

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

- Ventas netas acumuladas con decremento de 65.1% durante el segundo trimestre del 2020
- Ventas a mismas tiendas con decremento de 84.8% comparado con el segundo trimestre del año anterior.
- El EBITDA disminuyó 136.1% comparado con el segundo trimestre del 2019.

Ciudad de México, a 28 de Julio 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 segundo 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

“Desde el inicio del confinamiento por el virus SARS CoV-2 (COVID-19), hemos generado estrategias para disminuir el impacto financiero que ha afectado a la industria restaurantera, a nuestros comensales, colaboradores, proveedores, acreedores y aliados estratégicos.

En el segundo trimestre del 2020, las ventas netas presentaron un decremento del 65.1% contra el segundo trimestre del 2019. Sin embargo, obtuvimos un ahorro significativo en costo de ventas por 127.5 millones de pesos y en gastos por 110.8 millones de pesos comparados contra el mismo periodo del año anterior.

Por ello, con el objetivo de fortalecer nuestra estructura financiera, CMR concretó la estrategia de renegociación de deuda, lo que nos permitirá mejorar las condiciones para cumplir los compromisos derivados de la adquisición de Grupo DASI y las condiciones de la deuda en torno a plazo, vencimiento de los pagos y periodos de gracia. La renegociación se llevó a cabo a través de la firma de dos nuevos créditos firmados por separado con Scotiabank y HSBC. El monto total resultante de la deuda a largo plazo será de 800 millones de pesos. Adicionalmente, se contará con una línea de crédito revolvente de hasta 250 millones de pesos.

Al mismo tiempo, buscamos nuevas oportunidades de negocio con la adaptación en canales no tradicionales de ventas. Debido a esto, activamos el proyecto Dark Kitchens Sushi Itto, cuya prueba piloto se está llevando a cabo durante los meses de junio a agosto en la ciudad de Monterrey, únicamente mediante el uso de aplicaciones delivery, presentando muy buenos resultados. De continuar con el éxito obtenido, este proyecto tendría el potencial de expandirse a 15 ubicaciones más en diferentes ciudades del territorio nacional. Además, en abril, por primera vez en delivery propio, se activó la promoción 2x1 en todos los rollos de lunes a domingo, el cual impulsó el crecimiento de la venta por el canal de delivery en 30%, mismo que permitió generar flujo durante todo el trimestre y reposicionamiento de la marca en ese canal.

Con el comienzo de la nueva normalidad post-COVID-19 y con el fin de prevenir la propagación del virus, preparamos y entrenamos a todos los colaboradores con el nuevo protocolo de sanidad, así como con la implementación de todos los materiales solicitados por la autoridad federal y local para la reapertura de unidades. Un ejemplo de esto es, la liberación de un menú electrónico, el cual consiste en escanear un código QR desde el dispositivo móvil para direccionar a una página web con el menú disponible de cada marca.

Así mismo, la rápida adaptación a un esquema de Home Office permanente para nuestras áreas administrativas representó un desafío, sin embargo, hemos logrado conservar una comunicación activa con nuestros colaboradores y manteniendo un desempeño eficiente en la operación de nuestras unidades.

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

Además, hemos proporcionado tanto medios de capacitación a distancia sobre diversos temas de utilidad e interés para los colaboradores de CMR como herramientas para identificar las conductas que les permitan ejercer un liderazgo ético enfocado al cumplimiento de nuestros objetivos dentro de un entorno organizacional favorable.

Con el cierre total y parcial de nuestras unidades, rescatamos y donamos 10.8 toneladas de insumos y alimentos a diversas instituciones con las que trabaja la fundación CMR, así como a colaboradores de las propias unidades. De este modo, en CMR estamos comprometidos por minimizar el desperdicio de alimentos.

Con todo esto, seguiremos hacia adelante, esforzándonos y dando lo mejor de cada uno de nosotros para superar los retos presentados, demostrando nuestra rápida capacidad de adaptación y resiliencia, marcando el camino hacia la entrega de resultados superando el entorno actual.

Agradezco a todo nuestro equipo, por la unión y pasión demostrados hacia el negocio, también a nuestros proveedores, arrendadores y acreedores por el apoyo y la confianza brindados porque, gracias a ello, juntos saldremos adelante”.

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

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 segundo trimestre de 2020 se colocó en 165 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 segundo 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 segundo 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 podamos 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 segundo trimestre de 2020, el pasivo con costo fue de Ps\$1,517.0 mdp, monto 28.0% mayor a los Ps\$1,185.3 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 69.8% de la deuda con costo total.

Pasivo con costo

(Cifras en millones de pesos)

Tipo de crédito	jun-20	Margen %	dic-19	Margen %	Var. %
Créditos bancarios a corto plazo	\$457.5	30.2%	\$633.5	53.4%	(27.8%)
Créditos bancarios a largo plazo	\$1,059.5	69.8%	\$551.8	46.6%	92.0%
Total deuda con costo	\$1,517.0	100.0%	\$1,185.3	100.0%	28.0%

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 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 Segundo trimestre de 2020

Cifras relevantes al 2T20 y 2T19

(Cifras en millones de pesos)	2T20	Margen %	2T19	Margen %	Var. %
Ventas netas	250.5	100.0%	717.5	100.0%	(65.1)%
Utilidad (Pérdida) bruta	52.9	21.1%	392.4	54.7%	(86.5)%
Utilidad (Pérdida) de operación	(227.0)	(90.6)%	13.1	1.8%	(1,834.8)%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(284.4)	(113.5)%	(40.8)	(5.7)%	(597.5)%
EBITDA	(81.1)	(32.4)%	224.8	31.3%	(136.1)%

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 segundo trimestre del año, las ventas netas registraron un decremento de 65.1% respecto al segundo trimestre del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$250.5 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 55.1% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 39.7% 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\$197.6 mdp, 39.2% menor en términos absolutos, el costo de ventas como porcentaje alcanzó un 78.9%, mayor en 3,357 bps comparado con el segundo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un decremento de 86.5% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$392.4 mdp a Ps\$52.9 mdp.

Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– descendieron a Ps\$278.9 mdp, presentando un decremento de 28.4%, 5,703 bps mayor respecto al mismo trimestre del año anterior.

El EBITDA descendió a Ps-\$81.1 mdp respecto de los Ps\$224.8 mdp del segundo trimestre del año anterior, cifra 136.1% menor.

La pérdida neta se ubicó en Ps-\$284.4 mdp, mayor a la pérdida de Ps-\$40.8 mdp al cierre del segundo 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

Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al acumulado a junio de 2020

Cifras relevantes acumulado a junio 2020 y 2019

(Cifras en millones de pesos)	Acum Jun 20	Margen %	Acum Jun 19	Margen %	Var. %
Ventas netas	1,046.5	100.0%	1,378.5	100.0%	(24.1)%
Utilidad (Pérdida) bruta	456.7	43.6%	744.9	54.0%	(38.7)%
Utilidad (Pérdida) de operación	(273.6)	(26.1)%	(11.7)	(0.8)%	(2,239.9)%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(386.8)	(37.0)%	(118.9)	(8.6)%	(225.5)%
EBITDA	29.1	2.8%	337.4	24.5%	(91.4)%

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 periodo acumulado a junio 2020, las ventas netas registraron un decremento de 24.1% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$1,046.5 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 75.3% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 22.0% 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\$589.8 mdp, 6.9% menor en términos absolutos, el costo de ventas como porcentaje alcanzó un 56.4%, mayor en 1,040 bps comparado con el mismo periodo del año anterior. La utilidad bruta presentó un decremento de 38.7% respecto al mismo periodo del año anterior, pasando de Ps\$744.9 mdp a Ps\$456.7 mdp.

Los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– descendieron a Ps\$731.9 mdp, presentando un decremento de 3.3%, 1,505 bps mayor respecto al mismo periodo del año anterior.

El EBITDA descendió a Ps\$29.1 mdp respecto de los Ps\$337.4 mdp del mismo periodo del año anterior, cifra 91.4% menor.

La pérdida neta se ubicó en Ps-\$386.8 mdp, mayor a la pérdida de Ps-\$118.9 mdp al cierre del acumulado de junio de 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 segundo trimestre de 2020 no se realizaron aperturas de tiendas.

(Cifras en Unidades)

Divisiones	1T20	Apertura	Cierre	2T20
Cafeterías	34	0	3	31
Mexicanos	5	0	3	2
Especializados	2	0	0	2
Chili's	67	0	4	63
Olive Garden	18	0	0	18
Red Lobster	5	0	0	5
Sala Gastronómica	1	0	0	1
Mucho	1	0	1	0
The Capital Grille	2	0	0	2
Sushi Itto Corporativas	43	0	2	41
Total unidades	178	0	13	165

Situación financiera, liquidez y recursos de capital

Flujo de efectivo al 30 de Junio 2020 y 2019

(Cifras en millones de pesos)

	2020	2019
Utilidad o pérdida neta	(386.8)	(118.9)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	26.9	219.3
Flujos de efectivo procedentes de inversión	48.0	(51.5)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	36.4	(268.9)
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes de efectivo	111.3	(101.1)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	209.6	240.2
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	320.9	139.1

Pasivo con costo

Al cierre del segundo trimestre de 2020, el pasivo con costo fue de Ps\$1,517.0 mdp, monto 28.0% mayor a los Ps\$1,185.3 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 69.8% de la deuda con costo total.

Pasivo con costo

(Cifras en millones de pesos)

Tipo de crédito	jun-2	Margen %	dic-19	Margen %	Var. %
Créditos bancarios a corto plazo	\$457.5	30.2%	\$633.5	53.4%	(27.8%)
Créditos bancarios a largo plazo	\$1,059.5	69.8%	\$551.8	46.6%	92.0%
Total deuda con costo	\$1,517.0	100.0%	\$1,185.3	100.0%	28.0%

Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps\$13.8mdp. Este monto fue destinado a mantenimiento, reemplazo de equipos y remodelaciones.

Flujo de Efectivo

Flujo de efectivo al 30 de Junio 2020 y 2019

(Cifras en millones de pesos)

	2020	2019
Utilidad o pérdida neta	(386.8)	(118.9)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	26.9	219.3
Flujos de efectivo procedentes de inversión	48.0	(51.5)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	36.4	(268.9)
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes de efectivo	111.3	(101.1)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	209.6	240.2
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	320.9	139.1

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 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 junio por la adopción de la IFRS 16, implica:

- a) El reconocimiento por derecho de uso es por Ps\$923.8 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps\$967.3 mdp.
- b) Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps\$128.4 mdp y los intereses por Ps\$51.7 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\$174.4 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.

Al cierre del segundo trimestre de 2020, la deuda neta de CMR se ubicó en Ps\$1,517.0 mdp.

Indicadores financieros	2T20	2T19
EBITDA / Intereses pagados	0.3x	3.9x
Deuda neta / EBITDA (12M)	52.8x	2.0x
Pasivo total / Capital contable	3.0x	1.4x

Indicadores bursátiles	2T20	2T19
P / VL	1.4x	1.5x
EV / EBITDA (12M)	101.0x	7.7x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	2.0	2.7
Utilidad por acción (Ps\$)	(0.9)	(0.3)
Precio por acción al cierre (Ps\$)	2.66	4.00
Acciones en circulación (millones)	409.3	354.0

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

Programa de recompra de acciones

Al 30 de junio 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 2T20 Y 2T19						
(Miles de pesos)	2T20	Margen %	2T19	Margen %	Var. %	pbs
Ventas netas	250,529	100.0%	717,495	100.0%	-65.1%	0 bps
Costo de ventas	197,614	78.9%	325,119	45.3%	-39.2%	3,357 bps
Utilidad (Pérdida) bruta	52,915	21.1%	392,376	54.7%	-86.5%	-3,357 bps
SG&A	278,987	111.4%	389,805	54.3%	-28.4%	5,703 bps
Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto	(226,072)	-90.2%	2,571	0.4%	-8,893.2%	-9,060 bps
Otros ingresos y (gastos), neto	(896)	-0.4%	10,512	1.5%	-108.5%	-182 bps
Utilidad (Pérdida) de operación	(226,968)	-90.6%	13,083	1.8%	-1,834.8%	-9,242 bps
Resultado integral de financiamiento, neto	(57,413)	-22.9%	(44,463)	-6.2%	29.1%	-1,672 bps
Intereses pagados	(55,018)	-22.0%	(46,865)	-6.5%	17.4%	-1,543 bps
Intereses ganados	1,661	0.7%	2,269	0.3%	-26.8%	35 bps
Ganancia / pérdida cambiaria	(3,405)	-1.4%	133	0.0%	-2,660.2%	-138 bps
Otros gastos financieros	(651)	-0.3%	-	0.0%	0.0%	-26 bps
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	(284,381)	-113.5%	(31,380)	-4.4%	-806.3%	-10,914 bps
Impuestos a la utilidad	-	0.0%	9,389	1.3%	-100.0%	-131 bps
Utilidad (Pérdida) antes de las operaciones discontinuadas	(284,381)	-113.5%	(40,769)	-5.7%	-597.5%	-10,783 bps
Operaciones discontinuadas	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	0 bps
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(284,381)	-113.5%	(40,769)	-5.7%	-597.5%	-10,783 bps
Participación minoritaria	-		-			
Resultado neto mayoritario	(284,381)	-113.5%	(40,769)	-5.7%	-597.5%	-10,783 bps
Depreciación & amortización	129,780	51.8%	186,402	26.0%	-30.4%	2,582 bps
EBITDA	(81,075)	-32.4%	224,823	31.3%	-136.1%	-6,370 bps

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

Estado de resultados acumulado a Junio 2020 y 2019						
(Miles de pesos)	Acum Jun 20	Margen %	Acum Jun 19	Margen %	Var. %	pbs
Ventas netas	1,046,502	100.0%	1,378,468	100.0%	-24.1%	0 bps
Costo de ventas	589,789	56.4%	633,571	46.0%	-6.9%	1,040 bps
Utilidad (Pérdida) bruta	456,713	43.6%	744,897	54.0%	-38.7%	-1,040 bps
SG&A	731,914	69.9%	756,620	54.9%	-3.3%	1,505 bps
Utilidad (Pérdida) antes de otros ingresos y gastos, neto	(275,201)	-26.3%	(11,723)	-0.9%	2,247.5%	-2,545 bps
Otros ingresos y (gastos), neto	1,616	0.2%	31	0.0%	5,112.9%	15 bps
Utilidad (Pérdida) de operación	(273,585)	-26.1%	(11,692)	-0.8%	2,239.9%	-2,529 bps
Resultado integral de financiamiento, neto	(110,252)	-10.5%	(80,450)	-5.8%	37.0%	-470 bps
Intereses pagados	(116,096)	-11.1%	(83,341)	-6.0%	39.3%	-505 bps
Intereses ganados	2,869	0.3%	4,551	0.3%	-37.0%	-6 bps
Ganancia / pérdida cambiaria	4,248	0.4%	(1,660)	-0.1%	-355.9%	53 bps
Otros gastos financieros	(1,273)	-0.1%	-	0.0%	0.0%	-12 bps
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	(383,837)	-36.7%	(92,142)	-6.7%	-316.6%	-2,999 bps
Impuestos a la utilidad	3,000	0.3%	26,713	1.9%	-88.8%	-165 bps
Utilidad (Pérdida) antes de operaciones discontinuadas	(386,837)	-37.0%	(118,855)	-8.6%	-225.5%	-2,834 bps
Operaciones discontinuadas	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	0 bps
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(386,837)	-37.0%	(118,855)	-8.6%	-225.5%	-2,834 bps
Participación minoritaria	-		-			
Resultado neto mayoritario	(386,837)	-37.0%	(118,855)	-8.6%	-225.5%	-2,834 bps
Depreciación & amortización	279,130	26.7%	311,540	22.6%	-10.4%	407 bps
EBITDA	29,091	2.8%	337,406	24.5%	-91.4%	-2,170 bps

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

Balance General del 1 de enero al 30 de junio de 2020 y al 31 de diciembre de 2019		
(Miles de pesos)	JUN-2020	DIC-19 (Dictaminado)
ACTIVO		
Efectivo y equivalentes de efectivo	320,910	209,593
Instrumentos Financieros	-	-
Cuentas por cobrar	248,496	225,431
Inventarios	106,515	137,748
Pagos anticipados	65,925	18,913
Activo circulante	741,846	591,685
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	1,060,613	1,199,369
Activo por derecho de uso	923,889	1,270,801
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	902,766	934,155
Impuestos diferidos	464,526	484,662
TOTAL ACTIVO	4,125,760	4,512,792
PASIVO		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	457,541	633,462
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	364,967	364,967
Instrumentos financieros	6,092	6,092
Cuentas por pagar a proveedores	301,318	286,927
Acreedores Diversos	35,742	35,742
Impuestos y gastos acumulados	296,866	291,126
Anticipos de clientes	19,364	10,638
Pasivo circulante	1,481,890	1,628,954
Pasivo a largo plazo	1,059,469	551,848
Acreedores diversos a largo plazo	35,742	35,742
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	602,336	949,039
Beneficios a empleados	137,428	145,026
Impuestos a la utilidad diferidos	14,748	21,199
TOTAL PASIVO	3,331,613	3,331,808
CAPITAL CONTABLE	794,147	1,180,984
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	4,125,760	4,512,792

Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 165 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 Sushihito. 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