sprite elaborada con 100% de material reciclado, reforzando nuestro compromiso con la economía circular.
- En México, realizamos la expansión de nuestro centro de acopio de PET en San Luis Potosí con una inversión de Ps. 56.5 millones. Siendo este el primer centro de acopio en Monclova, fortaleciendo así nuestra capacidad de recolección.



Eventos Recientes

- El 9 de junio de 2025, se distribuyó un dividendo extraordinario de \$3.50 pesos por acción, que, sumado al dividendo ordinario de \$4.12 pesos pagado en abril, representa un total de \$7.62 pesos por acción en el año. Esto representa un *payout ratio* de 66% de las utilidades retenidas y un rendimiento por dividendo del 3.8%.
- Se inauguró el Centro de Distribución más grande de Arca Continental, ubicado en Tonalá, Jalisco, el cual atenderá a más de 40 mil clientes en la zona metropolitana de Guadalajara.
- Se inauguró el nuevo Centro de Distribución en Waco, Texas, una instalación de 120,000 pies cuadrados diseñada para optimizar nuestras operaciones y fortalecer nuestro servicio en la región.
- El 23 de junio Fitch Ratings ratificó la calificación de Arca Continental y AC Bebidas, tanto a nivel global como nacional. Reafirmó 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.
- Se suscribieron acuerdos para adquirir Imperial, LLC y operar territorios en el negocio de máquinas y plataformas “vending” en Estados Unidos.
- Se anunció la adquisición de un segundo ingenio azucarero en Tucumán, Argentina. Esta adquisición permitirá ampliar nuestra capacidad de producción y fortalecer la integración vertical en azúcar de caña.



DATOS DE LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Arca Continental llevará a cabo una conferencia telefónica el 17 de julio de 2025 a las 9:00 am hora de México/Monterrey, 11:00 am hora de Nueva York. Para participar por medio del webcast favor de ingresar a arcacontal.com o via telefónica en los siguientes números:

Para participar, por favor marque:

+1-800-245-3047 (Participantes basados en Estados Unidos)

+1-203-518-9765 (Participantes internacionales)

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 98 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 130 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. 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)

| | 2T25 | 2T24 | Variación | | Ene-Jun'25 | Ene-Jun'24 | Variación | |
|---|---------------|---------------|-----------|--------|----------------|----------------|-----------|--------|
| | | | MM MXP | % | | | MM MXP | % |
| Ventas Netas | 63,427 | 58,702 | 4,725 | 8.0 | 120,466 | 109,445 | 11,021 | 10.1 |
| Costo de Ventas | 33,709 | 31,063 | 2,646 | 8.5 | 64,325 | 58,186 | 6,139 | 10.6 |
| Utilidad Bruta | 29,718 | 27,639 | 2,079 | 7.5 | 56,140 | 51,259 | 4,882 | 9.5 |
| | 46.9% | 47.1% | | | 46.6% | 46.8% | | |
| Gastos de Venta | 16,340 | 15,228 | 1,113 | 7.3 | 32,056 | 28,997 | 3,059 | 10.5 |
| Gastos de Administración | 2,952 | 2,708 | 244 | 9.0 | 5,847 | 5,285 | 563 | 10.6 |
| Total de Gastos | 19,293 | 17,936 | 1,357 | 7.6 | 37,903 | 34,282 | 3,621 | 10.6 |
| | 30.4% | 30.6% | | | 31.5% | 31.3% | | |
| Gastos no recurrentes | 61 | 45 | 17 | 36.8 | 108 | 63 | 45 | 71.6 |
| Utilidad de operación antes de otros ingresos | 10,364 | 9,658 | 706 | 7.3 | 18,129 | 16,914 | 1,215 | 7.2 |
| Otros ingresos (Gastos) ⁽¹⁾ | 264 | 256 | 8 | 3.2 | 605 | 532 | 73 | 13.8 |
| Utilidad de operación | 10,628 | 9,914 | 714 | 7.2 | 18,734 | 17,446 | 1,289 | 7.4 |
| | 16.8% | 16.9% | | | 15.6% | 15.9% | | |
| Productos (Gastos) Financieros, Neto | -940 | -705 | -235 | -33.3 | -1,667 | -1,381 | -286 | -20.7 |
| Utilidad (Pérdida) Cambiaria, Neta | 60 | 339 | -279 | 82.3 | 96 | 382 | -286 | 74.8 |
| Resultado por posición monetaria | -88 | -98 | 10 | 10.6 | -185 | -379 | 194 | 51.2 |
| Costo Integral de Financiamiento | -968 | -465 | -503 | -108.3 | -1,756 | -1,379 | -377 | -27.3 |
| Participación en utilidades netas de asociadas ⁽²⁾ | 91 | 51 | 40 | 78.5 | 194 | -25 | 219 | -867.7 |
| Utilidad antes de impuestos | 9,751 | 9,501 | 250 | 2.6 | 17,172 | 16,042 | 1,131 | 7.0 |
| Impuesto a la Utilidad | -3,100 | -3,007 | -93 | 3.1 | -5,475 | -5,002 | -473 | 9.5 |
| Participación no controladora | -1,184 | -1,089 | -95 | -8.7 | -2,085 | -1,874 | -211 | -11.3 |
| Utilidad Neta | 5,467 | 5,404 | 63 | 1.2 | 9,612 | 9,165 | 447 | 4.9 |
| | 8.6% | 9.2% | | | 8.0% | 8.4% | | |
| Depreciación y amortización | 2,466 | 2,208 | 258 | 11.7 | 4,959 | 4,322 | 637 | 14.7 |
| EBITDA | 13,155 | 12,167 | 988 | 8.1 | 23,802 | 21,831 | 1,971 | 9.0 |
| Margen EBITDA | 20.7% | 20.7% | | | 19.8% | 19.9% | | |

EBITDA = Utilidad de Operación + Depreciación y Amortización + Gastos No Recurrentes.

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

⁽²⁾ Incluye método de participación en asociadas no operativas como PIASA, PetStar, Beta San Miguel, entre otras.



Balance General Consolidado

(Millones de pesos Mexicanos)

| | Junio 30 | Diciembre 31 | Variación | |
|---|----------------|----------------|----------------|-------------|
| | 2025 | 2024 | MM MXP | % |
| ACTIVO | | | | |
| Efectivo e inversiones temporales | 26,647 | 29,545 | -2,897 | -9.8 |
| Clientes y cuentas por cobrar | 21,142 | 23,552 | -2,410 | -10.2 |
| Inventarios | 14,483 | 13,182 | 1,301 | 9.9 |
| Pagos anticipados y mercancía en tránsito | 2,110 | 1,385 | 726 | 52.4 |
| Suma de Activo Circulante | 64,383 | 67,663 | -3,280 | -4.8 |
| Inversiones en acciones y otras | 14,207 | 13,518 | 689 | 5.1 |
| Inmuebles, planta y equipo | 83,324 | 83,097 | 227 | 0.3 |
| Activos por derecho de uso | 1,450 | 1,567 | -116 | -7.4 |
| Otros activos | 120,252 | 126,792 | -6,540 | -5.2 |
| Suma de Activo Total | 283,616 | 292,636 | -9,020 | -3.1 |
| PASIVO | | | | |
| Créditos bancarios | 17,210 | 3,365 | 13,845 | 411.5 |
| Proveedores | 14,195 | 15,485 | -1,289 | -8.3 |
| Pasivos por arrendamiento C.P. | 650 | 649 | 1 | 0.1 |
| Impuestos, PTU y Otras Ctas por pagar | 24,372 | 25,969 | -1,597 | -6.1 |
| Pasivo de Corto Plazo | 56,427 | 45,467 | 10,960 | 24.1 |
| Documentos por pagar de Largo plazo | 40,537 | 45,149 | -4,613 | -10.2 |
| Pasivos por arrendamiento L.P. | 818 | 917 | -98 | -10.7 |
| ISR diferido y otros | 26,628 | 27,199 | -571 | -2.1 |
| Total de Pasivo | 124,411 | 118,732 | 5,679 | 4.8 |
| CAPITAL CONTABLE | | | | |
| Capital contable minoritario | 32,618 | 36,109 | -3,491 | -9.7 |
| Capital aportado | 945 | 945 | 0 | 0.0 |
| Utilidades retenidas | 116,031 | 117,287 | -1,257 | -1.1 |
| Utilidad o (pérdida) neta | 9,612 | 19,563 | -9,951 | -50.9 |
| Suma de Capital Contable | 159,206 | 173,904 | -14,699 | -8.5 |
| Suma de Pasivo y Capital | 283,616 | 292,636 | -9,020 | -3.1 |



Estado de Flujo de Efectivo

(Millones de pesos Mexicanos)

| | al 30 de Junio | |
|---|----------------|---------------|
| | 2025 | 2024 |
| Utilidad Antes de Impuestos | 17,172 | 16,042 |
| Depreciación y Amortización | 4,959 | 4,322 |
| Fluctuación cambiaria / Resultado por posición monetaria | 89 | -2 |
| Intereses Devengados (Neto) | 1,667 | 1,381 |
| Utilidad en venta y deterioro de activo fijo | 118 | 409 |
| Flujo generado antes de impuestos a la utilidad | 24,005 | 22,152 |
| Flujo generado /utilizado en la operación | -7,295 | -5,257 |
| Flujo neto de efectivo de actividades de operación | 16,710 | 16,895 |
| Actividades de inversión: | | |
| Inversión en activos Fijos (Neta) | -8,503 | -5,150 |
| Actividades de financiamiento: | | |
| Dividendos pagados | -16,574 | -7,714 |
| Recompra de acciones (Neto) | 133 | -173 |
| Financiamiento (Pago) de pasivos Bancarios | 10,730 | 13 |
| Intereses pagados | -2,687 | -2,584 |
| Otros | -427 | -342 |
| Flujo neto de efectivo de actividades de financiamiento | -8,825 | -10,800 |
| Incremento neto de efectivo y equivalentes | -617 | 945 |
| Diferencia en cambios en el efectivo | -2,280 | 1,577 |
| Saldo inicial efectivo y equivalentes | 29,545 | 22,128 |
| Saldo final efectivo y equivalentes | 26,647 | 24,650 |



Información Financiera Adicional

Información por segmentos 2T25

| | Segmentos de Bebidas | | | | | Otros Negocios ⁽²⁾ | | Total |
|--|----------------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|-------------------------------|----------------|----------------|
| | México | EE. UU. ⁽¹⁾ | Perú | Argentina | Ecuador | Eliminaciones | | |
| Volumen por Segmento | 364.5 | 114.6 | 74.2 | 28.0 | 37.9 | | | 619.3 |
| Ingresos del Segmento | 27,841 | 22,509 | 4,655 | 1,768 | 3,128 | 4,159 | -634 | 63,427 |
| <i>Ingresos Intersegmentos</i> | -381 | 0 | -48 | 0 | -3 | -201 | 634 | 0 |
| Ingresos netos de transacciones inter-segmentos | 27,460 | 22,509 | 4,607 | 1,768 | 3,125 | 3,958 | 0 | 63,427 |
| <i>Utilidad de operación</i> | 6,036 | 3,483 | 649 | -51 | 207 | 305 | 0 | 10,628 |
| Flujo Operativo | 6,963 | 4,006 | 969 | 126 | 541 | 551 | 0 | 13,155 |
| <i>Flujo Operativo / Ingresos del Segmento</i> | 25.4% | 17.8% | 21.0% | 7.1% | 17.3% | 13.9% | 0.0% | 20.7% |
| <i>Gastos No recurrentes</i> | 1 | 0 | 1 | 2 | 39 | 18 | 0 | 61 |
| <i>Depreciación y amortización</i> | 926 | 523 | 319 | 175 | 294 | 229 | 0 | 2,466 |
| <i>Ingresos y Gastos Financieros Neto</i> | -871 | 42 | 44 | -106 | -51 | -26 | 0 | -968 |
| <i>Participación en Utilidades Netas de Asociadas</i> | 91 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 91 |
| <i>Utilidad antes de Impuestos</i> | 5,255 | 3,526 | 693 | -158 | 157 | 279 | 0 | 9,751 |
| Activos Netos Totales | 99,719 | 106,798 | 39,950 | 12,213 | 22,458 | 17,055 | -14,577 | 283,616 |
| <i>Inversión en Asociadas</i> | 13,244 | 847 | 0 | 116 | 0 | 0 | 0 | 14,207 |
| Pasivos Totales | 139,043 | 35,751 | 10,730 | 1,915 | 5,377 | 5,222 | -73,289 | 124,749 |
| <i>Inversiones en el periodo de activos fijos</i> | 3,798 | 1,724 | 801 | 909 | 552 | 311 | 0 | 8,095 |

⁽¹⁾ Excluyendo el cambio en la distribución de Dasani 16.9 oz 32pk, el volumen reportado para CCSWB habría crecido 0.2% en total durante el trimestre.

⁽²⁾ Otros Incluye División de Alimentos y Botanas, Vending y otras subsidiarias no relacionadas al segmento de Bebidas.

Información por segmentos Ene-Jun'25

| | Segmentos de Bebidas | | | | | Otros Negocios ⁽²⁾ | | Total |
|--|----------------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|-------------------------------|----------------|----------------|
| | México | EE. UU. ⁽¹⁾ | Perú | Argentina | Ecuador | Eliminaciones | | |
| Volumen por Segmento | 656.9 | 211.5 | 160.2 | 64.0 | 74.1 | | | 1,166.7 |
| Ingresos del Segmento | 49,559 | 42,856 | 10,110 | 4,741 | 6,185 | 8,152 | -1,137 | 120,466 |
| <i>Ingresos Intersegmentos</i> | -686 | 0 | -99 | 0 | -8 | -345 | 1,137 | 0 |
| Ingresos netos de transacciones inter-segmentos | 48,873 | 42,856 | 10,012 | 4,741 | 6,177 | 7,807 | 0 | 120,466 |
| <i>Utilidad de operación</i> | 9,786 | 6,263 | 1,599 | 191 | 440 | 456 | 0 | 18,734 |
| Flujo Operativo | 11,618 | 7,294 | 2,263 | 582 | 1,089 | 955 | 0 | 23,802 |
| <i>Flujo Operativo / Ingresos del Segmento</i> | 23.8% | 17.0% | 22.6% | 12.3% | 17.6% | 12.2% | 0.0% | 19.8% |
| <i>Gastos No recurrentes</i> | 12 | 0 | 11 | 3 | 54 | 28 | 0 | 108 |
| <i>Depreciación y amortización</i> | 1,821 | 1,031 | 653 | 388 | 595 | 471 | 0 | 4,959 |
| <i>Ingresos y Gastos Financieros Neto</i> | -1,659 | 125 | 87 | -173 | -102 | -34 | 0 | -1,756 |
| <i>Participación en Utilidades Netas de Asociadas</i> | 194 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 194 |
| <i>Utilidad antes de Impuestos</i> | 8,321 | 6,388 | 1,686 | 18 | 338 | 422 | 0 | 17,172 |
| Activos Netos Totales | 99,719 | 106,798 | 39,950 | 12,213 | 22,458 | 17,055 | -14,577 | 283,616 |
| <i>Inversión en Asociadas</i> | 13,244 | 847 | 0 | 116 | 0 | 0 | 0 | 14,207 |
| Pasivos Totales | 139,043 | 35,751 | 10,391 | 1,915 | 5,377 | 5,222 | -73,289 | 124,411 |
| <i>Inversiones en el periodo de activos fijos</i> | 3,798 | 1,724 | 801 | 909 | 552 | 311 | 0 | 8,095 |

⁽¹⁾ Excluyendo el cambio en la distribución de Dasani 16.9 oz 32pk, el volumen reportado para CCSWB se habría contraído 1.7% en total acumulado a la fecha.

⁽²⁾ Otros Incluye División de Alimentos y Botanas, Vending y otras subsidiarias no relacionadas al segmento de Bebidas.



Deuda Total AC

| | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | ... | 2032 | ... | 2034 | Total |
|-------------------------------|-------|--------|--------|-------|-------|------|-----|--------|-----|-------|--------|
| Perfil de Vencimientos | 1,649 | 15,561 | 10,713 | 3,082 | 9,783 | 0 | | 13,915 | | 3,044 | 57,747 |
| % del total | 2.9% | 26.9% | 18.6% | 5.3% | 16.9% | 0.0% | | 24.1% | | 5.3% | 100.0% |

| Calificación Crediticia | Local | Global | Perspectiva |
|--------------------------------|--------------|---------------|--------------------|
| Fitch | AAA(mex) | A | Estable |
| Moody's | Aaa.mx | A3 | Estable |
| S&P | mxAAA | - | Estable |

Tipo de cambio promedio

| | 2T25 | 2T24 | YoY | Ene-Jun'25 | Ene-Jun'24 | YoY |
|-----|-------|-------|--------|------------|------------|--------|
| USD | 19.51 | 17.16 | 13.7% | 19.85 | 17.22 | 15.3% |
| PEN | 5.36 | 4.57 | 17.3% | 5.43 | 4.57 | 18.9% |
| ARS | 0.02 | 0.02 | -12.3% | 0.02 | 0.02 | -10.3% |

Tipo de cambio fin del periodo

| | 2T25 | 4T24 | 2T24 |
|-----|-------|-------|-------|
| USD | 18.85 | 20.40 | 18.38 |
| PEN | 5.31 | 5.57 | 4.80 |
| ARS | 0.02 | 0.02 | 0.02 |