

Monterrey  
**Ulises Fernández de Lara**  
 ulises.fernandezdelara@arcacontal.com  
 Tel: 52 (81) 8151-1525

New York  
**Melanie Carpenter**  
 i-advize Corporate  
 Communications  
 Tel: (212) 406-3692  
 arcacontal@i-advize.com

Fidel Salazar  
 fidel.salazar@arcacontal.com  
 Tel: 52 (81) 81-51-1400 Ext. 11513



Monterrey  
**Felipe R. Barquín Goris**  
 felipe.barquin@arcacontal.com  
 Tel: 52 (81) 8151-1674

## REPORTE TRIMESTRAL

### EBITDA CRECE 14.1% Y VENTAS NETAS 6.7% EN 2T21

Monterrey, México, 16 de julio 2021 – 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 2021 y acumulado a junio de 2021 (“2T21” y “6M21”).

Tabla 1: Datos Financieros Relevantes

CIFRAS CONSOLIDADAS EN MILLONES DE PESOS MEXICANOS						
	2T21	2T20	Variación %	Ene-Jun'21	Ene-Jun'20	Variación %
Volumen Total de Bebidas (MCU)	577.8	527.1	9.6	1,092	1,039	5.1
Ventas Netas	45,808	42,945	6.7	86,282	81,837	5.4
EBITDA	9,399	8,235	14.1	17,081	14,872	14.9
Utilidad Neta	3,130	2,335	34.0	5,715	5,013	14.0

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 2021

- Ventas Netas alcanzaron Ps. 45,808, un aumento de 6.7% respecto al mismo trimestre de 2020.
- EBITDA aumentó 14.1% a Ps. 9,399 millones con un margen 20.5%, una expansión de 130 pb.
- Utilidad Neta de Ps. 3,130 millones crece 34.0% con un margen de 6.8%

#### DATOS RELEVANTES PARA EL ACUMULADO A JUNIO 2021 (6M)

- Ventas Netas fueron Ps. 86,282 millones, representando un aumento de 5.4%.
- EBITDA creció 14.9% a Ps. 17,081 millones con un margen de 19.8%, una expansión de 160 pb.
- Utilidad Neta crece 14.0% a Ps. 5,715 millones con un margen de 6.6%, 50 puntos base adicionales.

#### COMENTARIO DEL DIRECTOR GENERAL

“Como resultado de nuestros esfuerzos para apoyar a los clientes durante la pandemia, capitalizamos la recuperación del consumo en segmentos clave, a medida que las restricciones de movilidad se levantaron parcialmente, generando sólidos resultados financieros en el segundo trimestre de 2021, con ventas y EBITDA creciendo 6.7% y 14.1%, respectivamente”, Dijo Arturo Gutiérrez, Director General de Arca Continental.

“Nuestra flexibilidad operativa y el compromiso de nuestros colaboradores fueron factores clave para seguir mejorando nuestro desempeño, adaptando nuestro portafolio a las necesidades de nuestros clientes y consumidores, combinado con una dinámica transformación digital. En la segunda mitad del año, continuaremos enfrentándonos a importantes desafíos en el mercado y estamos seguros de que nuestras iniciativas de precio-empaque, portafolio de productos y disciplina financiera continuarán impulsando la creación de valor”, agregó.

## RESULTADOS CONSOLIDADOS

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

### TABLA 2: CIFRAS CONSOLIDADAS

	2T21	2T20	Variación %	Ene-Jun'21	Ene-Jun'20	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	300.1	291.6	2.9	564.6	546.6	3.3
Sabores	103.8	89.4	16.1	201.5	189.3	6.5
<b>Total Refrescos</b>	<b>403.8</b>	<b>381.0</b>	6.0	<b>766.1</b>	<b>735.9</b>	4.1
Agua*	61.5	45.7	34.4	115.9	105.8	9.5
No Carbonatados**	50.7	39.2	29.3	94.3	80.7	16.9
<b>Volumen sin garrafón</b>	<b>516.0</b>	<b>465.9</b>	10.7	<b>976.3</b>	<b>922.5</b>	5.8
Garrafón	61.8	61.1	1.1	115.5	116.5	-0.8
<b>Volumen Total</b>	<b>577.8</b>	<b>527.1</b>	9.6	<b>1,091.8</b>	<b>1,039.0</b>	5.1
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas***	45,808	42,945	6.7	86,282	81,837	5.4
EBITDA	9,399	8,235	14.1	17,081	14,872	14.9
Margen EBITDA	20.5%	19.2%	130 pb	19.8%	18.2%	160 pb

\* 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 de 2T21 alcanzaron los Ps. 45,808 millones y acumulado a junio 2021 Ps. 86,282 millones, un incremento de 6.7% y 5.4% (16.5% y 10.9% sin efecto cambiario) respectivamente, comparado contra el mismo periodo del año anterior.
- El volumen de ventas durante el 2T21 continúa con una tendencia positiva, al cerrar con un incremento 10.7%, sin incluir garrafón, impulsado por incremento de 34.4% y 29.3% en agua y no carbonatados, respectivamente. En el año, a nivel consolidado el volumen creció 5.8%, sin incluir garrafón.
- El costo de ventas en el 2T21 aumentó 5.9% principalmente por el incremento en el volumen de ventas y parcialmente compensado por el efecto de tipo de cambio del dólar y el sol peruano.



- En el 2T21, la utilidad bruta consolidada aumentó 7.6% a Ps. 20,821 millones y el margen bruto alcanzó 45.5%, 40 puntos base adicionales respecto al 2T20. Durante los primeros seis meses del año, la utilidad bruta alcanzó Ps. 39,228 millones para alcanzar un margen del 45.5%, 60 puntos base mayor respecto al año anterior.
- Los gastos de administración y venta se mantuvieron en los mismos niveles del 2T20 reportando Ps. 13,847 millones. La razón de gasto contra ventas fue de 30.2%, 200 puntos base menor al 2T20, reflejando nuestra continua disciplina financiera. Acumulado al mes de junio de 2021, los gastos de administración y venta alcanzaron Ps. 27,069 millones y un 31.4% con respecto a las ventas.
- En el 2T21, la utilidad de operación consolidada alcanzó los Ps. 6,985 millones para un aumento de 27.3%, con respecto al mismo periodo del año pasado, y un margen de operación de 15.2%, 240 puntos base mayor respecto al año anterior. En la primera mitad del año, la utilidad de operación creció 30.0% alcanzando Ps. 12,244 millones y un margen operativo de 14.2%, 270 puntos base mayor respecto a 2020.
- El flujo de caja operativo ("EBITDA") consolidado en el 2T21 incrementó 14.1% a Ps. 9,399 millones y un margen de 20.5%, representando una expansión de 130 puntos base respecto al 2T20. Acumulado a junio de 2021, alcanzó los Ps. 17,081 millones, 14.9% mayor y representando un margen de 19.8%, 160 puntos base mayor al 2020. Sin incluir el efecto cambiario creció 21.1% en 2T21 y 19.1% acumulado en el año.
- El costo integral de financiamiento en el trimestre fue de Ps. 1,220 millones, resultado de una mayor pérdida cambiaria con respecto al año anterior, proveniente de una apreciación del peso frente al dólar en 2021 vs 2020, y de una depreciación del sol peruano. Acumulado en el año, alcanzó Ps. 1,803 millones.
- En el 2T21, el impuesto a la utilidad refleja una tasa efectiva de 30.7% para un monto de Ps. 1,736 millones. Acumulado al mes de junio el impuesto a la utilidad fue Ps. 3,170 millones.
- La utilidad neta para este trimestre alcanzó Ps. 3,130 millones, 34.0% mayor respecto al 2T20, reflejando un margen neto de 6.8%, una expansión de 140 puntos base y para el año, Ps. 5,715 millones, reflejando un margen neto de 6.6%, 50 puntos base mayor comparado con el 2020.

### BALANCE GENERAL Y FLUJO DE EFECTIVO

- Al mes de junio de 2021 se registró un saldo en caja de Ps. 30,613 millones y una deuda de Ps. 52,114 millones, resultando en una deuda neta de Ps. 21,501 millones. La razón de Deuda Neta/EBITDA fue de 0.6x.
- El flujo de efectivo neto de operación alcanzó Ps. 13,619 millones al cierre del mes de junio de 2021.
- La inversión en activos fijos en el periodo fue de Ps. 2,381 millones, destinada principalmente a inversiones en el mercado con envases retornables, equipo de frío y capacidades de 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**

	2T21	2T20	Variación %	Ene-Jun'21	Ene-Jun'20	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	192.5	190.9	0.8	349.9	343.5	1.9
Sabores	37.2	33.8	9.8	65.3	62.8	4.1
<b>Total Refrescos</b>	<b>229.7</b>	<b>224.8</b>	2.2	<b>415.2</b>	<b>406.3</b>	2.2
Agua*	34.0	26.0	30.6	58.4	49.8	17.2
No Carbonatados**	20.2	16.0	26.2	36.3	31.9	13.8
<b>Volumen sin Garrafón</b>	<b>283.9</b>	<b>266.8</b>	6.4	<b>509.9</b>	<b>488.0</b>	4.5
Garrafón	60.1	59.9	0.5	111.5	112.2	-0.6
<b>Volumen Total</b>	<b>344.1</b>	<b>326.7</b>	5.3	<b>621.4</b>	<b>600.2</b>	3.5
<b>Mezclas (%)</b>						
Retornable	32.2	34.3	-2.0	32.6	33.4	-0.8
No Retornable	67.8	65.7	2.0	67.4	66.6	0.8
Familiar	57.0	63.7	-6.8	57.9	59.5	-1.5
Personal	43.0	36.3	6.8	42.1	40.5	1.5
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas	20,723	17,938	15.5	37,284	33,072	12.7
EBITDA	5,451	4,891	11.5	9,296	8,000	16.2
Margen EBITDA	26.3%	27.3%	-100 pb	24.9%	24.2%	70 pb

\* 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 para México alcanzaron los Ps. 20,723 millones durante el 2T21, un crecimiento de 15.5%. El precio promedio por caja unidad sin garrafón aumentó 8.2% a Ps. 68.63 principalmente impulsado por la recuperación de la mezcla de los empaques y canales.
- El volumen de ventas aumentó 6.4% en el trimestre, a 283.9 MCU (sin incluir garrafón), indicando una recuperación a niveles previos a la pandemia. Si comparamos con el 2T19 se tiene un aumento en el volumen de 1.4%, sin incluir garrafón.
- Los resultados positivos de volumen en el 2T21 se deben principalmente a las promociones y planes de ejecución para impulsar el canal tradicional, así como la recuperación de otros canales como



supermercados, comer y beber, trabajo y entretenimiento, debido a la progresiva reactivación y reapertura de tiendas derivado de la flexibilización en las restricciones de movilidad.

- Durante el 2T21, el flujo operativo (EBITDA) de México aumentó 11.5% y alcanzó Ps. 5,451 millones, representando un margen de 26.3%, 100 puntos base menor al 2T20.
- La mezcla de empaques personales tuvo un incremento de 6.8 puntos porcentuales explicado principalmente por el aumento en la movilidad que ayudó a capturar volumen adicional en todos los canales, siendo los más importantes comer y beber, supermercados y canal tradicional
- En el 2T21, Topo Chico Hard Seltzer obtuvo resultados positivos, captando volumen incremental y logrando coberturas superiores al 66% en puntos de venta con bebidas alcohólicas. Se continuó con el seguimiento y capitalización de nuevos mercados en Aguascalientes, San Luis Potosí, Los Cabos y Nuevo Laredo.
- Se hizo el lanzamiento del nuevo sabor Manzana-Durazno para las marcas Joya y Sidral Mundet en marzo y abril pasados, respectivamente. Los principales paquetes lanzados fueron 600ml NRP, 2L NRP y 2.5L NRP.
- La mezcla de retornables en el 2T21 tuvo una caída de 2.0 puntos porcentuales explicado por un buen desempeño de las categorías no-retornables como agua y bebidas deportivas. El desempeño de sabores y no carbonatados retornables continuó con una tendencia positiva generada por la iniciativa de Botella Universal.
- Durante el trimestre, se extendió la plataforma AC Digital a todos los canales, dirigido principalmente al canal tradicional. Esta innovación brinda a los clientes una plataforma de fácil acceso para seleccionar y comprar diferentes productos de nuestro portafolio directamente desde la plataforma (incluyendo a Bokados), tener comunicación directa de promociones, nuevas ofertas, así como pedidos sugeridos.
- Bokados en México durante el 2T21 mostró una recuperación importante con crecimiento en ventas y EBITDA de doble-dígito. Estos resultados fueron impulsados principalmente por crecimiento de doble-dígito en el canal tradicional, apalancado por la distribución de otros productos, un mejor desempeño del canal moderno, así como de una buena gestión realizada en descuentos y promociones.



## Estados Unidos

La región de Estados Unidos incluye el negocio de bebidas de Coca-Cola Southwest Beverages (CCSWB) y el de botanas de Wise y Deep River.

**TABLA 4: CIFRAS PARA ESTADOS UNIDOS**

	2T21	2T20	Variación %	Ene-Jun'21	Ene-Jun'20	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	52.3	53.0	-1.5	99.8	99.4	0.4
Sabores	30.4	28.1	8.1	56.2	53.5	5.0
<b>Total Refrescos</b>	<b>82.6</b>	<b>81.1</b>	<b>1.8</b>	<b>156.0</b>	<b>152.9</b>	<b>2.0</b>
Agua*	14.0	12.4	13.6	26.4	27.5	-4.3
No Carbonatados**	19.7	17.1	15.5	34.4	32.1	7.1
<b>Volumen Total</b>	<b>116.4</b>	<b>110.6</b>	<b>5.3</b>	<b>216.8</b>	<b>212.6</b>	<b>2.0</b>
<b>Mezclas (%)</b>						
Familiar	66.1	70.5	-4.4	67.5	68.3	-0.8
Personal	33.9	29.5	4.4	32.5	31.7	0.8
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas***	17,539	18,142	-3.3	32,701	32,606	0.3
EBITDA	2,739	2,519	8.7	4,739	4,145	14.3
Margen EBITDA	15.6%	13.9%	170 pb	14.5%	12.7%	180 pb

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

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

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

## RESULTADOS OPERATIVOS PARA ESTADOS UNIDOS

- Las ventas netas para la región de Estados Unidos disminuyeron 3.3% a Ps. 17,539 millones durante el 2T20, principalmente por un efecto negativo en el tipo de cambio. El volumen de ventas incrementó 5.3% a 116.4 MCU comparado con el 2T20 y 0.8% comparado con el 2T19.
- El flujo operativo (EBITDA) en Estados Unidos fue Ps. 2,739 millones en el segundo trimestre del año, un incremento de 8.7% y un margen EBITDA de 15.6%, una expansión de 170 puntos base comparado con el 2T20. Acumulado en 2021, el EBITDA fue de Ps. 4,739 millones, 14.3% mayor respecto a 2020, representando una expansión de 180 puntos base.
- El precio neto en el segundo trimestre incrementó 7.3% impulsado principalmente por el incremento en la tasa real de 4.1% y un efecto positivo en la mezcla de 3.3%.
- Durante el segundo trimestre se completó el despliegue de los modelos de servicio para el canal moderno. Estos nuevos modelos permitieron mejorar la ejecución en el punto de venta. En el segundo trimestre se incrementaron las visitas en un 28%, generando mayor cantidad de pedidos.
- La plataforma de comercio electrónico mycoke.com, continuó con una tendencia positiva con 9 mil clientes activos. Actualmente, más de 53% de los clientes del canal on-premise están realizando pedidos a través de esta plataforma, generando ahorros en el costo de servicio.
- Se reforzaron las capacidades con la implementación de una nueva herramienta "Sales Force Customer Relationship Management". Esto ha modificado la estrategia para atender el canal On-



Premise, ya que permite priorizar las visitas y tener conversaciones de valor con los clientes. Se ha tenido un aumento de 16% en visitas completadas comparado con el 1T21 y se han reducido 11,000 millas conducidas.

- Este trimestre se observó un cambio en la tendencia de la mezcla hacia empaques personales que aumentaron 4.1%, a medida que los puntos de venta del canal on-premise continúan recuperándose y los consumidores comenzaron a reanudar sus actividades. El enfoque también ha cambiado en estos canales específicos para agregar clientes más rentables y garantizar el posicionamiento de los productos clave.
- Después del lanzamiento de Coca-Cola Café a principios de año, se alcanzó una cobertura de más del 70% en el canal de tiendas grandes y de 60% en tiendas de conveniencia. Este lanzamiento ha ayudado a ganar 1.3 puntos porcentuales de participación de valor dentro de la categoría de café.
- En marzo, se anunció el compromiso de alcanzar un contenido del 50% de PET reciclado en todo el portafolio, siendo el primer embotellador en Estados Unidos en hacer este compromiso y el cuál se logrará este mismo año, lo que permitirá alcanzar uno de los objetivos de Un Mundo Sin Residuos planteado por la compañía Coca-Cola nueve años antes.
- En Wise, el segundo trimestre del año continuó operando en un ambiente retador presentando caída en ventas y EBITDA. La operación puso en marcha planes especiales para apalancar la recuperación en ventas y rentabilidad, incluido el lanzamiento de nuevos productos, lograr relaciones más estrechas con los distribuidores actuales y la incorporación de nuevos distribuidores, expandiendo también a nuevas cadenas.

## 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**

	2T21	2T20	Variación %	Ene-Jun'21	Ene-Jun'20	Variación %
<b>Volumen por segmento (MCU)</b>						
Colas	55.3	47.6	16.1	114.9	103.7	10.8
Sabores	36.3	27.5	31.9	80.0	73.0	9.6
<b>Total Refrescos</b>	<b>91.6</b>	<b>75.1</b>	21.9	<b>194.9</b>	<b>176.7</b>	10.3
Agua*	13.4	7.3	82.5	31.1	28.5	9.2
No Carbonatados**	10.7	6.1	76.2	23.6	16.7	41.8
<b>Volumen sin Garrafón</b>	<b>115.7</b>	<b>88.5</b>	30.6	<b>249.6</b>	<b>221.9</b>	12.5
Garrafón	1.7	1.3	31.8	4.1	4.3	-6.5
<b>Volumen Total</b>	<b>117.4</b>	<b>89.8</b>	30.6	<b>253.7</b>	<b>226.2</b>	12.2
<b>Mezclas (%)</b>						
Retornable	32.1	35.2	-3.0	32.0	33.5	-1.5
No Retornable	67.9	64.8	3.0	68.0	66.5	1.5
Familiar	72.7	83.7	-11.0	72.6	74.4	-1.8
Personal	27.3	16.3	11.0	27.4	25.6	1.8
<b>Estado de Resultados (MM MXP)</b>						
Ventas Netas	7,545	6,865	9.9	16,297	16,159	0.9
EBITDA	1,209	825	46.5	3,045	2,726	11.7
Margen EBITDA	16.0%	12.0%	400 pb	18.7%	16.9%	180 pb

\* 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

- La división Sudamérica presentó un incremento en sus ventas netas de 9.9%, alcanzando Ps. 7,545 millones en el 2T21, impulsado principalmente por la recuperación en los volúmenes en las tres operaciones. Acumulado a junio de 2021, las ventas alcanzaron los Ps. 16,297 millones, un crecimiento de 0.9% con respecto al año anterior. En Perú y Ecuador, debido a que las restricciones de movilidad continúan, los volúmenes aún no han alcanzado los niveles de 2019.
- En el 2T21, el volumen de ventas en Sudamérica aumentó 30.6% a 115.7 MCU, principalmente por la recuperación en volumen en todas las operaciones. Acumulado al mes de junio el volumen en esta región creció 12.5%, sin incluir garrafón.
- El EBITDA para Sudamérica en el 2T21 aumentó 46.5% a Ps. 1,209 millones, con un margen de 16.0%, una expansión de 400 puntos base respecto al mismo periodo de 2020.



## Perú

- En Perú, el volumen de ventas creció 41.5%, como resultado de la recuperación en todas las categorías particularmente agua personal y no carbonatados. Acumulado en el año, presenta un crecimiento de 15.0%.
- Durante el 2T21, el sólido desempeño en volumen fue impulsado principalmente por una estrategia de precio-empaque que atiende los cambios en las tendencias del consumo; como el crecimiento en el canal directo al hogar y el aumento de la demanda de empaques familiares. Por lo tanto, se aumentó la disponibilidad de agua a través de una estrategia dual con San Luis y Benedictino, lanzamiento de nuevos empaques familiares de la marca Frugos Fresh y ampliamos la cobertura de empaques clave en Powerade en el canal tradicional.
- La categoría de refrescos muestra una recuperación de 32.6% en el trimestre, principalmente impulsado por la marca Inca Kola que tuvo un crecimiento de 37.4%, seguido por la marca Coca-Cola con 29.9% y sabores principalmente Fanta y Sprite. Este crecimiento es como resultado de diferentes planes implementados en la categoría como lanzamiento de nuevos empaques a nivel nacional, apalancamiento de empaques retornables a precios competitivos.
- En la categoría de no carbonatados, el crecimiento se debe principalmente por Isotónicos, como resultado del nuevo empaque de 473ml a precio más competitivo, aportando un incremento de 2.1 puntos porcentuales en la participación de mercado de dicha categoría.
- El canal directo al hogar obtuvo un crecimiento de 10% comparado con el semestre del año pasado, como resultados de acciones promocionales comunicadas continuamente a través de las redes sociales.
- Durante el 2T21, continuamos aumentando la base de clientes de AC Digital llegando a 80 mil registros, un aumento de 30% comparado con el 1T21. La plataforma es un habilitador de pedidos adicionales para los clientes, por ello, en el último trimestre se entregaron alrededor de 115 mil pedidos registrados por la aplicación, que representan casi el 2% de toda la venta del canal tradicional en Perú.

## Ecuador

- En el 2T21, el volumen de ventas incrementó 27.1%, principalmente por crecimientos en las categorías de agua, no carbonatados y sabores; así como una recuperación importante del canal Comer y Beber. Acumulado en el año, el volumen crece 10.7% siendo las categorías de no carbonatados y sabores las de mayor recuperación con crecimientos de 22.6% y 20.7%, respectivamente
- La mezcla de empaques retornables durante el 2T21 se incrementó 3 puntos porcentuales, impulsado la estrategia continua de asequibilidad y retornabilidad, donde destacan el desempeño de presentaciones familiares de Coca-Cola y sabores como Fanta, Sprite y Fioravanti.
- Durante el 2T21, se implementaron iniciativas como el modelo de servicios especializados, cuyo objetivo es el enfoque hacia la disciplina en la ejecución en punto de venta y fomentar la reactivación de los clientes.
- En el trimestre se realizó, en todos los canales, el lanzamiento de la nueva Coca-Cola Sin Azúcar, mostrando resultados positivos en volumen y alcanzando la cobertura más alta de los últimos 18 meses en el canal tradicional de más de 70%.



- Tonicorp mantuvo su liderazgo en formatos personales de alto valor agregado y diversificando su portafolio hacia categorías asequibles y empaques familiares. Como resultado al 2T21, el volumen de ventas creció doble-dígito, capturando puntos incrementales de participación de mercado en las principales categorías como yogurt, leche saborizada y helados.
- En Inalecsa, las ventas aumentaron un dígito-alto y una caída en el EBITDA de doble-dígito, principalmente impactado por el aumento en gasto asociado para nuevos territorios y la volatilidad en materias primas. Durante el trimestre, se realizó el lanzamiento de la marca Mix, teniendo un resultado positivo durante el primer mes al ganar 6 puntos porcentuales de participación de mercado. Adicionalmente, se capturaron más de 4 mil nuevos clientes en el canal tradicional en los territorios que se atienden de manera directa.

## Argentina

- El volumen de ventas en el 2T21 aumentó 15.1%, principalmente impulsado por las categorías de refrescos por las marcas Coca-Cola, Coca-Cola Sin Azúcar, Fanta y Sprite. Acumulado en el año el volumen creció 9.3%.
- Durante el trimestre se realizó el lanzamiento de Coca-Cola Sin Azúcar, con una nueva fórmula, resultando en una cobertura del 40% en el canal tradicional y un crecimiento del 16.8%, con respecto al año anterior.
- La plataforma de AC Digital registró más de 4 mil clientes nuevos comparado con el 1T21, obteniendo un resultado de adopción al cierre de junio de 31.6%.
- Se continuó con la estrategia de asequibilidad a través de la Botella Única; actualmente se han introducido 700 mil botellas al mercado.

## ASG

- En el Día Mundial del Reciclaje, Arca Continental en conjunto con la Industria Mexicana de Coca-Cola anunciaron un plan de tres años con una inversión equivalente a Ps. 11,000 millones en proyectos de infraestructura, orientados al desarrollo sostenible del país. El objetivo principal es incrementar las oportunidades laborales en la cadena de reciclaje y suministro de residuos recuperables en un 51%, impactando directamente el crecimiento económico y el bienestar de miles de familias mexicanas.
- En el marco del Día Mundial de la Tierra, Arca Continental, participó en la nueva campaña #JuntosParaAlgoMejor con el objetivo de fomentar el uso de envases retornables como una opción de economía circular para alcanzar el objetivo de un Mundo sin Residuos.
- En Estados Unidos, se anunciaron los planes para duplicar el contenido de material reciclado en los empaques de plástico. Para finales del 2021, el PET reciclado (rPET) alcanzará el 50% de cada botella de plástico nueva producida, convirtiéndonos en el primer embotellador en utilizar rPET en todo el portafolio de empaques plásticos.



- En Ecuador, se impulsó el programa “Mi Tienda, Mi Futuro”, que tiene como objetivo brindar talleres virtuales donde tenderos puedan desarrollar habilidades comerciales y sociales que aporten al crecimiento de sus negocios y mejoren las relaciones con sus clientes. En la primera fase se capacitaron a más de 1,000 negocios en la ciudad de Guayaquil utilizando modernas herramientas digitales. Además, gracias a las herramientas de transmisión en vivo, se llegó a más de 17,000 emprendedores de todo el país.
- En Perú, en conjunto con la compañía Coca-Cola, se lanzó la segunda versión del programa #BodegaSinResiduos, que busca convertir a estos establecimientos y mini-markets de Lima en espacios donde los vecinos puedan reciclar el plástico PET. Para ello, se instalarán contenedores de recolección en las tiendas elegidas para el programa.
- También en Perú, se obtuvo por 8vo año consecutivo el distintivo de empresa socialmente responsable y logrando el puntaje más alto entre las empresas participantes del sector.
- En Argentina, se instalaron estaciones de reciclado en cuatro escuelas de Iguazú. Durante la presentación virtual del proyecto, se impartió un taller ambiental dirigido a más de 2,500 niños con el objetivo de ensañarles sobre la importancia de separar lo reciclable en sus hogares y en su escuela.

## EVENTOS RECIENTES

- Arca Continental fue ratificada en el Índice de Sostenibilidad conjunto de Standard & Poor’s Dow Jones Índices y la Bolsa Mexicana de Valores. Éste índice tiene como objetivo dar mayor exposición a empresas mexicanas con mejores prácticas en materia ambiental, social y de gobierno corporativo.
- El 11 de mayo de 2021, AC Bebidas realizó de manera exitosa la emisión de Ps. 4,650 millones en Certificados Bursátiles con la categoría de bonos verdes. Los bonos son de los primeros emitidos en pesos en México por una empresa de bebidas. La colocación consistió en dos tramos, uno por Ps. 3,000 millones con vigencia de 7 años a tasa fija de 6.75%, y otro por Ps.1,650 millones a 4 años a tasa variable igual a TIIE más 7 puntos base. La transacción atrajo gran interés de una diversa base de inversionistas, alcanzando una sobredemanda de casi 4.3 veces el monto emitido. Ambas emisiones recibieron las calificaciones “mxAAA” por S&P y “AAA (mex)” por Fitch Ratings.
- El 15 de abril de 2021, la Asamblea General de Accionistas de Arca Continental aprobó el pago de un dividendo en efectivo de \$2.94 por acción, en una sola exhibición a partir del 27 de abril de 2021 equivalente a un monto total de Ps. 5,187 millones, este dividendo representó un payout ratio de 50%, en línea con el promedio histórico.



## DATOS DE LA CONFERENCIA TELEFÓNICA

Arca Continental llevará a cabo una conferencia telefónica el 16 de julio de 2021 a las 10:00 am hora de México/Monterrey, 11:00 am hora de Nueva York. Para participar por medio del webcast favor de ingresar a [www.arcacontal.com](http://www.arcacontal.com) ó vía telefónica en los siguientes números:

Para participar, por favor marque:

+1-877-712-5080 (E.E.U.U.)

+1-334-245-3009 (Internacional)

0-1-800-062-2650 (México)

Código de acceso: 36151

### Sobre Arca Continental

Arca Continental es una empresa dedicada a la producción, distribución y venta de bebidas de las marcas propiedad de The Coca-Cola Company, así como de botanas saladas bajo las marcas Bokados en México, Inalecsa en Ecuador, así como Wise y Deep River en los Estados Unidos. Con una destacada trayectoria de más de 95 años, Arca Continental es el segundo embotellador de Coca-Cola más grande de América y uno de los más importantes del mundo. En su franquicia de Coca-Cola, la empresa atiende a una población de más de 123 millones en la región norte y occidente de México, así como en Ecuador, Perú, en la región norte de Argentina y en la región suroeste de Estados Unidos. Arca Continental cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores bajo el símbolo "AC". Para 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)

			Variación				Variación	
	2T21	2T20	MM MXP	%	Ene-Jun'21	Ene-Jun'20	MM MXP	%
<b>Ventas Netas</b>	<b>45,808</b>	<b>42,945</b>	2,863	6.7	<b>86,282</b>	<b>81,837</b>	4,445	5.4
Costo de Ventas	24,987	23,595	1,391	5.9	47,054	45,054	2,001	4.4
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>20,821</b>	<b>19,349</b>	1,472	7.6	<b>39,228</b>	<b>36,784</b>	2,444	6.6
	45.5%	45.1%			45.5%	44.9%		
Gastos de Venta	11,605	11,608	-3	0.0	22,602	22,736	-134	-0.6
Gastos de Administración	2,242	2,218	25	1.1	4,468	4,409	59	1.3
<b>Total de Gastos</b>	<b>13,847</b>	<b>13,825</b>	22	0.2	<b>27,069</b>	<b>27,144</b>	-75	-0.3
	30.2%	32.2%			31.4%	33.2%		
Gastos no recurrentes	110	192	-81	-42.4	275	524	-250	-47.6
<b>Utilidad de operación antes de otros ingresos</b>	<b>6,863</b>	<b>5,332</b>	1,531	28.7	<b>11,884</b>	<b>9,115</b>	2,769	30.4
Otros ingresos (Gastos) <sup>1,2</sup>	122	155	-33	-21.3	360	306	55	17.8
<b>Utilidad de operación</b>	<b>6,985</b>	<b>5,487</b>	1,498	27.3	<b>12,244</b>	<b>9,421</b>	2,823	30.0
	15.2%	12.8%			14.2%	11.5%		
Productos (Gastos) Financieros, Neto	-723	-947	224	-23.6	-1,443	-1,811	368	-20.3
Utilidad (Pérdida) Cambiaria, Neta	-426	-370	-56	15.0	-227	982	-1,210	-123.2
Resultado por posición monetaria	-71	-9	-62		-133	-15	-118	
Costo Integral de Financiamiento	<b>-1,220</b>	<b>-1,326</b>	106	-8.0	<b>-1,803</b>	<b>-844</b>	-959	113.6
Participación en utilidades netas de asociadas <sup>3</sup>	-112	7	-118		-125	30	-155	
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>5,653</b>	<b>4,167</b>	1,486	35.6	<b>10,316</b>	<b>8,606</b>	1,709	19.9
Impuesto a la Utilidad	-1,736	-1,252	-485	38.7	-3,170	-2,569	-602	23.4
Participación no controladora	-787	-581	-207	35.6	-1,430	-1,025	-406	39.6
<b>Utilidad Neta</b>	<b>3,130</b>	<b>2,335</b>	794	34.0	<b>5,715</b>	<b>5,013</b>	702	14.0
	6.8%	5.4%			6.6%	6.1%		
Depreciación y amortización	2,304	2,556	-252	-9.9	4,562	4,927	-365	-7.4
<b>Flujo Operativo</b>	<b>9,399</b>	<b>8,235</b>	1,165	14.1	<b>17,081</b>	<b>14,872</b>	2,209	14.9
Flujo Operativo / Ventas Netas	20.5%	19.2%			19.8%	18.2%		

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	
	2021	2020	MM MXP	%
<b>ACTIVO</b>				
Efectivo e inversiones temporales	30,613	27,336	3,278	12.0
Clientes y cuentas por cobrar	13,717	11,062	2,655	24.0
Inventarios	8,118	8,251	-133	-1.6
Pagos anticipados y mercancía en tránsito	908	451	457	101.3
<b>Suma de Activo Circulante</b>	<b>53,356</b>	<b>47,099</b>	<b>6,256</b>	<b>13.3</b>
Inversiones en acciones y otras	8,258	8,308	-50	-0.6
Inmuebles, planta y equipo	66,940	69,659	-2,719	-3.9
Activos por derecho de uso	957	1,190	-233	
Otros activos	117,920	119,717	-1,797	-1.5
<b>Suma de Activo Total</b>	<b>247,431</b>	<b>245,974</b>	<b>1,458</b>	<b>0.6</b>
<b>PASIVO</b>				
Créditos bancarios	9,367	7,132	2,235	31.3
Proveedores y cuentas por pagar	9,362	8,044	1,318	16.4
Pasivos por arrendamiento C.P.	326	358		
Impuestos y PTU por pagar	16,574	15,245	1,329	8.7
<b>Pasivo de Corto Plazo</b>	<b>35,629</b>	<b>30,779</b>	<b>4,850</b>	<b>15.8</b>
Documentos por pagar de Largo plazo	42,747	43,445	-698	-1.6
Pasivos por arrendamiento L.P.	677	853	-176	
ISR diferido y otros	23,007	23,476	-470	-2.0
<b>Total de Pasivo</b>	<b>102,059</b>	<b>98,553</b>	<b>3,506</b>	<b>3.6</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>				
Capital contable minoritario	28,807	30,566	-1,760	-5.8
Capital aportado	982	982	0	0.0
Utilidades retenidas	109,869	105,596	4,273	4.0
Utilidad o (pérdida) neta	5,715	10,276	-4,561	-44.4
<b>Suma de Capital Contable</b>	<b>145,372</b>	<b>147,420</b>	<b>-2,048</b>	<b>-1.4</b>
<b>Suma de Pasivo y Capital</b>	<b>247,431</b>	<b>245,974</b>	<b>1,458</b>	<b>0.6</b>



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

### Estado de Flujo de Efectivo

#### (millones de pesos Mexicanos)

	al 30 de Junio	
	2021	2020
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>10,316</b>	<b>8,606</b>
Depreciación y Amortización	4,562	4,927
Utilidad en venta y deterioro de activo fijo	404	427
Fluctuación cambiaria / Resultado por posición monetaria	360	(967)
Intereses Devengados (Neto)	1,443	1,811
<b>Flujo generado antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>17,086</b>	<b>14,805</b>
Flujo generado /utilizado en la operación	(3,467)	(1,153)
<b>Flujo neto de efectivo de actividades de operación</b>	<b>13,619</b>	<b>13,651</b>
Actividades de inversión:		
Inversión en activos Fijos (Neta)	(3,597)	(2,285)
Actividades de financiamiento:		
Dividendos pagados	(6,453)	(4,270)
Recompra de acciones (Neto)	219	(106)
Pago pasivo Bancarios	1,836	371
Intereses pagados	(1,870)	(2,227)
Adquisición de interés no controlador	0	0
Otros	(290)	(311)
<b>Flujo neto de efectivo</b>	<b>(6,557)</b>	<b>(6,543)</b>
Incremento neto de efectivo y equivalentes	3,465	4,823
Diferencia en cambios en el efectivo	(187)	3,680
<b>Saldo inicial efectivo y equivalentes</b>	<b>27,336</b>	<b>22,051</b>
<b>Saldo final efectivo y equivalentes</b>	<b>30,613</b>	<b>30,554</b>



## Información Financiera Adicional

### Información por segmentos 2T21

	Segmentos de Bebidas					Otros		Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*	Eliminaciones	
<b>Volumen por Segmento</b>	<b>344.1</b>	<b>116.4</b>	<b>59.0</b>	<b>25.8</b>	<b>32.5</b>			<b>577.8</b>
<b>Ingresos del Segmento</b>	<b>19,785</b>	<b>16,443</b>	<b>3,153</b>	<b>1,414</b>	<b>2,657</b>	<b>2,746</b>	<b>(390)</b>	<b>45,808</b>
Ingresos Intersegmentos	(267)	0	(19)	0	(2)	(102)	390	0
<b>Ingresos netos de transacciones inter-segmentos</b>	<b>19,518</b>	<b>16,443</b>	<b>3,134</b>	<b>1,414</b>	<b>2,656</b>	<b>2,644</b>	<b>0</b>	<b>45,808</b>
Utilidad de operación	4,609	2,173	279	(26)	163	(213)	0	6,985
<b>Flujo Operativo</b>	<b>5,359</b>	<b>2,780</b>	<b>573</b>	<b>178</b>	<b>419</b>	<b>90</b>	<b>0</b>	<b>9,399</b>
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	27.5%	16.9%	18.3%	12.6%	15.8%	3.4%	0.0%	20.5%
Gastos No recurrentes	11	11	3	66	1	17	0	110
Depreciación y amortización	739	596	290	137	255	287	0	2,304
Ingresos Financieros	346	5	886	(12)	19	12	0	1,256
Gastos Financieros	1,211	180	1,002	26	38	19	0	2,476
Participación en Utilidades Netas de Asociadas	(112)	0	0	0	0	0	0	(112)
Utilidad antes de Impuestos	3,631	1,998	163	(64)	144	(220)	0	5,653
<b>Activos Netos Totales</b>	<b>82,794</b>	<b>99,663</b>	<b>37,595</b>	<b>8,509</b>	<b>22,051</b>	<b>11,921</b>	<b>(15,102)</b>	<b>247,431</b>
Inversión en Asociadas	7,304	585	0	370	0	0	0	8,258
<b>Pasivos Totales</b>	<b>52,799</b>	<b>33,989</b>	<b>12,516</b>	<b>1,189</b>	<b>5,246</b>	<b>3,047</b>	<b>(6,726)</b>	<b>102,059</b>
Inversiones en el periodo de activos fijos	1,362	458	220	149	172	140	0	2,500

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

### Información por segmentos Ene-Jun'21

	Segmentos de Bebidas					Otros		Total
	México	EE. UU.	Perú	Argentina	Ecuador	Negocios*	Eliminaciones	
<b>Volumen por Segmento</b>	<b>621.4</b>	<b>216.8</b>	<b>131.4</b>	<b>56.1</b>	<b>66.2</b>			<b>1,091.8</b>
<b>Ingresos del Segmento</b>	<b>35,490</b>	<b>30,617</b>	<b>7,184</b>	<b>3,059</b>	<b>5,433</b>	<b>5,248</b>	<b>(749)</b>	<b>86,282</b>
Ingresos Intersegmentos	(489)	0	(44)	0	(3)	(213)	749	0
<b>Ingresos netos de transacciones inter-segmentos</b>	<b>35,001</b>	<b>30,617</b>	<b>7,140</b>	<b>3,059</b>	<b>5,429</b>	<b>5,036</b>	<b>0</b>	<b>86,282</b>
Utilidad de operación	7,610	3,512	955	133	404	(371)	0	12,244
<b>Flujo Operativo</b>	<b>9,158</b>	<b>4,821</b>	<b>1,556</b>	<b>475</b>	<b>931</b>	<b>139</b>	<b>0</b>	<b>17,081</b>
Flujo Operativo / Ingresos del Segmento	26.2%	15.7%	21.8%	15.5%	17.2%	2.8%		19.8%
Gastos No recurrentes	65	95	4	71	20	19	0	275
Depreciación y amortización	1,482	1,213	597	271	507	491	0	4,562
Ingresos Financieros	1,018	12	1,316	(17)	39	26	0	2,394
Gastos Financieros	2,080	355	1,590	57	76	38	0	4,197
Participación en Utilidades Netas de Asociadas	(125)	0	0	0	0	0	0	(125)
Utilidad antes de Impuestos	6,423	3,169	680	59	368	(383)	0	10,316
	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Activos Netos Totales</b>	<b>82,794</b>	<b>99,663</b>	<b>37,595</b>	<b>8,509</b>	<b>22,051</b>	<b>11,921</b>	<b>(15,102)</b>	<b>247,431</b>
Inversión en Asociadas	7,304	585	0	370	0	0	0	8,258
<b>Pasivos Totales</b>	<b>52,799</b>	<b>33,989</b>	<b>12,516</b>	<b>1,189</b>	<b>5,246</b>	<b>3,047</b>	<b>(6,726)</b>	<b>102,059</b>
Inversiones en el periodo de activos fijos	1,362	458	220	149	172	140	0	2,500

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



### Deuda Total AC

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	...	2032	Total
Perfil de Vencimientos	4,684	7,647	5,462	3,223	3,587	2,344	6,326	2,998	7,921		7,921	52,114
% del total	9.0%	14.7%	10.5%	6.2%	6.9%	4.5%	12.1%	5.8%	15.2%		15.2%	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

	2T21	2T20	YoY
MXN	20.08	23.30	-13.8%
PEN	5.28	6.79	-22.3%
ARS	0.21	0.35	-38.1%

	Ene-Jun'21	Ene-Jun'20	YoY
MXN	20.27	21.61	-6.2%
PEN	5.43	6.32	-14.0%
ARS	0.22	0.33	-33.4%

### Tipo de cambio fin del periodo

	2T21	1T20	2T19
MXN	19.82	20.60	23.13
PEN	5.13	5.48	6.54
ARS	0.21	0.22	0.33

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>

