

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

- **Ventas netas con incremento de 21.6% contra el tercer trimestre del 2021.**
- **Ventas a mismas tiendas con incremento de 25.7% comparado con el tercer trimestre del año anterior.**
- **El EBITDA aumentó 31.4% comparado con el tercer trimestre del 2021.**

Ciudad de México, a 28 de Octubre 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 Tercer 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

*Para lograr los resultados obtenidos, CMR planteó una estrategia claramente enfocada en maximizar la rentabilidad de sus restaurantes, mientras genera ingresos adicionales a través de su comercializadora Novalimentos. La afectación en las visitas a restaurantes por la pandemia causada por el virus SARS CoV-2 (COVID-19) ha desaparecido y CMR continúa su transformación logrando ser una compañía que genera resultados en el corto plazo, sin perder de vista el largo plazo que deslumbra un entorno macroeconómico retador y nuevos hábitos del consumidor que llegaron para quedarse. Los Ingresos comparados con el trimestre del año anterior crecieron 21.6%. El EBITDA del trimestre representó el 18.9% de nuestros ingresos con un crecimiento del 31.4% contra el EBITDA del mismo trimestre del año anterior.*

*El estar ya en un ambiente libre de restricciones sanitarias se pudo llevar a cabo la celebración de 30 años en México de una de nuestras marcas: Chili's. El pasado 4 de octubre de la mano con el segundo franquiciatario de la marca se celebró en conjunto con Brinker International el aniversario.*

#### 1. Atracción de comensales hacia el salón

*A pesar de la fuerte inflación que estamos viviendo, la estrategia de CMR ha sido en cuidar la experiencia de sus invitados en las marcas para proteger su lealtad. Este último trimestre ninguna marca incrementó los precios de sus menús para favorecer el bolsillo y frecuencia de sus comensales. Así mismo, se llevó a cabo un estricto control mensual sobre el desempeño en el mix de ventas para cuidar rentabilidad, resultado de una combinación entre el menú "core" o principal, platillos de innovación y promociones lanzadas.*

*En el caso de Chili's, continuó la estrategia de enfocarse en la venta de Bebidas Alcohólicas con promociones como "Chili's Nights" (Margaritas a precio especial) y "Margarita of the Month" (Margarita del mes). Así mismo, algo destacable en el trimestre para esta marca fue el festejo de su aniversario número 30 en México, motivo por el cual se realizó un evento con la presencia de más de 50 medios, se realizó de la mano con otro franquiciatario. Dicho Aniversario llenó de emociones al negocio, pero sobre todo, recordó a todos los comensales qué es lo que lo hace especial e invitó a la reflexión sobre su historia en México. Chili's se ha convertido en el lugar de encuentro de jóvenes y de familias, quienes se han reunido en alguno de sus restaurantes para disfrutar durante estas tres décadas que cumple en México, de ocho mundiales, 29 super tazones y varios juegos olímpicos.*

Las demás marcas también estuvieron trabajando en la oferta para los invitados. En Wings se lanzaron platillos mexicanos desde Agosto, incluyendo el clásico Chile en Nogada de la temporada. Olive Garden impulsó su oferta de valor central de “unlimited Always” (Sopa o Ensalada y Panolis ilimitados) y “Amazing Alfredos” (selección de platillos favoritos del menú con nuestra salsa Alfredo de casa). En el caso de Sushi itto, hubo un enfoque particular hacia mejoras en la operación, desde movimiento de colaboradores, capacitaciones, regularización de la cadena de abasto para asegurar un estándar de materia prima a nivel nacional y el Servicio a Franquicias.

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 invitados. En el trimestre se realizaron más de 58 mil transacciones de Socios Foody, representando +32% más que el mismo trimestre del 2021 con una venta de \$40.4 MM, lo cual fue 13% mayor que 2019 en mismas tiendas. En el trimestre continuó la incorporación de la marca Sushi Itto al programa, inicialmente en tiendas corporativas como primera fase.

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

Con respecto a Off Premise, CMR continuó consolidando las ventas de sus 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 sus canales mantienen un crecimiento del 58% a unidades operando vs 2019, generando un promedio de venta del \$30.3 MM y representando un 13.5% 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 14 de agosto celebramos la Carrera IOS Offices “Por los Niños de México” en la 2da sección del Bosque de Chapultepec en modalidad virtual para recaudar fondos para combatir la desnutrición infantil.

Se entregaron 435 kilos de alimento a los niños de Fundación FAE, IAP; organización enfocada a combatir la desnutrición de los niños hijos de pepenadores en Chimalhuacán, Edo. de México. Retomando nuestras actividades de voluntariado, el 28 de septiembre, 15 voluntarios acudieron a Nova Toluca a realizar actividades de descarga de trailer, paletización y empaquetado de cajas de Galleta Alimentaria para nuestros niños que sufren malnutrición infantil.

En alianza con el Tec de Monterrey campus Guadalajara, 52 alumnos desarrollaron una estrategia integral de comunicación para la Fundación desde contenidos de mensajes dirigido a diferentes audiencias (página web, Facebook, Instagram, Twitter) y un código QR para donación en línea hasta un blog de nutrición con causa.

Durante 2022 CMR consolidó sus operaciones y logró estabilizar sus resultados tras dos años complicados derivado de la crisis del COVID-19. Estamos seguros de que el cierre del año estará por arriba de las metas de Ingresos, EBITDA y Utilidad Neta, lo que nos permitirá entrar al 2023 con una gran posición y retomar el crecimiento rentable de nuestras marcas y negocios, siempre comprometidos con nuestros comensales, miembros de equipo y accionistas. 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 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  
[imiranda@cmr.mx](mailto:imiranda@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 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 tercer trimestre de 2022, el pasivo con costo fue de Ps\$1,408.4 mdp, monto 8.7% menor a los Ps\$1,542.2 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 81.8% de la deuda con costo total.

#### Pasivo con costo

(Cifras en millones de pesos)

Tipo de crédito	sep-22	Margen %	dic-21	Margen %	Var. %
Créditos bancarios a corto plazo	\$256.4	18.2%	\$230.3	15.0%	11.3%
Créditos bancarios a largo plazo	\$1,152.0	81.8%	\$1,311.9	85.0%	-12.2%
<b>Total deuda con costo</b>	<b>\$1,408.4</b>	<b>100.0%</b>	<b>\$1,542.2</b>	<b>100.0%</b>	<b>-8.7%</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

#### 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)

### Nuestros riesgos:

- 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](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 acumulado a septiembre de 2022

#### Cifras relevantes acumulado a Septiembre 2022 y 2021

(Cifras en millones de pesos)	Acum Sep 22	Margen%	Acum Sep 21	Margen%	Var.%
Ventas netas	2,426.3	100.0%	1,828.3	100.0%	32.7%
Utilidad (Pérdida) bruta	1,297.2	53.5%	1,019.9	55.8%	27.2%
Utilidad (Pérdida) de operación	158.9	6.5%	3.3	0.2%	4,762.1%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(6.2)	(0.3)%	(165.1)	(9.9)%	96.3%
EBITDA	454.1	18.7%	328.1	17.9%	38.4%

Durante el periodo acumulado a septiembre 2022, las ventas netas registraron un incremento de 32.7% respecto al año anterior, alcanzando un monto de Ps\$2,426.3 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 97.5% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 1.8% 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\$1,129.1 mdp, 39.7% mayor en términos absolutos. El margen en costo de ventas alcanzó un 46.5%, mayor en 232 bps comparado con el mismo periodo del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 27.2% respecto al año anterior, pasando de Ps\$1,297.2 mdp a Ps\$1,019.9 mdp.

Los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$1,187.0 mdp, presentando un incremento de 12.6% respecto al año anterior. Presentamos una disminución en el margen en 875 bps, pasando de 57.7% a 48.9%.

Al cierre de septiembre, generamos una utilidad de operación de Ps\$158.9 mdp, 4,762.1% mayor a la utilidad de operación de Ps\$3.3 mdp del mismo periodo del año anterior, presentando un aumento en el margen de 637 bps, pasando de 0.2% a 6.5%.

El EBITDA aumentó a Ps\$454.1 mdp respecto de los Ps\$328.1 mdp del año anterior, presentando un incremento de 38.4%.

La pérdida neta se ubicó en Ps-\$6.2 mdp, menor a la pérdida de Ps-\$165.1 mdp al cierre del acumulado de septiembre de 2021.

#### 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 tercer trimestre de 2022 no se realizaron aperturas de tiendas.

(Cifras en Unidades)

Divisiones	2T22	Apertura	Cierre	3T22
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
<b>Total Unidades</b>	<b>138</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>138</b>
<b>Franquicias Nacionales</b>	<b>96</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>96</b>
<b>Franquicias Internacionales</b>	<b>15</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>16</b>
<b>Total Franquicias</b>	<b>111</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>112</b>

## Situación financiera, liquidez y recursos de capital

### Pasivo con costo

Al cierre del tercer trimestre de 2022, el pasivo con costo fue de Ps\$1,408.4 mdp, monto 8.7% menor a los Ps\$1,542.2 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 81.8% de la deuda con costo total.

#### Pasivo con costo

(Cifras en millones de pesos)

Tipo de crédito	sep-22	Margen %	dic-21	Margen %	Var. %
Créditos bancarios a corto plazo	\$256.4	18.2%	\$230.3	15.0%	11.3%
Créditos bancarios a largo plazo	\$1,152.0	81.8%	\$1,311.9	85.0%	-12.2%
<b>Total deuda con costo</b>	<b>\$1,408.4</b>	<b>100.0%</b>	<b>\$1,542.2</b>	<b>100.0%</b>	<b>-8.7%</b>

### Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps\$66.8 mdp. Este monto fue destinado a mantenimiento, reemplazo de equipos y remodelaciones.







**Estado de resultados acumulado a Septiembre 2022 y 2021**

(Miles de pesos)	Acum Sep 22	Margen%	Acum Sep 21	Margen%	Var.%	bps
<b>Ventas netas</b>	<b>2,426,288</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,828,271</b>	<b>100.0%</b>	<b>32.7%</b>	0 bps
Costo de ventas	1,129,116	46.5%	808,398	44.2%	39.7%	232 bps
<b>Utilidad (Pérdida) bruta</b>	<b>1,297,172</b>	<b>53.5%</b>	<b>1,019,873</b>	<b>55.8%</b>	<b>27.2%</b>	-232 bps
SG&A	1,187,031	48.9%	1,054,341	57.7%	12.6%	-875 bps
<b>Utilidad (Pérdida) antes de otros ingresos y gastos, neto</b>	<b>110,141</b>	<b>4.5%</b>	<b>(34,468)</b>	<b>-1.9%</b>	<b>419.5%</b>	<b>642 bps</b>
Otros ingresos y (gastos), neto	48,753	2.0%	37,736	2.1%	29.2%	-5 bps
<b>Utilidad (Pérdida) de operación</b>	<b>158,894</b>	<b>6.5%</b>	<b>3,268</b>	<b>0.2%</b>	<b>4762.1%</b>	<b>637 bps</b>
Resultado integral de financiamiento, neto	(157,284)	-6.5%	(168,366)	-9.2%	6.6%	273 bps
Intereses pagados	(172,821)	-7.1%	(172,737)	-9.4%	0.0%	233 bps
Intereses ganados	16,692	0.7%	1,230	0.1%	1257.1%	62 bps
Ganancia / pérdida cambiaria	(1,155)	0.0%	(1,753)	-0.1%	34.1%	5 bps
Otros gastos financieros	-	0.0%	4,894	0.3%	-100.0%	-27 bps
<b>Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>1,610</b>	<b>0.1%</b>	<b>(165,098)</b>	<b>-9.0%</b>	<b>101.0%</b>	<b>910 bps</b>
Impuestos a la utilidad	7,800	0.3%	-	0.0%	0.0%	32 bps
<b>Utilidad (Pérdida) antes de operaciones discontinuadas</b>	<b>(6,190)</b>	<b>-0.3%</b>	<b>(165,098)</b>	<b>-9.0%</b>	<b>96.3%</b>	<b>878 bps</b>
Operaciones discontinuadas	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	0 bps
<b>Utilidad (Pérdida) neta consolidada</b>	<b>(6,190)</b>	<b>-0.3%</b>	<b>(165,098)</b>	<b>-9.0%</b>	<b>96.3%</b>	<b>878 bps</b>
Participación minoritaria	-	-	-	-	-	0 bps
<b>Resultado neto mayoritario</b>	<b>(6,190)</b>	<b>-0.3%</b>	<b>(165,098)</b>	<b>-9.0%</b>	<b>96.3%</b>	<b>878 bps</b>
Depreciación & amortización	290,886	12.0%	312,380	17.1%	-6.9%	-510 bps
<b>EBITDA</b>	<b>454,052</b>	<b>18.7%</b>	<b>328,125</b>	<b>17.9%</b>	<b>38.4%</b>	<b>77 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 01 de enero al 30 de septiembre de 2022 y 2021</b>		
(Miles de pesos)	<b>SEP-22</b>	<b>DIC-21 (Dictaminado)</b>
<b>ACTIVO</b>		
Efectivo y equivalentes de efectivo	164,399	264,036
Cuentas por cobrar	231,181	207,695
Inventarios	131,152	141,110
Instrumentos Financieros	41,967	18,021
Pagos anticipados	28,555	26,568
<b>Activo circulante</b>	<b>597,254</b>	<b>657,430</b>
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	644,491	687,202
Activo por derecho de uso	650,771	796,750
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	784,529	813,486
Instrumentos Financieros	52,968	52,968
Impuestos diferidos	445,222	452,745
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>3,207,355</b>	<b>3,492,701</b>
<b>PASIVO</b>		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	256,353	230,326
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	258,396	336,993
Instrumentos financieros	-	-
Cuentas por pagar a proveedores	307,732	337,846
Acreedores Diversos	-	-
Impuestos y gastos acumulados	319,636	336,431
Anticipos de clientes	9,241	8,099
<b>Pasivo circulante</b>	<b>1,151,358</b>	<b>1,249,695</b>
Pasivo a largo plazo	1,152,012	1,311,878
Acreedores diversos a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	431,899	483,709
Beneficios a empleados	150,744	137,382
Impuestos a la utilidad diferidos	6,583	13,034
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>2,892,596</b>	<b>3,195,698</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>	<b>314,759</b>	<b>297,003</b>
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>	<b>3,207,355</b>	<b>3,492,701</b>

#### Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 138 restaurantes propios y 112 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)