

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

- Ventas netas acumuladas con incremento de 162.5% durante el segundo trimestre del 2021
- Ventas a mismas tiendas con incremento de 300.0% comparado con el segundo trimestre del año anterior
- Incremento en ventas netas de 35.2% contra el primer trimestre del 2021.
- El EBITDA aumentó 51.0% comparado con el segundo trimestre del 2020.

Ciudad de México, a 28 de Julio 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 segundo 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

*“Con la disminución de restricciones durante el segundo trimestre de 2021, logramos un incremento en nuestros ingresos de 35.2% contra el trimestre anterior, fortaleciendo nuestros resultados al continuar con nuestra estrategia de contención de gasto y, con ello, lograr 154.7 millones de pesos en EBITDA, representando el 23.5% de nuestros ingresos. Comparados con el mismo trimestre del año anterior, presentamos un incremento de 162.5% en nuestros ingresos, pasando de 250.5 mdp a 657.7 mdp. Nuestros resultados continuaron impactados por la pandemia, sin embargo, hubo varias iniciativas implementadas que mejoraron positivamente nuestros resultados y que se fueron consolidando durante el trimestre. Nuestro enfoque estratégico continuó consistiendo en dos partes: el retorno de invitados hacia el salón y mantener el volumen de ventas generado en nuestros canales “Off Premise” (To Go y a domicilio) durante lo peor de la pandemia.*

*Seguimos garantizando la seguridad de todos nuestros invitados y miembros de equipo, por ello todas nuestras marcas trabajaron para asegurar la mejor experiencia dentro de nuestros salones, generando una oferta innovadora y con un componente promocional fuerte de cara a los nuevos retos económicos que enfrentan todas las familias mexicanas. Un ejemplo de lo anterior fue que hubo más de 40 platillos que se lanzaron en diferentes festivales, entre ellos el “Art Of the Burger” en Chili’s y el “Festival de la Primavera” en Sushi Itto. Así mismo, las promociones más exitosas, como son “Hora Japi” de Sushi itto o “Margaritas 2x1” en Chili’s ampliaron sus horarios. En el caso de la marca Wings, se observó un cambio en el comportamiento del viajero hacia viajes vacacionales o de placer realizados por parejas o familias, esto nos llevó a introducir platillos más “indulgentes” como hamburguesas o entradas para compartir.*

*Otro enfoque prioritario ha sido mantener el volumen de ventas alcanzado en canales “off-premise” (fuera de salón) durante la pandemia. Se iniciaron una serie de proyectos tecnológicos con el fin de lograr eficiencias en la operación que permitan mantener el flujo fuerte hacia Delivery aún con salones operando a su máxima capacidad. Esto es una parte fundamental para capitalizar la crisis y en la definición de un CMR con resultados más positivos incluso antes de la pandemia.*

*Antes del 2020, CMR generaba una venta promedio mensual de casi 20 mdp en canales “Off Premise”, ahora generamos más de 33 mdp, representando un incremento del 65%. También continuamos con la innovación de marcas virtuales para maximizar la rentabilidad de todos nuestros restaurantes y cocinas. Hasta el cierre del trimestre, las 3 marcas virtuales lanzadas suman ya una venta de 11.3 mdp en el trimestre, representando 13.1% de la venta “off premise”.*

#### Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero  
(55) 5263 6900 ext. 1016  
[imiranda@cmr.mx](mailto:imiranda@cmr.mx)



#### Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete  
(55) 5263 6900 ext. 6971  
[bcastro@cmr.mx](mailto:bcastro@cmr.mx)

Por otro lado, ejecutamos varias campañas de Fundación CMR, logrando una recaudación por campañas para combatir la desnutrición infantil y anemia por 2.8 mdp. Dos ejemplos de nuestras campañas son: “Caja Alimentaria”, un proyecto (en conjunto con Fundación MAPFRE) para contrarrestar los efectos de las deficiencias nutricionales de niñas/os de 0 a 10 años en México provocadas por la contingencia sanitaria (virus SARS CoV-2) a través de una fórmula/mezcla de productos en polvo; y el “Proyecto Salsas Itto” (en alianza con Sushi Itto), en donde, con la venta de producto “con causa” en cadenas de retail, se recauda \$1 por cada unidad vendida y cuya recaudación se destina al combate a la desnutrición infantil y anemia.

Continuamos promoviendo la convivencia entre miembros de equipo con una sesión virtual interactiva para conocernos mejor y cerrar el mes con una actividad de integración que nos fortalezca como equipo. Al mismo tiempo, brindamos las herramientas que permiten encontrar una regulación integral a fin de favorecer el bienestar y rentabilidad personal en escenarios de incertidumbre y cambio”. Declaró Joaquín Vargas Mier y Terán, Presidente Ejecutivo de CMR.

#### Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero  
(55) 5263 6900 ext. 1016  
[jmiranda@cmr.mx](mailto:jmiranda@cmr.mx)



#### Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete  
(55) 5263 6900 ext. 6971  
[bcastro@cmr.mx](mailto:bcastro@cmr.mx)



## 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 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](mailto:jmiranda@cmr.mx)



### Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete  
(55) 5263 6900 ext. 6971  
[bcastro@cmr.mx](mailto: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 segundo trimestre de 2021, el pasivo con costo fue de Ps\$1,715.0 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	jun-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	\$1,380.3	80.5%	\$1,385.8	80.5%	-0.4%
<b>Total deuda con costo</b>	<b>\$1,715.0</b>	<b>100.0%</b>	<b>\$1,720.5</b>	<b>100.0%</b>	<b>-0.3%</b>

### 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](mailto:jmiranda@cmr.mx)



#### Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete  
(55) 5263 6900 ext. 6971  
[bcastro@cmr.mx](mailto: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](mailto:jmiranda@cmr.mx)



#### Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete  
(55) 5263 6900 ext. 6971  
[bcastro@cmr.mx](mailto:bcastro@cmr.mx)

## Resultados de las operaciones y perspectivas

### Análisis de resultados correspondientes al segundo trimestre de 2021

#### Cifras relevantes al 2T21 y 2T20

(Cifras en millones de pesos)	2T21	Margen%	2T20	Margen%	Var. %
Ventas netas	657.8	100.0%	250.5	100.0%	162.5%
Utilidad (Pérdida) bruta	354.5	53.9%	52.9	21.1%	570.0%
Utilidad (Pérdida) de operación	50.8	7.7%	(227.0)	(90.6)%	122.4%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(9.7)	(1.5)%	(284.4)	(113.5)%	96.6%
EBITDA	154.7	23.5%	(81.1)	(32.4)%	290.8%

*Nota 1: Los resultados de las operaciones de DASI correspondientes a 2021, han sido incluidos en los estados financieros consolidados de la entidad.*

Durante el segundo trimestre del año, las ventas netas registraron un incremento de 162.5% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$657.5 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 81.5% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 16.3% 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\$303.2 mdp, 53.4% menor en términos absolutos, el costo de ventas como porcentaje alcanzó un 46.1%, menor en 3,278 bps comparado con el segundo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 570.0% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$52.9 mdp a Ps\$254.5 mdp.

Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$327.6 mdp, presentando un incremento de 17.4% respecto al mismo periodo del año anterior.

El EBITDA ascendió a Ps\$154.7 mdp respecto de los Ps-\$81.1 mdp del segundo trimestre del año anterior, presentando un incremento de 290.8%.

La pérdida neta se ubicó en Ps-\$9.7 mdp, presentando un decremento contra la pérdida neta de Ps-\$284.4 mdp de 96.6% comparados contra el segundo trimestre del año anterior.

#### Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero  
(55) 5263 6900 ext. 1016  
[jmiranda@cmr.mx](mailto:jmiranda@cmr.mx)



#### Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete  
(55) 5263 6900 ext. 6971  
[bcastro@cmr.mx](mailto:bcastro@cmr.mx)





## Unidades

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

Divisiones	1T21	Apertura	Cierre	2T21
Cafeterías	29	0	2	27
Mexicanos	1	0	0	1
Especializados	2	0	0	2
Chili's	57	0	0	57
Olive Garden	15	0	1	14
Red Lobster	3	0	0	3
Sala Gastronómica	1	0	0	1
The Capital Grille	1	0	0	1
Sushi Itto Corporativas	36	0	1	35
<b>Total unidades</b>	<b>145</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>141</b>

## Situación financiera, liquidez y recursos de capital

### Flujo de efectivo al 30 de Junio de 2021 y 2020

(Cifras en millones de pesos)

	2021	2020
Utilidad o pérdida neta	(123.9)	(386.8)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	238.9	26.9
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(27.4)	48.0
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(195.3)	36.4
Incremento (Disminución) de efectivo y equivalentes de efectivo	16.2	111.3
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	430.6	209.6
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	446.8	320.9

#### Relación con Inversionistas

Javier Miranda Valero  
(55) 5263 6900 ext. 1016  
[jmiranda@cmr.mx](mailto:jmiranda@cmr.mx)



#### Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete  
(55) 5263 6900 ext. 6971  
[bcastro@cmr.mx](mailto: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\$712.2 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps\$766.9 mdp.
- b) Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps\$57.1 mdp y los intereses por Ps\$99.6 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.

Al cierre del segundo trimestre de 2021, la deuda neta de CMR se ubicó en Ps\$1,715.0 mdp.

Indicadores financieros	2T21	2T20
EBITDA / Intereses pagados	1.1x	3.3x
Deuda neta / EBITDA (12M)	6.6x	4.4x
Pasivo total / Capital contable	13.0x	4.2x

Indicadores bursátiles	2T21	2T20
P / VL	4.3x	1.4x
EV / EBITDA (12M)	12.3x	8.3x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	0.5	1.9
Utilidad por acción (Ps\$)	(0.2)	(0.9)
Precio por acción al cierre (Ps\$)	2.03	2.7
Acciones en circulación (millones)	544.3	409.3

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

### Programa de recompra de acciones

Al 30 de junio de 2021, el Fondo de Recompra reportó 4,263,700 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 2T21 Y 2T20**

(Miles de pesos)	2T21	Margen%	2T20	Margen%	Var.%	pbs
<b>Ventas netas</b>	<b>657,751</b>	<b>100.0%</b>	<b>250,529</b>	<b>100.0%</b>	<b>162.5%</b>	
Costo de ventas	303,211	46.1%	197,614	78.9%	53.4%	-3,278 bps
<b>Utilidad (Pérdida) bruta</b>	<b>354,539</b>	<b>53.9%</b>	<b>52,915</b>	<b>21.1%</b>	<b>570.0%</b>	<b>3,278 bps</b>
SG&A	327,617	49.8%	278,986	111.4%	17.4%	-6,155 bps
<b>Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto</b>	<b>26,922</b>	<b>4.1%</b>	<b>(226,071)</b>	<b>-90.2%</b>	<b>111.9%</b>	<b>9,433 bps</b>
Otros ingresos y (gastos), neto	23,899	3.6%	(896)	-0.4%	2,765.9%	399 bps
<b>Utilidad (Pérdida) de operación</b>	<b>50,821</b>	<b>7.7%</b>	<b>(226,967)</b>	<b>-90.6%</b>	<b>122.4%</b>	<b>9,832 bps</b>
Resultado integral de financiamiento, neto	(60,486)	-9.2%	(57,413)	-22.9%	5.4%	1,372 bps
Intereses pagados	(57,801)	-8.8%	(55,018)	-22.0%	5.1%	1,317 bps
Intereses ganados	246	0.0%	1,661	0.7%	-85.2%	-63 bps
Ganancia / pérdida cambiaria	(2,240)	-0.3%	(3,405)	-1.4%	-34.2%	102 bps
Otros gastos financieros	(692)	-0.1%	(651)	-0.3%	-6.2%	15 bps
<b>Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>(9,666)</b>	<b>-1.5%</b>	<b>(284,381)</b>	<b>-113.5%</b>	<b>96.6%</b>	<b>11,204 bps</b>
Impuestos a la utilidad	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	0 bps
<b>Utilidad (Pérdida) antes de las operaciones discontinuadas</b>	<b>(9,666)</b>	<b>-1.5%</b>	<b>(284,381)</b>	<b>-113.5%</b>	<b>96.6%</b>	<b>11,204 bps</b>
Operaciones discontinuadas	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	0 bps
<b>Utilidad (Pérdida) neta consolidada</b>	<b>(9,666)</b>	<b>-1.5%</b>	<b>(284,381)</b>	<b>-113.5%</b>	<b>96.6%</b>	<b>11,204 bps</b>
Participación minoritaria	-		-			
<b>Resultado neto mayoritario</b>	<b>(9,666)</b>	<b>-1.5%</b>	<b>(284,381)</b>	<b>-113.5%</b>	<b>96.6%</b>	<b>11,204 bps</b>
Depreciación & amortización	103,706	15.8%	129,780	51.8%	-20.1%	-3,604 bps
<b>EBITDA</b>	<b>154,703</b>	<b>23.5%</b>	<b>(81,075)</b>	<b>-32.4%</b>	<b>290.8%</b>	<b>5,588 bps</b>

**Relación con Inversionistas**

Javier Miranda Valero  
 (55) 5263 6900 ext. 1016  
[jmiranda@cmr.mx](mailto:jmiranda@cmr.mx)


**Relaciones Públicas**

Bernardo Castro Negrete  
 (55) 5263 6900 ext. 6971  
[bcastro@cmr.mx](mailto:bcastro@cmr.mx)



<b>Balance General del 1 de enero al 30 de Junio de 2021 y al 31 de diciembre de 2020</b>		
(Miles de pesos)	<b>JUN-2021</b>	<b>DIC-20 (Dictaminado)</b>
<b>ACTIVO</b>		
Efectivo y equivalentes de efectivo	446,868	430,659
Instrumentos Financieros	-	-
Cuentas por cobrar	196,948	206,800
Inventarios	101,760	98,667
Pagos anticipados	27,856	18,930
<b>Activo circulante</b>	<b>773,432</b>	<b>755,056</b>
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	748,042	826,379
Activo por derecho de uso	712,195	828,118
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	830,934	814,423
Impuestos diferidos	479,789	492,594
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>3,576,512</b>	<b>3,748,690</b>
<b>PASIVO</b>		
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	269,338	244,527
Acreedores Diversos	11,484	32,067
Impuestos y gastos acumulados	360,123	335,056
Anticipos de clientes	5,137	4,716
<b>Pasivo circulante</b>	<b>1,321,019</b>	<b>1,315,654</b>
Pasivo a largo plazo	1,380,264	1,385,780
Acreedores diversos a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	468,360	522,983
Beneficios a empleados	143,412	137,812
Impuestos a la utilidad diferidos	7,706	14,157
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>3,320,761</b>	<b>3,376,386</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>	<b>255,751</b>	<b>372,304</b>
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>	<b>3,576,512</b>	<b>3,748,690</b>

#### Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 141 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](mailto:jmiranda@cmr.mx)



#### Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete  
(55) 5263 6900 ext. 6971  
[bcastro@cmr.mx](mailto:bcastro@cmr.mx)