

CMR, S.A.B. de C.V. anuncia resultados del Primer Trimestre de 2021

- **Ventas netas acumuladas con decremento de 38.9% durante el primer trimestre del 2021**
- **Ventas a mismas tiendas con decremento de 36.3% comparado con el primer trimestre del año anterior.**
- **El EBITDA disminuyó 51.0% comparado con el primer trimestre del 2020.**

Ciudad de México, a 30 de Abril de 2021. 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 2021, 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

“A finales del primer trimestre de 2021, se cumplió un año del inicio de las restricciones sanitarias implementadas por la pandemia provocada por el virus SARS CoV-2 (COVID-19), en el cual nos hemos adaptados a las nuevas tendencias de consumo, buscando brindar las mejores experiencias a nuestros comensales, por ello, al cierre del periodo reportamos un margen positivo de 11.1% en el EBITDA, obteniendo 54 millones de pesos, demostrando nuestro compromiso para la entrega de resultados.

Continuando con nuestras acciones para fortalecer nuestra estructura financiera, se realizó una estrategia de renegociación de la deuda bancaria de nuestra subsidiaria, Distribuidora de Alimentos SI, S. de R.L. de C.V., con Banco Actinver, a efecto de mejorar sus condiciones en torno a plazo, vencimiento de los pagos y períodos de gracia. Esta operación le permitirá a DASI, continuar operando ante el complejo entorno económico actual. El nuevo crédito bancario consiste en deuda a largo plazo por un monto de 134.9 mdp pagaderos en 18 meses, con un plazo de gracia de 12 meses y 6 meses con amortizaciones iguales.

Por otro lado, continuamos centrando nuestros esfuerzos en contrarrestar los efectos de la pandemia asegurando la mayor rentabilidad posible en restaurante y fortaleciendo nuestros canales “Off Premise”, como To Go y a domicilio. Por ello, aprovechando nuestra capacidad instalada, el 59.3% de nuestros restaurantes cuentan con mas de una marca operando, logrando fortalecer más nuestra presencia y ampliando el alcance para seguir brindando las mejores experiencias a nuestros invitados en su hogar, logrando un crecimiento en ventas contra año anterior a mismos días de 91.2% en los canales de To Go y a domicilio.

En Chili’s, continua el enfoque en impulsar el canal de venta a domicilio propio a través de distintos proveedores logísticos locales. Así mismo, “It’s Just Wings”, su marca virtual lanzada el año pasado, alcanzó una venta mensual consistente por arriba de los 2.5 mdp, presentando un crecimiento de 19% contra el trimestre anterior.

Tras el éxito de “It’s Just Wings”, se decidió lanzar dos marcas virtuales más: la segunda marca de Chili’s con una propuesta de valor centrada en “mini-hamburguesas” llamada “It’s Just Sliders & Pies”. Comenzando su roll out a mediados de marzo en 12 ubicaciones; Y también, nuestra marca “Yukai” con su propuesta de valor centrada en una cuidadosa selección de sushi a precio atractivo y operando desde las cocinas de Sushi itto, logrando superar una venta acumulado de más de medio millón de pesos en el trimestre.

Así mismo, sumamos una nueva Dark Kitchen de Sushi Itto, alcanzando 7 en total y superando una venta promedio mensual de 1.4 mdp. El proyecto tiene potencial para abrir en las cocinas de nuestras demás marcas, así como en instalaciones de terceros o importantes socios, con los cuales ya nos encontramos en negociaciones para abrir más de 10 durante todo el 2021. También, en la marca Wings se logró generar casi 1 mdp de venta incremental a través de una alianza con MVS TV.

Continuamos nuestros esfuerzos para brindar a nuestros miembros de equipo las herramientas para un liderazgo efectivo a distancia con talleres y capacitaciones enfocadas a mejorar la comunicación, procesos, productividad y gestión de liderazgo en favor del fortalecimiento de su equipo y su contribución a los resultados del negocio”. 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 Negrete
(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 2021 se colocó en 145 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.

Relación con Inversionistas

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



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

Expansión:

Buscando estar más cerca de nuestros clientes, se ha mejorado nuestro sistema de selección de locaciones. Durante este Primer 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 Negrete
(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:

Al cierre del primer trimestre de 2021, el pasivo con costo fue de Ps\$1,715.3 mdp, monto 0.3% menor a los Ps\$1,720.5 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 80.5% de la deuda con costo total.

Pasivo con costo

(Cifras en millones de pesos)

Tipo de crédito	mar-21	Margen %	dic-20	Margen %	Var. %
Créditos bancarios a corto plazo	\$334.7	19.5%	\$334.7	19.5%	0.0%
Créditos bancarios a largo plazo	\$1,380.6	80.5%	\$1,385.8	80.5%	-0.4%
Total deuda con costo	\$1,715.3	100.0%	\$1,720.5	100.0%	-0.3%

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

Relación con Inversionistas

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



Relaciones Públicas

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

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.

Relación con Inversionistas

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



Relaciones Públicas

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

Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al primer trimestre de 2021

Cifras relevantes al 1T21 y 1T20

(Cifras en millones de pesos)	1T21	Margen%	1T20	Margen%	Var. %
Ventas netas	486.5	100.0%	796.0	100.0%	(38.9)%
Utilidad (Pérdida) bruta	240.9	49.5%	403.8	50.7%	(40.3)%
Utilidad (Pérdida) de operación	(54.5)	(11.2)%	(46.6)	(5.9)%	17.0%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(114.2)	(23.5)%	(102.5)	(12.9)%	11.5%
EBITDA	54.0	11.1%	110.2	13.8%	(51.0)%

Nota 1: Los resultados de las operaciones de DASI correspondientes a 2021, 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 decremento de 38.9% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$486.5 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 75.5% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 21.7% de los ingresos. El resto de los ingresos se generaron por concepto de servicios de franquicias, arrendamiento y otros.

El costo de ventas fue de Ps\$245.6 mdp, 37.4% menor en términos absolutos, el costo de ventas como porcentaje alcanzó un 50.5%, mayor en 121 bps comparado con el primer trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un decremento de 40.3% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$403.8 mdp a Ps\$240.9 mdp.

Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$299.0 mdp, presentando un decremento de 34.0% respecto al mismo periodo del año anterior.

El EBITDA descendió a Ps\$54.0 mdp respecto de los Ps\$110.1 mdp del primer trimestre del año anterior, presentando un decremento de 51.0%.

La pérdida neta se ubicó en Ps-\$114.2 mdp, generando una variación contra la pérdida neta de Ps-\$102.5 mdp de 11.5% comparados contra el primer trimestre del año anterior.

Relación con Inversionistas

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



Relaciones Públicas

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

Unidades

Durante el primer trimestre de 2021 no se realizaron aperturas de tiendas.

(Cifras en Unidades)

Divisiones	4T20	Apertura	Cierre	1T21
Cafeterías	29	0	0	29
Mexicanos	2	0	1	1
Especializados	2	0	0	2
Chili's	57	0	0	57
Olive Garden	16	0	1	15
Red Lobster	3	0	0	3
Sala Gastronómica	1	0	0	1
The Capital Grille	1	0	0	1
Sushi Itto Corporativas	36	0	0	36
Total unidades	147	0	2	145

Situación financiera, liquidez y recursos de capital

Flujo de efectivo al 31 de Marzo de 2020 y 2020

(Cifras en millones de pesos)

	2021	2020
Utilidad o pérdida neta	(114.2)	(102.5)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	81.2	19.6
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(43.6)	61.5
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(77.2)	97.9
Disminución de efectivo y equivalentes de efectivo	(39.5)	(14.9)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	430.7	209.6
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	391.1	194.7

Relación con Inversionistas

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



Relaciones Públicas

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

Pasivo con costo

Al cierre del primer trimestre de 2021, el pasivo con costo fue de Ps\$1,715.3 mdp, monto 0.3% menor a los Ps\$1,120.5 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 80.5% de la deuda con costo total.

Pasivo con costo

(Cifras en millones de pesos)

Tipo de crédito	mar-21	Margen %	dic-20	Margen %	Var. %
Créditos bancarios a corto plazo	\$334.7	19.5%	\$334.7	19.5%	0.0%
Créditos bancarios a largo plazo	\$1,380.6	80.5%	\$1,385.8	80.5%	-0.4%
Total deuda con costo	\$1,715.3	100.0%	\$1,720.5	100.0%	-0.3%

Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps\$3.7 mdp. Este monto fue destinado a mantenimiento, reemplazo de equipos y remodelaciones.

Flujo de Efectivo

Flujo de efectivo al 31 de Marzo de 20201 y 2020

(Cifras en millones de pesos)

	2021	2020
Utilidad o pérdida neta	(114.2)	(102.5)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	81.2	19.6
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(43.6)	61.5
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(77.2)	97.9
Disminución de efectivo y equivalentes de efectivo	(39.5)	(14.9)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	430.7	209.6
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	391.1	194.7

Relación con Inversionistas

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



Relaciones Públicas

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

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 2020 (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 diciembre por la adopción de la IFRS 16, implica:

- a) El reconocimiento por derecho de uso es por Ps\$758.9 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps\$811.4 mdp.
- b) Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps\$52.3 mdp y los intereses por Ps\$21.1 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\$70.8 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 primer trimestre de 2021, la deuda neta de CMR se ubicó en Ps\$1,715.3 mdp.

Indicadores financieros	1T21	1T20
Pasivo total / Capital contable	12.7x	3.x

Indicadores bursátiles	1T21	1T20
P / VL	4.7x	1.2x
EV / EBITDA (12M)	-59.1x	3.9x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	0.5	2.6
Utilidad por acción (Ps\$)	(0.2)	(0.3)
Precio por acción al cierre (Ps\$)	2.28	3.1
Acciones en circulación (millones)	548.5	409.3

Nota: El EBITDA y Pasivo Total (para efectos de comparabilidad del primer trimestre 2021, se consideran efectos de la norma IFRS16 en el primer trimestre de 2020).

Programa de recompra de acciones

Al 31 de diciembre de 2021, 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 1T21 Y 1T20

(Miles de pesos)	1T21	Margen%	1T20	Margen%	Var.%	pbs
Ventas netas	486,526	100.0%	795,973	100.0%	-38.9%	
Costo de ventas	245,586	50.5%	392,175	49.3%	-37.4%	121 bps
Utilidad (Pérdida) bruta	240,940	49.5%	403,798	50.7%	-40.3%	-121 bps
SG&A	299,015	61.5%	452,929	56.9%	-34.0%	456 bps
Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto	(58,075)	-11.9%	(49,131)	-6.2%	18.2%	-576 bps
Otros ingresos y (gastos), neto	3,534	0.7%	2,512	0.3%	40.7%	41 bps
Utilidad (Pérdida) de operación	(54,541)	-11.2%	(46,619)	-5.9%	17.0%	-535 bps
Resultado integral de financiamiento, neto	(59,672)	-12.3%	(52,840)	-6.6%	12.9%	-563 bps
Intereses pagados	(58,760)	-12.1%	(61,078)	-7.7%	-3.8%	-440 bps
Intereses ganados	351	0.1%	1,207	0.2%	-70.9%	-8 bps
Ganancia / pérdida cambiaria	(571)	-0.1%	7,653	1.0%	-107.5%	-108 bps
Otros gastos financieros	(692)	-0.1%	(622)	-0.1%	-11.2%	-6 bps
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	(114,213)	-23.5%	(99,459)	-12.5%	-14.8%	-1,098 bps
Impuestos a la utilidad	-	0.0%	3,000	0.4%	100.0%	-38 bps
Utilidad (Pérdida) antes de las operaciones discontinuadas	(114,213)	-23.5%	(102,459)	-12.9%	11.5%	-1,060 bps
Operaciones discontinuadas	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	0 bps
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(114,213)	-23.5%	(102,459)	-12.9%	11.5%	-1,060 bps
Participación minoritaria	-		-			
Resultado neto mayoritario	(114,213)	-23.5%	(102,458)	-12.9%	11.5%	-1,060 bps
Depreciación & amortización	106,975	22.0%	149,350	18.8%	-28.4%	322 bps
EBITDA	54,001	11.1%	110,165	13.8%	-51.0%	-274 bps

Relación con Inversionistas

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


Relaciones Públicas

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

Balance General del 1 de enero al 31 de marzo de 2021 y al 31 de diciembre de 2020		
(Miles de pesos)	MAR-2021	DIC-20 (Dictaminado)
ACTIVO		
Efectivo y equivalentes de efectivo	391,117	430,659
Instrumentos Financieros	-	-
Cuentas por cobrar	205,759	206,800
Inventarios	82,056	98,667
Pagos anticipados	51,084	18,930
Activo circulante	730,016	755,056
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	778,354	826,379
Activo por derecho de uso	758,973	828,118
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	854,581	814,423
Impuestos diferidos	479,790	492,594
TOTAL ACTIVO	3,633,834	3,748,690
PASIVO		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	334,699	334,699
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	298,618	322,969
Instrumentos financieros	41,620	41,620
Cuentas por pagar a proveedores	249,575	244,527
Acreedores Diversos	21,484	32,067
Impuestos y gastos acumulados	374,906	335,056
Anticipos de clientes	8,264	4,716
Pasivo circulante	1,329,166	1,315,654
Pasivo a largo plazo	1,380,618	1,385,780
Acreedores diversos a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	512,816	522,983
Beneficios a empleados	139,366	137,812
Impuestos a la utilidad diferidos	6,451	14,157
TOTAL PASIVO	3,368,417	3,376,386
CAPITAL CONTABLE	265,417	372,304
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	3,633,834	3,748,690

Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 145 restaurantes propios y 109 franquicias distribuidos en toda la República Mexicana y 4 países. Ofrece un sólido portafolio de poderosas marcas, con diferentes propuestas gastronómicas y de ambiente: Wings, Fly By Wings, La Destilería, El Lago, Bistró Chapultepec, Chili's, Olive Garden, Red Lobster, Sala Gastronómica, The Capital Grille y Sushi Itto. 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 Negrete
 (55) 5263 6900 ext. 6971
bcastro@cmr.mx