

CMR, S.A.B. de C.V. anuncia resultados del Primer trimestre de 2020

- Las ventas netas acumuladas crecieron 20.4% durante el primer trimestre del 2020
- Ventas a mismas tiendas caen 22.2% comparado con el primer trimestre del año anterior.
- El EBITDA disminuyó 2.1% comparado con el primer trimestre del 2019.

Ciudad de México, a 15 de Mayo de 2020. CMR, S.A.B. de C.V. y subsidiarias (BMV: CMRB) (CMR o la Compañía), cadena líder en México en la industria restaurantera, anuncia sus resultados del primer trimestre de 2020, con información preparada de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés) emitidas por el Consejo Internacional de Normas de Información Financiera (IASB por sus siglas en inglés).

Comentarios de la Gerencia

“Uno de los hitos más importantes para el arranque de este año, ha sido la consolidación de la fusión de Grupo DASÍ con CMR, integrando a la compañía 43 unidades propias Sushi itto y 110 franquicias en México y Centro América, así como su comercializadora Novalimentos, complementando su portafolio de marcas y consolidando la operación de CMR permitiendo obtener grandes sinergias de valor que hoy, suman nuevos canales de venta.

Dicha incorporación ha creado la necesidad de unificar CMR replanteando una nueva estructura para optimizar la operación, enfocada en marcas propias y marcas de Franquicia, así como capitalizar el talento y conocimiento de los colaboradores para fortalecer la fusión de los negocios.

Desde el arranque del año, ha sido prioridad para el área de personas y cultura, dar continuidad a nuestros procesos de formación, sumando a los nuevos colaboradores de Sushi itto a las iniciativas de CMR y a la práctica de nuestra cultura organizacional (Gestión del desempeño (GDD) y medición del clima laboral de CMR (MIO), en los que participaron 114 colaboradores de los diferentes niveles administrativos. Iniciamos asimismo, con la estrategia de acompañamiento e inducción a CMR de los nuevos colaboradores operativos, siendo un importante punto para la integración efectiva de equipos que nos orienten a cumplir los objetivos establecidos de este año.

A pesar de que nuestro plan de expansión continua siendo cauteloso, durante este primer trimestre del año, apostamos por la diversificación de mercados y fortalecimos nuestro plan a través de una apertura más; Sushi Itto Parques Plaza, Ciudad de México.

Por otra parte, buscando brindar un valor agregado en cada una de nuestras marcas, CMR implementó una estrategia comercial para el 14 de Febrero que permitió alcanzar un incremento del 4% en las ventas totales vs año anterior, destacando así el desempeño de Olive Garden con un 14% de crecimiento, Red Lobster +11% y Chili's +6% de crecimiento en ventas vs año anterior respectivamente.

El enfoque comercial de nuestras marcas ha estado basado en la atracción de nuevos invitados generando promociones enfocadas y nuevas propuestas de menús, destacando marcas como Chilis, Sushi itto y Olive Garden.

Eventos fuera de nuestro control, como la actual pandemia de COVID-19 ha provocado el cierre total y parcial de las operaciones de nuestras unidades a efecto de cumplir con los lineamientos establecidos por las autoridades federales, estatales y locales y reducir la propagación del virus.

Durante el mes de marzo debido a la contingencia se dejaron de operar temporalmente 58 unidades, representando una afectación del 32% de nuestra totalidad de tiendas.

La tecnología ha jugado un papel importante en la emergencia sanitaria que enfrentamos, por lo que implementamos un esquema de trabajo a 100% home office a todos los colaboradores del corporativo, brindando todas las herramientas para trabajar de forma segura y eficaz, así como la creación de una plataforma de pagos para los ME que hoy colaboran con Walmart en el proyecto Alianza CMR –Walmart.

Nuestro compromiso con México va más allá de nuestras operaciones, por lo que Fundación CMR celebró 15 años de combatir la desnutrición y anemia en niños que viven en situación de pobreza a través del financiamiento y fortalecimiento de diversas instituciones en México. Se han donado más de \$220,000,000 de pesos, beneficiando poco más de 102,000 niñas y niños en estos 15 años.

Somos una Compañía comprometida con la entrega de resultados y ésta, continuará siendo nuestra línea estratégica para generar valor para nuestros accionistas, colaboradores, proveedores y comensales”.

Declaró Joaquín Vargas Mier y Terán, Presidente Ejecutivo de CMR.

Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero
(55) 5263 6900 ext. 1016
jmiranda@cmr.mx



Relaciones Públicas

Bernardo Castro
(55) 5263 6900 ext. 6971
bcastro@cmr.mx

Información a revelar sobre los objetivos de la gerencia y sus estrategias para alcanzar esos objetivos

En CMR reiteramos nuestro compromiso con el crecimiento del negocio así como del país, al desarrollar servicios que vayan dirigidos a satisfacer las principales necesidades y oportunidades de consumo de los comensales, sin perder de vista mejoras en rentabilidad y el bienestar de nuestros colaboradores y medio ambiente.

Estamos convencidos que el adoptar la responsabilidad social y sustentabilidad dentro de los ejes del negocio es fundamental para posicionarnos en un mundo altamente cambiante; por lo que se crearon iniciativas con esfuerzos transversales a las diferentes áreas de la compañía, a través de un armónico desempeño económico, social y ambiental; tales como el programa de eficiencia energética, uso de empaques biodegradables/reciclables, recolección de aceite quemado para transformarlo en biodiesel (un combustible amigable con el medio ambiente), el programa de inclusión laboral a personas con discapacidad e inmigrantes, entre otros.

De igual forma, continuamos con nuestro enfoque en el capital humano, reconociendo su vital importancia, ya que son quienes constituyen la fuerza de CMR, apegados a una Cultura Orientada a la Responsabilidad.

Ante los cambios ambientales, políticos, sociales y económicos cada día más retadores, el ingenio es un ingrediente clave que nos permite generar estrategias para hacer frente a estas problemáticas, fortaleciendo todas nuestras marcas con mejoras operativas, provenientes de la optimización de nuestra cadena de suministro, el comisariato y la consolidación de nuestras mediciones de desempeño operativo.

Estrategia:

Nuestra estrategia ha sido fortalecer los fundamentos de un crecimiento a largo plazo de manera sana, esto se refleja, entre otros factores, en el total de restaurantes de la Compañía, que al cierre del primer trimestre de 2020 se colocó en 175 unidades.

En la actualidad, CMR cuenta con una sólida cadena de distribución, así como indicadores para generar y medir una mayor eficiencia en tiempos y movimientos, además de haber capitalizado las sinergias de las medidas mencionadas, cuya puesta en marcha se inició en años anteriores.

Durante este primer trimestre y con la mirada puesta en el futuro, reiteramos nuestro compromiso con el cuidado del desempeño del negocio, desarrollando respuestas en consonancia con las necesidades y oportunidades de consumo de nuestros comensales, sin perder de vista las mejoras en la rentabilidad y los miembros de equipo como los tres resultados clave para la compañía.

Estandarización:

Continuamos trabajando en la estandarización de los procesos operativos y el *look and feel* de nuestras marcas con el fin de ofrecer la mejor experiencia y calidad a nuestros clientes.

Se continúa con el desarrollo de nuevos programas, procesos de medición y reacondicionamiento de unidades que nos permitirán brindar un mejor servicio y convertir a cada una de nuestras marcas en unidades de negocio más rentables y productivas.

Expansión:

Buscando estar más cerca de nuestros clientes, se ha mejorado nuestro sistema de selección de locaciones. Durante este cuarto trimestre la estrategia continúa girando en torno a la selección de sitios que generen la mayor rentabilidad y que se pongan al alcance de una gran cantidad de clientes adicionando nuevas propuestas gastronómicas a nuestro exitoso portafolio de marcas.

Mercadotecnia:

Las actividades de mercadotecnia están dirigidas a fortalecer el posicionamiento de nuestras marcas en el mercado mexicano, así como a establecer alianzas estratégicas para incrementar lealtad y atraer nuevos comensales.

A través de la extracción de información y del comportamiento del mercado, adquirimos conocimiento sobre las nuevas tendencias, necesidades y preferencias de los consumidores, realizando actividades y programas que sean del interés y gusto de los comensales; de esta forma podemos volvernos una compañía que brinde satisfacción y un servicio extraordinario.

Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero
(55) 5263 6900 ext. 1016
jmiranda@cmr.mx



Relaciones Públicas

Bernardo Castro
(55) 5263 6900 ext. 6971
bcastro@cmr.mx

Se reitera que, según fue reconocido en la Asamblea, por tratarse de la capitalización de pasivos a cargo de la Compañía, los accionistas de la Compañía no tienen el derecho de preferencia que se les confiere en los estatutos sociales vigentes de CMR y en la legislación aplicable, para suscribir las Acciones del Aumento.

Financiamiento:

Pasivo con costo

Al cierre del primer trimestre de 2020, el pasivo con costo fue de Ps\$1,202.0 mdp, monto 1.4% mayor a los Ps\$1,185.3 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 48.1% de la deuda con costo total.

Pasivo con costo

(Cifras en millones de pesos)

Tipo de crédito	MAR-20	Margen %	DIC-19	Margen %	Var. %
Créditos bancarios a corto plazo	\$623.5	51.9%	\$633.5	53.4%	-1.6%
Créditos bancarios a largo plazo	\$578.5	48.1%	\$551.8	46.6%	4.8%
Total deuda con costo	\$1,202.0	100.0%	\$1,185.3	100.00%	1.4%

Información a revelar sobre los recursos, riesgos y relaciones más significativos de la entidad

Nuestros principales recursos se basan en:

- El desarrollo de nuestro talento interno
- El posicionamiento de nuestras marcas
- Nuestras campañas de lealtad
- Crecimiento en los niveles de servicio
- Exitosas campañas de publicidad
- La medición más exacta y continua del grado de satisfacción de nuestros clientes
- Los mejores sistemas informáticos
- Continuo mejoramiento operativo
- Fortalecimiento de alianzas estratégicas con nuestros proveedores

Nuestros riesgos:

- Gran volatilidad en el tipo de cambio
- Inestabilidad política y económica
- Incremento en la inflación
- Un porcentaje de compras de insumos a proveedores extranjeros
- Incremento en la oferta de restaurantes enfocados a comida casual pulverizando el mercado
- Mayor tendencia del consumidor a solicitar servicios para llevar y entrega a domicilio
- Disponibilidad de inmuebles a precios competitivos
- Cambios en la legislación fiscal - laboral
- Incremento en la inseguridad para algunas regiones
- Riesgos o efectos causados por pandemias y epidemias

Relaciones más significativas de la entidad:

- **BRINKER INTERNATIONAL:** en noviembre de 2007 se firmó un acuerdo de desarrollo de franquicias en coinversión con BRINKER INTERNATIONAL INC. Para el desarrollo de la marca “Chilli’s” en toda la República Mexicana, con excepción de la Ciudad de México, Estado de México, Hidalgo, Puebla, Morelos y Querétaro.
- **DARDEN RESTAURANTS:** en agosto de 2011 se firmó un acuerdo de desarrollo de franquicias con la compañía más grande del mundo en el segmento de “Casual Dining” “DARDEN RESTAURANTS INC.” participando en el desarrollo en el territorio nacional de las marcas de Olive Garden, LongHorn y The Capital Grille.
- **RED LOBSTER MANAGEMENT:** en 2015 se firmó un acuerdo de desarrollo de franquicias con la compañía más grande del mundo en el segmento de mariscos, pollo, filetes y pasta “RED LOBSTER MANAGEMENT LLC” participando en el desarrollo en el territorio nacional de la marca de Red Lobster.
- **NESTLÉ:** el 21 de diciembre de 2017 se firmó contrato con Nestlé México para establecer y operar cafeterías bajo la marca NESCAFÉ.

Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero
(55) 5263 6900 ext. 1016
jmiranda@cmr.mx



Relaciones Públicas

Bernardo Castro
(55) 5263 6900 ext. 6971
bcastro@cmr.mx

Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al Primer trimestre de 2020

Cifras relevantes al 1T20 y 1T19

(Cifras en millones de pesos)

	1T20	Margen %	1T19	Margen %	Var. %
Ventas netas	796.0	100.0%	661.0	100.0%	20.4%
Utilidad (Pérdida) bruta	403.8	50.7%	352.5	52.8%	14.5%
Utilidad (Pérdida) de operación	(46.6)	(5.9)%	(24.8)	(3.7)%	88.2%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(102.5)	(12.9)%	(78.1)	(11.8)%	31.2%
EBITDA	110.2	13.8%	112.6	17.0%	(2.1)%

Nota 1: Los resultados de las operaciones de DASI correspondientes a 2020, han sido incluidos en los estados financieros consolidados de la entidad, debido a lo anterior las variaciones resultan ser significativas.

Durante el primer trimestre del año, las ventas netas registraron un crecimiento de 20.4% respecto al primer trimestre del año anterior efecto principalmente de reconocer las operaciones adquiridas de Grupo DASI, alcanzando un monto de Ps\$796.0 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 81.6% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 16.4% de los ingresos. El resto de los ingresos se generaron por concepto de servicios de franquicias, arrendamiento, estacionamiento y otros.

El costo de ventas fue de Ps\$392.2, 27.1% mayor en términos absolutos, el costo de ventas como porcentaje alcanzó un 49.3%, mayor en 260 bps comparado con el primer trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 14.5% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$352.5 mdp a Ps\$403.8 mdp.

Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– ascendieron a Ps\$452.9 mdp, presentando un incremento de 23.5%, 141 bps mayor respecto al mismo trimestre del año anterior.

El EBITDA ascendió a Ps\$110.2 mdp respecto de los Ps\$112.6 mdp del primer trimestre del año anterior, cifra 2.1% menor.

La pérdida neta se ubicó en Ps-\$102.5mdp, mayor a la pérdida de Ps\$78.1 mdp al cierre del primer trimestre del 2019.

Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero
(55) 5263 6900 ext. 1016
jmiranda@cmr.mx



Relaciones Públicas

Bernardo Castro
(55) 5263 6900 ext. 6971
bcastro@cmr.mx

Unidades

Durante el primer trimestre de 2020 no se realizaron aperturas de tiendas.

(Cifras en unidades)

Divisiones	4T19	Apertura	Cierre	1T20
Cafeterías	34	-	3	31
Mexicanos	5	-	-	5
Especializados	2	-	-	2
Chili's	67	-	-	67
Olive Garden	18	-	-	18
Red Lobster	5	-	-	5
Sala Gastronómica	1	-	-	1
Mucho	1	-	-	1
The Capital Grille	2	-	-	2
Sushiitto Corporativas	43	-	-	43
Total unidades	178	0	3	175

Situación financiera, liquidez y recursos de capital

Flujo de efectivo al 31 de Marzo 2020 y 2019

(Cifras en millones de pesos)

	2020	2019
Utilidad o pérdida neta	(102.5)	(78.1)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	19.6	142.4
Flujos de efectivo procedentes de inversión	62.5	(29.3)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(97.0)	(138.1)
Disminución de efectivo y equivalentes de efectivo	(14.9)	(103.1)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	209.6	240.2
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	194.7	137.1

Pasivo con costo

Al cierre del primer trimestre de 2020, el pasivo con costo fue de Ps\$1,202.0 mdp, monto 1.4% mayor a los Ps\$1,185.3 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 48.1% de la deuda con costo total.

Pasivo con costo

(Cifras en millones de pesos)

Tipo de crédito	MAR-20	Margen %	DIC-19	Margen %	Var. %
Créditos bancarios a corto plazo	\$623.5	51.9%	\$633.5	53.4%	-1.6%
Créditos bancarios a largo plazo	\$578.5	48.1%	\$551.8	46.6%	4.8%
Total deuda con costo	\$1,202.0	100.0%	\$1,185.3	100.00%	1.4%

Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps\$14.8mdp. Este monto fue destinado a mantenimiento, reemplazo de equipos y remodelaciones.

Flujo de Efectivo

Flujo de efectivo al 31 de Marzo 2020 y 2019

(Cifras en millones de pesos)

	2020	2019
Utilidad o pérdida neta	(102.5)	(78.1)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	19.6	142.4
Flujos de efectivo procedentes de inversión	62.5	(29.3)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(97.0)	(138.1)
Disminución de efectivo y equivalentes de efectivo	(14.9)	(103.1)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	209.6	240.2
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	194.7	137.1

Reconocimiento inicial IFRS 16 “Arrendamientos”

La Entidad aplicará la definición de un arrendamiento y la guía establecida en la IFRS 16 a todos los contratos de arrendamiento registrados o modificados a partir del 1 de enero de 2019 (ya sea un arrendador o un arrendatario en el contrato de arrendamiento). Para la aplicación por primera vez de la IFRS 16, la Entidad ha llevado a cabo un proyecto de implementación de manera prospectiva. El proyecto ha demostrado que la nueva definición en la IFRS 16 no cambiará significativamente el alcance de los contratos que cumplan con la definición de un arrendamiento para la Entidad.

Impacto en la contabilidad del arrendatario

Arrendamientos Operativos

La IFRS 16 cambiará la forma en que la Entidad contabiliza los arrendamientos previamente clasificados como arrendamientos operativos según la IAS 17, que estaban fuera de balance.

El efecto acumulado al mes de diciembre por la adopción de la IFRS 16, implica:

- a) El reconocimiento por derecho de uso es por Ps\$1,208.9 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps\$1,261.3 mdp.
- b) Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps\$57.2 mdp y los intereses por Ps\$25.8 mdp sobre los pasivos por arrendamiento en el estado consolidado de resultados;
- c) Separará la cantidad total de efectivo pagado en una porción principal e intereses Ps\$74.1 mdp (presentada dentro de las actividades de financiamiento) en el estado de flujo de efectivo consolidado.

Información a revelar sobre las medidas de rendimientos fundamentales e indicadores que la gerencia utiliza para evaluar el rendimiento de la entidad con respecto a los objetivos establecidos

Una situación financiera rentable y sostenible, el logro de las metas financieras, alcanzar nuestros objetivos de expansión además del cumplimiento de los convenios establecidos con nuestros socios, son los principales indicadores para evaluar el rendimiento de la compañía sin dejar a un lado el monitoreo continuo para asegurar atender con calidad a millones de clientes, brindar desarrollo profesional a miles de colaboradores, generar valor para nuestros accionistas y contribuir al cuidado de nuestro medio ambiente aunado al apoyo a nuestras comunidades mediante diversos programas e iniciativas de impacto social.

La Compañía mantiene el índice de apalancamiento dentro del marco de las políticas dictadas por el Consejo de Administración. Al cierre del primer trimestre de 2020, la deuda neta de CMR se ubicó en Ps\$1,202.0 mdp.

Indicadores financieros	1T20	1T19
EBITDA / Intereses pagados	3.4x	3.8x
Deuda neta / EBITDA (12M)	3.9x	2.2x
Pasivo total / Capital contable	1.8x	2.7x

Indicadores bursátiles	1T20	1T19
P / VL	1.2x	1.6x
EV / EBITDA (12M)	8.8x	8.6x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	2.7	2.8
Utilidad por acción (Ps\$)	(0.2)	(0.2)
Precio por acción al cierre (Ps\$)	3.10	4.38
Acciones en circulación (millones)	409.3	354.0

Nota: El EBITDA y Pasivo Total (para efectos de comparabilidad contra el primer trimestre 2019, no se consideran efectos de la norma IFRS16).

Programa de recompra de acciones

Al 31 de Marzo de 2020, el Fondo de Recompra reportó 4,236,700 títulos.

Analista independiente

De conformidad con la reforma al reglamento interior de la Bolsa Mexicana de Valores en materia de analista independiente y cobertura de análisis, CMR, S.A.B. de C.V., informa que cuenta con cobertura de análisis por parte de GBM, Grupo Bursátil Mexicano, S.A.B. de C.V., Casa de Bolsa.

Declaraciones sobre expectativas

Este reporte puede incluir ciertas expectativas de resultados sobre CMR, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias y/o afiliadas. Dichas proyecciones dependen de las consideraciones de la Administración de CMR, S.A.B. de C.V. y están basadas en información actual y conocida; sin embargo, las expectativas podrían variar debido a hechos, circunstancias y eventos fuera del control de CMR, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias y/o afiliadas.

Estado de resultados trimestral 1T20 Y 1T19						
(Miles de pesos)	1T20	Margen%	1T19	Margen%	Var.%	pbs
Ventas netas	795,973	100.0%	660,973	100.0%	20.4%	0 bps
Costo de ventas	392,175	49.3%	308,451	46.7%	27.1%	260 bps
Utilidad (Pérdida) bruta	403,798	50.7%	352,522	53.3%	14.5%	-260 bps
SG&A	452,927	56.9%	366,815	55.5%	23.5%	141 bps
Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto	(49,129)	-6.2%	(14,293)	-2.2%	243.7%	-401 bps
Otros ingresos y (gastos), neto	2,512	-0.3%	(10,482)	1.6%	-124.0%	-190 bps
Utilidad (Pérdida) de operación	(46,617)	5.9%	(24,775)	3.7%	88.2%	211 bps
Resultado integral de financiamiento, neto	(52,840)	6.6%	(35,987)	5.4%	46.8%	119 bps
Intereses pagados	(61,078)	7.7%	(36,476)	5.5%	67.4%	215 bps
Intereses ganados	1,207	-0.2%	2,282	-0.3%	-47.1%	-19 bps
Ganancia / pérdida cambiaria	7,653	-1.0%	(1,793)	0.3%	-526.8%	-123 bps
Otros gastos financieros	(622)	-0.1%		0.0%	0.0%	-8 bps
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	(99,458)	-12.5%	(60,762)	-9.2%	-63.7%	-330 bps
Impuestos a la utilidad	3,000	0.4%	17,324	2.6%	-82.7%	-224 bps
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(102,458)	-12.9%	(78,086)	-11.8%	-31.2%	-106 bps
Participación minoritaria	-		-			-
Resultado neto mayoritario	(102,458)	-12.9%	(78,086)	-11.8%	-31.2%	-106 bps
Depreciación & amortización	149,350	18.8%	125,137	18.9%	19.3%	-17 bps
EBITDA	23,262	2.9%	33,864	5.1%	-31.3%	-220 bps

Balance General del 1 de enero al 31 de marzo de 2020 y al 31 de diciembre de 2019		
(Miles de pesos)	MAR-2020	DIC-19 (Dictaminado)
ACTIVO		
Efectivo y equivalentes de efectivo	194,702	209,593
Instrumentos Financieros	-	-
Cuentas por cobrar	213,540	225,431
Inventarios	138,071	137,748
Pagos anticipados	36,262	18,913
Activo circulante	582,575	591,685
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	1,132,623	1,199,369
Activo por derecho de uso	1,208,960	1,270,801
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	862,321	934,155
Impuestos diferidos	515,159	484,662
TOTAL ACTIVO	4,333,758	4,512,792
PASIVO		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	623,517	633,462
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	364,967	364,967
Instrumentos financieros	6,092	6,092
Cuentas por pagar a proveedores	301,107	286,927
Acreedores Diversos	35,742	35,742
Impuestos y gastos acumulados	235,915	291,126
Anticipos de clientes	16,685	10,638
Pasivo circulante	1,584,025	1,628,954
Pasivo a largo plazo	578,522	551,848
Acreedores diversos a largo plazo	35,742	35,742
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	896,343	949,039
Beneficios a empleados	145,851	145,026
Impuestos a la utilidad diferidos	14,748	21,199
TOTAL PASIVO	3,255,231	3,331,808
CAPITAL CONTABLE	1,078,527	1,180,984
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	4,333,758	4,512,792

Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 175 restaurantes distribuidos en toda la República Mexicana. Ofrece un sólido portafolio de poderosas marcas, con diferentes propuestas gastronómicas y de ambiente: Wings, La Destilería, El Lago, Bistró Chapultepec, Nescafé, Chili's, Olive Garden, Red Lobster, The Capital Grille y Sushitto. CMR cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1997 bajo la clave de pizarra CMRB.

Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero
(55) 5263 6900 ext. 1016
jmiranda@cmr.mx



Relaciones Públicas

Bernardo Castro
(55) 5263 6900 ext. 6971
bcastro@cmr.mx