

CMR, S.A.B. de C.V. anuncia resultados del Segundo Trimestre de 2022

- Ventas netas con incremento de 39.3% contra el segundo trimestre del 2021.
- Incremento de 21.3% en Ventas netas con respecto del segundo trimestre del 2019.
- Ventas a mismas tiendas con incremento de 38.0% comparado con el segundo trimestre del año anterior.
- El EBITDA aumentó 11.7% comparado con el segundo trimestre del 2021.

Ciudad de México, a 28 de Julio de 2022. 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 2022, 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

En CMR continuamos con una sólida recuperación de nuestro negocio en el último trimestre, logrando cada día mejores resultados incluso superando los resultados del trimestre anterior, uno de los mejores. Las restricciones fueron casi nulas y el aforo en nuestros restaurantes llegó casi al 100% de su capacidad. Fortalecimos nuestros resultados y la contención de gastos sigue siendo fundamental para lograr la máxima recuperación. Nuestros Ingresos comparados con el trimestre anterior crecieron 20.3% a pesar de comenzar con una 5ª ola y comparados con el trimestre del año anterior el crecimiento fue de 32.4%. El EBITDA del trimestre representó el 19.8% de nuestros ingresos.

Los dos retos más importantes que siguen afectando no sólo a CMR, sino a toda la industria, son la inflación y mano de obra. El primero, siendo la más alta en dos décadas debido a factores mundiales, está afectando los gastos de la operación diaria de nuestros restaurantes, desde el costo de materia prima y logística, hasta el gasto en servicios públicos como la energía eléctrica y el gas. Dichos efectos son el resultado no solo de la pandemia y en parte de la guerra entre Ucrania y Rusia, así como sequías que han afectado la producción agrícola en distintas partes del mundo.

1. Atracción de comensales hacia el salón

Por lo anterior seguimos enfocados en recuperar clientes en el salón y mantener la venta generada por pandemia en “off premise” o fuera del restaurante (servicio a Domicilio y para llevar). Con respecto a la recuperación de “salón”, a pesar de la fuerte inflación que estamos viviendo, la estrategia ha sido cuidar la experiencia de nuestros clientes para proteger su lealtad. Aunque algunas marcas han incrementado precios en sus menús, ha sido por debajo de inflación y cuidando mantener o en algunos casos hasta extender, la oferta promocional en los restaurantes para quienes continúan cuidando su bolsillo.

Otro enfoque que se dio en una de nuestras marcas, Chili's, es buscar el poder incorporar sus promociones de Margaritas a precio especial hacia fines de semana y no solo entre semana. De la misma manera, las marcas continúan lanzando productos para ofrecer siempre una variedad de platillos nuevos en la experiencia del restaurante, atractivos para los clientes pero que permitan al negocio ofrecer recetas con cierta selección de materia prima y con menos afectación por la inflación. Un ejemplo claro son las “Pastas” en Wings, el “Lobster Fest” en Red Lobster y el “Festival Haru de la Primavera” en Sushi itto. Dichos lanzamientos llegan a representar hasta 8.0% de la venta y ayudan a incentivar el consumo de platillos con mejor costo para las cocinas del negocio. Con todo lo anterior, el crecimiento de la venta en salón vs el mismo trimestre del 2021 fue de casi 50.0%

El programa de Lealtad “Foody Rewards”, en el cual participan Chili's, Wings, Olive Garden y Red Lobster fue otro importante factor para impulsar la frecuencia de nuestros clientes. En el trimestre se realizaron más de 50 mil transacciones de Socios Foody, llegando a una

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



venta 60.0% mayor que el mismo trimestre del 2021 con una venta de \$37.4 MM. En el trimestre se finalizó la incorporación de la marca Sushi Itto al programa, inicialmente en restaurantes corporativos como primera fase.

2. Mantener la venta adicional generada por canales Off Premise (Servicio a Domicilio y Para Llevar)

Con respecto a Off Premise, continuamos consolidando las ventas de las 3 marcas virtuales principales, las cuales representaron el 1.7% sobre la venta total, con "Its Just Wings" siendo la marca de mejores ventas, manteniendo un promedio mensual de \$2.7 MM. Así mismo, todos los canales mantienen un crecimiento del 56.0% a restaurantes operando vs 2019, generando un promedio de venta de \$32.3 MM y representando un 12.3% del share total de ventas, a pesar de que mes a mes disminuye la venta por Delivery, conforme vamos dejando atrás lo peor de la pandemia.

3. Fundación CMR y Proyectos de implementación

La recaudación por campañas en restaurantes fue por Ps\$3.5 mdp en nuestra Fundación CMR mismos que son destinados a combatir la desnutrición y anemia infantil. La recaudación por platillos con causa fue de Ps\$0.7 mdp. El 30 de abril celebramos el "Día del Niño" en alianza con Bistró Chapultepec donde 38 niños de Fundación FAE, IAP elaboraron su propia pizza y disfrutaron de un día de juegos y mucha diversión.

La alianza con la Alcaldía Álvaro Obregón en el programa "Puntos Violeta" como restaurantes de resguardo ante una situación de emergencia para mujeres vulnerables. Seis restaurantes de Sushi Itto, una de Olive Garden, una de Red Lobster y Los Almendros se suman a este proyecto de responsabilidad social la cual responde a nuestras creencias culturales. Capacitamos a 63 ME en el protocolo a seguir antes una situación de emergencia sin afectar la operación ni seguridad del restaurante y por último resaltamos el reconocimiento de CMR y Fundación CMR como empresa socialmente responsable por las actividades realizadas durante el 2020 en nuestro país. CMR fue rankeada como una de las 30 mejores empresas con prácticas de sostenibilidad (social, ambiental y de gobernanza). 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 trimestre se mantuvo en 138 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 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 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.

Financiamiento:

Al cierre del segundo trimestre de 2022, el pasivo con costo fue de Ps\$1,466.1 mdp, monto 4.9% menor a los Ps\$1,542.2 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-22	Margen %	dic-21	Margen %	Var. %
Créditos bancarios a corto plazo	\$285.8	19.5%	\$230.3	15.0%	24.1%
Créditos bancarios a largo plazo	\$1,180.2	80.5%	\$1,311.9	85.0%	-10.0%
Total deuda con costo	\$1,466.0	100.0%	\$1,542.2	100.0%	-4.9%

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:

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

- 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 “Chili’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 segundo trimestre de 2022

Cifras relevantes al 2T22 y 2T21

(Cifras en millones de pesos)	2T22	Margen%	2T21	Margen%	Var. %
Ventas netas	870.6	100.0%	657.8	100.0%	32.4%
Utilidad (Pérdida) bruta	477.1	54.8%	354.5	53.9%	34.6%
Utilidad (Pérdida) de operación	74.7	8.6%	50.8	7.7%	47.1%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	18.4	2.1%	(9.7)	(1.5)%	290.1%
EBITDA	172.8	19.8%	154.7	23.5%	11.7%

Durante el segundo trimestre del año, las ventas netas registraron un incremento de 32.4% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$870.6 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 97.5% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 1.7% 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\$393.5 mdp, 29.8% mayor en términos absolutos, el margen de costo de ventas alcanzó un 45.2%, menor en 90 bps comparado con el segundo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 34.6% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$354.5 mdp a Ps\$477.1 mdp.

Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$416.3 mdp, presentando un incremento de 27.1% respecto al mismo periodo del año anterior, también presentamos una disminución en el margen en 199 bps, pasando de 49.8% a 47.8%.

Por lo anterior, generamos una utilidad de operación de Ps\$74.7 mdp, 47.1% mayor a la utilidad de operación de Ps\$50.8 mdp del mismo periodo del año anterior.

El EBITDA ascendió a Ps\$172.8 mdp respecto de los Ps\$154.7 mdp del segundo trimestre del año anterior, presentando un incremento de 11.7%.

La utilidad neta se ubicó en Ps\$18.4 mdp, presentando un incremento contra la pérdida neta de Ps-\$9.7 mdp, 290.1% mayor comparados contra el segundo 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
bcastro@cmr.mx

Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al acumulado a junio de 2022

Cifras relevantes acumulado a Junio 2022 y 2021

(Cifras en millones de pesos)	Acum Jun 22	Margen%	Acum Jun 21	Margen%	Var. %
Ventas netas	1,594.3	100.0%	1,144.3	100.0%	39.3%
Utilidad (Pérdida) bruta	854.5	53.6%	595.5	52.0%	43.5%
Utilidad (Pérdida) de operación	100.3	6.3%	(3.7)	(0.3)%	2,794.8%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(10.4)	(0.7)%	(123.9)	(10.8)%	91.6%
EBITDA	297.3	18.6%	208.7	18.2%	42.4%

Durante el periodo acumulado a junio 2022, las ventas netas registraron un incremento de 39.3% respecto al año anterior, alcanzando un monto de Ps\$1,594.3 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 97.4% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 1.9% 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\$739.8 mdp, 34.8% mayor en términos absolutos. El margen en costo de ventas alcanzó un 46.4%, menor en 156 bps comparado con el mismo periodo del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 53.6% respecto al año anterior, pasando de Ps\$595.5 mdp a Ps\$854.5 mdp.

Los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$798.6 mdp, presentando un incremento de 24.9% respecto al año anterior. Presentamos una disminución en el margen en 568 bps, pasando de 54.8% a 49.1%.

Al cierre de junio, generamos una utilidad de operación de Ps\$100.3 mdp, 2,794.8% mayor a la pérdida de operación de Ps-\$3.7 mdp del mismo periodo del año anterior, presentando un aumento en el margen de 662 bps, pasando de -0.3% a 6.3%.

El EBITDA aumentó a Ps\$297.3 mdp respecto de los Ps\$208.7 mdp del año anterior, presentando un incremento de 42.4%.

La pérdida neta se ubicó en Ps-\$10.4 mdp, menor a la pérdida de Ps-\$123.9 mdp al cierre del acumulado de junio de 2021.

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

Unidades

Durante el segundo trimestre de 2022 no se realizaron aperturas de tiendas.

(Cifras en Unidades)

Divisiones	1T22	Apertura	Cierre	2T22
Cafeterías	26	0	0	26
Mexicanos	1	0	0	1
Especializados	2	0	0	2
Chili's	56	0	0	56
Olive Garden	13	0	0	13
Red Lobster	3	0	0	3
Sala Gastronómica	1	0	0	1
The Capital Grille	1	0	0	1
Sushi Itto Corporativas	35	0	0	35
Total Unidades	138	0	0	138

Franquicias Nacionales	96	0	0	96
-------------------------------	-----------	----------	----------	-----------

Franquicias Internacionales	15	0	0	15
------------------------------------	-----------	----------	----------	-----------

Total Franquicias	111	0	0	111
--------------------------	------------	----------	----------	------------

Situación financiera, liquidez y recursos de capital

Pasivo con costo

Al cierre del segundo trimestre de 2022, el pasivo con costo fue de Ps\$1,466.0 mdp, monto 4.9% menor a los Ps\$1,542.2 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-22	Margen %	dic-21	Margen %	Var. %
Créditos bancarios a corto plazo	\$285.8	19.5%	\$230.3	15.0%	24.1%
Créditos bancarios a largo plazo	\$1,180.2	80.5%	\$1,311.9	85.0%	-10.0%
Total deuda con costo	\$1,466.0	100.0%	\$1,542.2	100.0%	-4.9%

Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps\$50.4 mdp. Este monto fue destinado a mantenimiento, reemplazo de equipos y remodelaciones.

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

Flujo de Efectivo

Flujo de efectivo al 30 de Junio de 2022 y 2021

(Cifras en millones de pesos)

	2022	2021
Utilidad o pérdida neta	(10.4)	(123.9)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	218.8	239.0
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(63.6)	(27.4)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(278.8)	(195.3)
Incremento (Disminución) de efectivo y equivalentes de efectivo	(124.2)	16.2
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	264.0	430.7
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	139.8	446.9

Reconocimiento inicial IFRS 16 "Arrendamientos"

La entidad aplicó 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 cambió 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:

- El reconocimiento por derecho de uso es por Ps\$697.7 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps\$742.4 mdp.
- Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps\$99.0 mdp y los intereses por Ps\$37.8 mdp sobre los pasivos por arrendamiento en el estado consolidado de resultados;
- Separará la cantidad total de efectivo pagado en una porción principal e intereses Ps-\$137.8 mdp (presentada dentro de las actividades de financiamiento) en el estado de flujo de efectivo consolidado.

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 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 2022, la deuda total de CMR se ubicó en Ps\$1,466.0 mdp.

Indicadores financieros	2T22	2T21
EBITDA / Intereses pagados	3.2x	1.0x
Deuda neta / EBITDA (12M)	2.3x	7.2x
Pasivo total / Capital contable	10.6x	10.8x

Indicadores bursátiles	2T22	2T21
P / VL	2.5x	3.7x
EV / EBITDA (12M)	3.5x	13.4x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	0.5	0.5
Utilidad por acción (Ps\$)	(0.0)	(0.2)
Precio por acción al cierre (Ps\$)*	1.3	2.0
Acciones en circulación (millones)	544.3	544.3

Nota: El EBITDA y Pasivo Total (para efectos de comparabilidad del segundo trimestre 2022, se consideran efectos de la norma IFRS16 en el segundo Trimestre de 2022).

**La acción presentó movimientos inusitados durante el año, que responden a movimientos naturales del mercado bursátil, sin que existe información relevante no revelada por la compañía.*

Programa de recompra de acciones

Al 30 de junio de 2022, el Fondo de Recompra reportó 4,376,350 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.

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

Estado de resultados trimestral 2T22 Y 2T21						
(Miles de pesos)	2T22	Margen%	2T21	Margen%	Var. %	bps
Ventas netas	870,608	100.0%	657,751	100.0%	32.4%	0 bps
Costo de ventas	393,491	45.2%	303,211	34.8%	29.8%	1037 bps
Utilidad (Pérdida) bruta	477,117	54.8%	354,540	40.7%	34.6%	1408 bps
SG&A	416,292	47.8%	327,618	37.6%	27.1%	1019 bps
Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto	60,825	7.0%	26,922	3.1%	125.9%	389 bps
Otros ingresos y (gastos), neto	13,914	1.6%	23,899	2.7%	-41.8%	-115 bps
Utilidad (Pérdida) de operación	74,739	8.6%	50,821	5.8%	47.1%	275 bps
Resultado integral de financiamiento, neto	(52,468)	-6.0%	(60,487)	-6.9%	-13.3%	92 bps
Intereses pagados	(56,590)	-6.5%	(57,801)	-6.6%	-2.1%	14 bps
Intereses ganados	5,517	0.6%	246	0.0%	2142.7%	61 bps
Ganancia / pérdida cambiaria	(1,395)	-0.2%	(2,240)	-0.3%	-37.7%	10 bps
Otros gastos financieros	-	0.0%	(692)	-0.1%	100.0%	8 bps
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	22,271	2.6%	(9,666)	-1.1%	330.4%	367 bps
Impuestos a la utilidad	3,900	0.4%	-	0.0%	0.0%	45 bps
Utilidad (Pérdida) antes de las operaciones discontinuadas	18,371	2.1%	(9,666)	-1.1%	290.1%	322 bps
Operaciones discontinuadas	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	0 bps
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	18,371	2.1%	(9,666)	-1.1%	290.1%	322 bps
Participación minoritaria	-		-		0.0%	-
Resultado neto mayoritario	18,371	2.1%	(9,666)	-1.1%	290.1%	322 bps
Depreciación & amortización	96,545	11.1%	103,706	11.9%	6.9%	-82 bps
EBITDA	172,767	19.8%	154,703	17.8%	11.7%	207 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

Estado de resultados acumulado a Junio 2022 y 2021						
(Miles de pesos)	Acum Jun 22	Margen%	Acum Jun 21	Margen%	Var.%	bps
Ventas netas	1,594,300	100.0%	1,144,276	100.0%	39.3%	0 bps
Costo de ventas	739,787	46.4%	548,797	34.4%	34.8%	1198 bps
Utilidad (Pérdida) bruta	854,513	53.6%	595,479	37.4%	43.5%	1625 bps
SG&A	782,558	49.1%	626,634	39.3%	24.9%	978 bps
Utilidad (Pérdida) antes de otros ingresos y gastos, neto	71,955	4.5%	(31,155)	-2.0%	331.0%	647 bps
Otros ingresos y (gastos), neto	28,347	1.8%	27,433	1.7%	3.3%	6 bps
Utilidad (Pérdida) de operación	100,302	6.3%	(3,722)	-0.2%	2794.8%	652 bps
Resultado integral de financiamiento, neto	(106,829)	-6.7%	(120,158)	-7.5%	-11.1%	84 bps
Intereses pagados	(112,964)	-7.1%	(116,561)	-7.3%	-3.1%	23 bps
Intereses ganados	6,992	0.4%	597	0.0%	1071.2%	40 bps
Ganancia / pérdida cambiaria	(857)	-0.1%	(2,811)	-0.2%	-69.5%	12 bps
Otros gastos financieros	-	0.0%	(1,383)	-0.1%	100.0%	9 bps
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	(6,527)	-0.4%	(123,880)	-7.8%	94.7%	736 bps
Impuestos a la utilidad	3,900	0.2%	-	0.0%	0.0%	24 bps
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(10,427)	-0.7%	(123,880)	-7.8%	91.6%	712 bps
Participación minoritaria			-		0.0%	0 bps
Resultado neto mayoritario	(10,427)	-0.7%	(123,880)	-7.8%	91.6%	712 bps
Depreciación & amortización	193,175	12.1%	210,681	13.2%	8.3%	-110 bps
EBITDA	297,250	18.6%	208,703	13.1%	42.4%	555 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 30 de junio de 2022 y 2021		
(Miles de pesos)	JUN-22	DIC-21 (Dictaminado)
ACTIVO		
Efectivo y equivalentes de efectivo	139,836	264,036
Cuentas por cobrar	246,838	207,695
Inventarios	153,347	141,110
Instrumentos Financieros	18,021	18,021
Pagos anticipados	86,248	26,568
Activo circulante	644,290	657,430
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	669,196	687,202
Activo por derecho de uso	697,725	796,750
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	795,413	813,486
Instrumentos Financieros	52,968	52,968
Impuestos diferidos	445,222	452,745
TOTAL ACTIVO	3,336,934	3,492,701
PASIVO		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	285,890	230,326
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	258,396	336,993
Instrumentos financieros	-	-
Cuentas por pagar a proveedores	339,027	337,846
Acreedores Diversos	-	-
Impuestos y gastos acumulados	339,837	336,431
Anticipos de clientes	10,085	8,099
Pasivo circulante	1,233,235	1,249,695
Pasivo a largo plazo	1,180,150	1,311,878
Acreedores diversos a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	482,045	483,709
Beneficios a empleados	148,345	137,382
Impuestos a la utilidad diferidos	6,583	13,034
TOTAL PASIVO	3,050,358	3,195,698
CAPITAL CONTABLE	286,576	297,003
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	3,336,934	3,492,701

Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 138 restaurantes propios y 111 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