



**CMR, S.A.B. de C.V.**

**Resultados 4° Trimestre  
Dictaminado  
2022**

**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)

## Índice

<b>Comentarios de la Gerencia .....</b>	<b>3</b>
<b>CMR, S.A.B. de C.V. anuncia resultados del Cuarto Trimestre de 2022 .....</b>	<b>5</b>
<b>Información a revelar sobre los objetivos de la gerencia y sus estrategias para alcanzar esos objetivos.....</b>	<b>5</b>
Estrategia .....	5
Estandarización.....	6
Mercadotecnia.....	6
Financiamiento.....	7
<b>Información a revelar sobre los recursos, riesgos y relaciones más significativos de la entidad .....</b>	<b>7</b>
Nuestros principales recursos se basan en .....	7
Nuestros riesgos .....	8
Relaciones más significativas de la entidad .....	8
<b>Resultados de las operaciones y perspectivas.....</b>	<b>9</b>
Análisis de resultados correspondientes al cuarto trimestre de 2022 .....	9
Análisis de resultados correspondientes al acumulado a diciembre de 2022 .....	10
Unidades .....	12
<b>Situación financiera, liquidez y recursos de capital .....</b>	<b>13</b>
Pasivo con costo .....	13
Inversiones.....	13
Flujo de Efectivo.....	13
Reconocimiento inicial IFRS 16 “Arrendamientos” .....	14
<b>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.....</b>	<b>14</b>
Indicadores financieros y bursátiles .....	15
Programa de recompra de acciones.....	15
Analista independiente .....	15
Declaraciones sobre expectativas .....	15
<b>Acerca de CMR .....</b>	<b>17</b>

Ciudad de México, a 04 de Mayo de 2023. 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 Cuarto 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).

### 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)

## Comentarios de la Gerencia

El último trimestre del año marcó un cierre anual que propulsó CMR a generar uno de los mejores años, con la temporada alta y el cierre anual se pudo confirmar que CMR salió más fuerte de lo que entró a la pandemia. Continuamos con un crecimiento estable en nuestros ingresos, logrando en el cuarto trimestre un incremento de 10.9%, pasando de Ps\$830.2 mdp a Ps\$920.4 mdp respecto con el trimestre del año anterior. El EBITDA del trimestre representó el 21.2% de nuestros ingresos con un crecimiento del 18.1% contra el EBITDA del mismo trimestre del año anterior, logrando así un acumulado anual de Ps\$649.2 mdp que representa el 19.4% del total de ingresos.

Durante el trimestre, CMR siguió trabajando arduamente en la estrategia que definió desde el principio del año y cuyo plan ha consistido en tres partes.

### 1. Atracción de comensales hacia el salón

A pesar de la fuerte inflación reflejada en el mercado durante el trimestre, CMR tuvo mucho cuidado en proteger el bolsillo de nuestros clientes y optó por incrementos de precio solo en algunas marcas y de manera moderada, balanceando así los precios de su menú con las promociones más exitosas. Así mismo, destacan dos iniciativas relevantes: la Copa Mundial en Chili's y el lanzamiento de un nuevo menú en Sushi itto.

La Campaña de Chili's para recibir a todos los clientes durante el mundial consistió en un Festival de seis platillos de Desayunos y Entradas para disfrutar los partidos, dándolos a conocer a través de una inversión en medios masivos. Durante Noviembre y Diciembre, las ventas crecieron 6.5% vs 2019 a mismas tiendas.

El nuevo menú de Sushi itto se lanzó en noviembre y consistió en un total de 30 platillos nuevos. Las ventas de estos nuevos platillos superaron el 13.0% de la venta total de la marca para el cierre del año.

En el caso de Wings, se lanzaron productos especiales por temporada como el Pan de Muerto y Rosca de Reyes. Así mismo, considerando la entrada de la temporada vacacional más importante del año y que los aeropuertos han visto una disminución en viajeros de negocio y aumento en viajeros de placer, se ofrecieron menús por tiempo limitado con platillos indulgentes y bebidas alcohólicas con 5 nuevos cocteles.

El programa de Lealtad "Foody Rewards", en el cual participan Chili's, Wings, Olive Garden, Red Lobster y Sushi itto (en fase de prueba) fue otro importante factor para impulsar la frecuencia de nuestros clientes. En el trimestre se realizaron más de 55 mil transacciones de Socios Foody, representando 4% más que el mismo trimestre del 2021 con una venta de Ps\$39.1 mdp, lo cual fue 6.0% mayor que 2019 a mismas tiendas.

### 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 canales fuera de salón, los cuales representaron el 13.0% sobre la venta total, así mismo todos sus canales mantienen un crecimiento del 54.0% a unidades operando vs 2019, generando un promedio de venta de Ps\$28.8 mdp a pesar de que mes a mes disminuye la venta por Delivery, conforme vamos dejando atrás lo peor de la pandemia. Con todo esto, durante 2022 CMR generó Ps\$136.0 mdp de venta adicional vs años "pre-covid". Además, la empresa continuó consolidando las ventas de sus marcas virtuales siendo "Its Just Wings" la marca con mejor desempeño manteniendo un promedio mensual de Ps\$3.3 mdp.

### 3. Fundación CMR

La recaudación por campañas en restaurantes fue por Ps\$5.6 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\$14.8 mdp. Se consolidaron 8 proyectos de inversión como comedores comunitarios, comedores escolares, proyectos productivos, programas de educación valores, programas de salud alimentaria y de buenos hábitos de salud en el periodo Oct-Dic 2022.

*Nuestra Fundación continua con la campaña Galleta Alimentaria de un trabajo en conjunto con MAPFRE. Se celebró el día Mundial de la Alimentación con una campaña en nuestros restaurantes solicitando a los clientes escribirle un buen deseo a un niño de escasos recursos y donarle una comida nutritiva a cambio de \$30.00. En una semana se logró una recaudación equivalente a 8,971 comidas altamente nutritivas para niños que viven en situación de pobreza.*

*Los días 17 y 18 de diciembre en alianza con Teletón, difundimos el recetario "Sabores para celebrar a México" en donde nuestro Culinario el Chef Toriz participó donando una receta. La Campaña Duendes Navideños llevó magia a 3,720 niños de 17 comedores de CDMX, Estado de México y Guadalajara. Los niños de FAE en el estado de México (en 4 comedores), Comedor Santa María en la Ciudad y Estado de México (en 8 comedores), La Gavia en el Estado de México e Hidalgo, Comedor Juan Diego en Chalco y ONI en Guadalajara, Jalisco recibieron a los duendes del 15 al 23 de Diciembre.*

*El compromiso con nuestros clientes es esencial para CMR por lo que el enfoque para el año 2023 continuará de la mano con todas nuestras estrategias.*

**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)

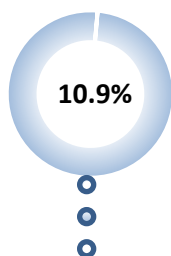


#### Relaciones Públicas

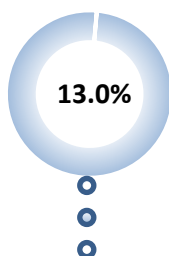
Bernardo Castro Negrete  
(55) 5263 6900 ext. 6971  
[bcastro@cmr.mx](mailto:bcastro@cmr.mx)

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

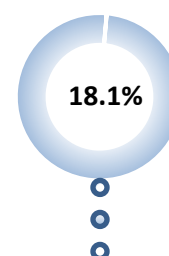
### Datos relevantes



**Incremento de ventas netas vs el cuarto trimestre del 2021**



**Incremento de ventas a mismas tiendas vs el cuarto trimestre del año anterior**



**Aumento del EBITDA vs el cuarto trimestre del 2021**

### 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 terminó en 137 unidades.

#### 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)

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.

#### **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.

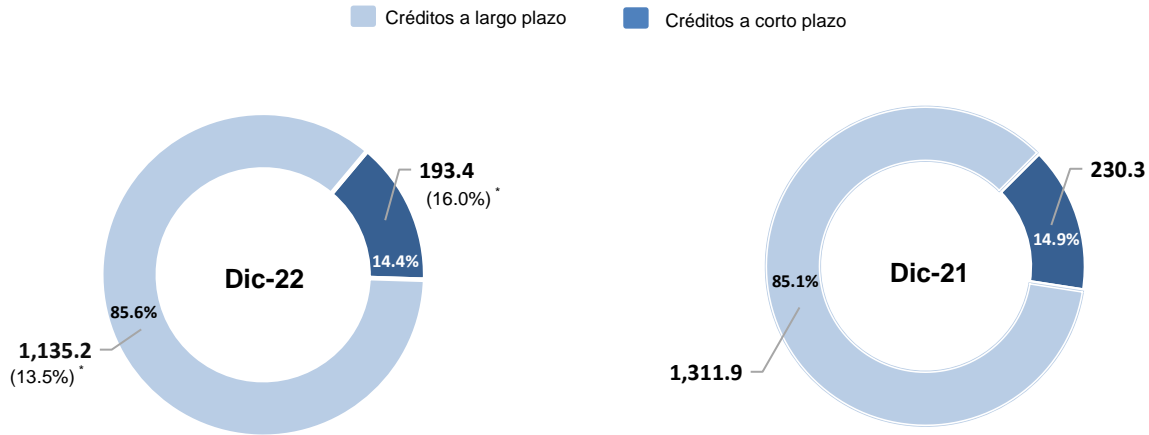
#### **Mercadotecnia:**

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 podamos volvernos una compañía que brinde satisfacción y un servicio extraordinario.

## Financiamiento:

Al cierre del cuarto trimestre de 2022, el pasivo con costo fue de Ps\$1,328.6 mdp, monto 13.9% menor a los Ps\$1,542.2 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 85.4% de la deuda con costo total.



\*Crecimiento vs mismo periodo del año anterior  
(en millones de pesos)

### Pasivos con costo

Tipo de crédito	dic-22	Part. %	dic-21	Part. %	Var. %
<b>Total deuda con costo</b>	<b>\$ 1,328.6</b>	<b>100.0%</b>	<b>\$ 1,542.2</b>	<b>100.0%</b>	<b>(13.9%)</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:**

- 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:**

Entidad	Fecha	Acuerdo	Segmento	Marcas	Territorio
	Noviembre 2007	Desarrollo de franquicias en coinversión.	Desarrollo de marca.	Chili's.	Toda la República Mexicana, con excepción de la Ciudad de México, Estado de México, Hidalgo, Puebla, Morelos y Querétaro.
	Agosto 2011	Desarrollo de franquicias.	Casual Dining.	Olive Garden y The Capital Grille.	Nacional.
	2015	Desarrollo de franquicias.	Mariscos, pollo, filetes y pasta.	Red Lobster.	Nacional.

**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)

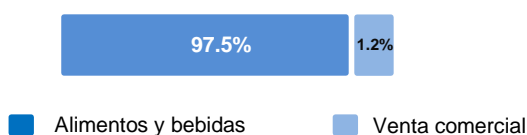


## Resultados de las operaciones y perspectivas

### Análisis de resultados correspondientes al cuarto trimestre de 2022

(\$ en millones de pesos)	Cifras relevantes al 4T22 y 4T21				Cr. %
	4T22		4T21		
	\$	Margen%	\$	Margen%	
Ventas netas	920.4	100.0%	830.2	100.0%	10.9%
Utilidad (Pérdida) bruta	496.5	53.9%	388.2	52.1%	27.9%
Utilidad (Pérdida) de operación	82.4	9.0%	71.7	8.6%	15.0%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	24.1	2.6%	(3.2)	(4.0%)	855.3%
EBITDA	195.1	21.2%	165.2	19.9%	18.1%

Durante el cuarto trimestre del año, las ventas netas registraron un incremento de 10.9% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$920.3 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 97.5% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 1.2% 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\$423.9 mdp, 4.1% menor en términos absolutos. El margen de costo de ventas alcanzó un 46.1%, menor en 718 bps comparado con el cuarto trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 27.9% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$388.2 mdp a Ps\$496.5 mdp.

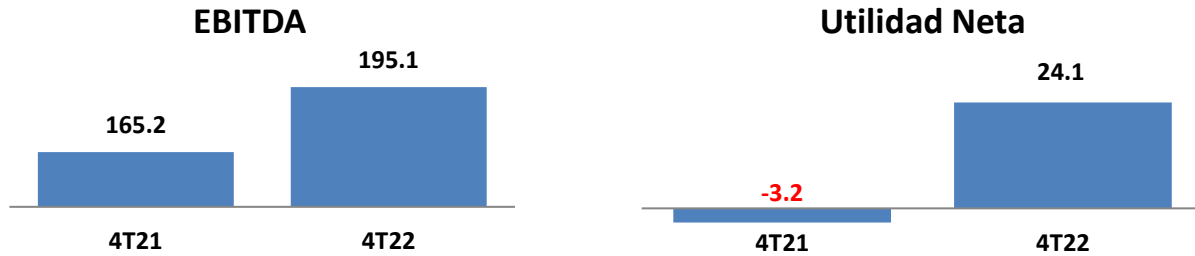
Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$442.5 mdp, presentando un incremento de 31.1% respecto al mismo periodo del año anterior, también presentamos un incremento en el margen en 743 bps, pasando de 40.6% a 48.1%.

Por lo anterior, generamos una utilidad de operación de Ps\$82.4 mdp, 15.0% mayor a la utilidad de operación de Ps\$71.7 mdp del mismo periodo del año anterior.

El EBITDA ascendió a Ps\$195.1 mdp respecto de los Ps\$165.2 mdp del cuarto trimestre del año anterior, presentando un incremento de 18.1%.

La utilidad neta se ubicó en Ps\$24.1 mdp, presentando un incremento contra la pérdida neta de Ps-\$3.2 mdp, 855.3% mayor comparados contra el cuarto trimestre del año anterior.

(en millones de pesos)



## Resultados de las operaciones y perspectivas

### Análisis de resultados correspondientes al acumulado a diciembre de 2022

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

(\$ en millones de pesos)	Acum Dic 22		Acum Dic 21		Cr. %
	\$	Margen%	\$	Margen%	
Ventas netas	3,346.7	100.0%	2,658.5	100.0%	25.9%
Utilidad (Pérdida) bruta	1,793.7	53.6%	1,408.1	53.0%	27.4%
Utilidad (Pérdida) de operación	241.3	7.2%	74.9	2.8%	222.1%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	17.9	0.5%	(168.3)	(6.3%)	110.6%
EBITDA	649.2	19.4%	493.3	18.6%	31.6%

Durante el periodo acumulado a diciembre 2022, las ventas netas registraron un incremento de 25.9% respecto al año anterior, alcanzando un monto de Ps\$3,346.7 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 83.5% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 14.2% y los ingresos por concepto de regalías (franquicias) un 2.3%.



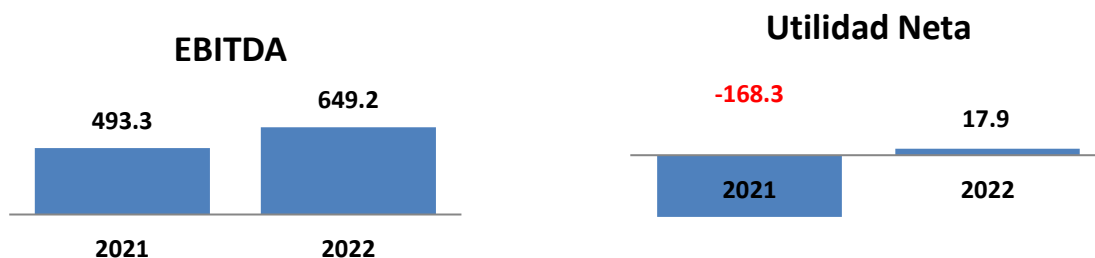
El costo de ventas fue de Ps\$1,553.0 mdp, 24.2% mayor en términos absolutos. El margen en costo de ventas alcanzó un 46.4%, menor en 63 bps comparado con el mismo periodo del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 27.4% respecto al año anterior, pasando de Ps\$1,408.1 mdp a Ps\$1,793.7 mdp.

Los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$1,629.5 mdp, presentando un incremento de 17.1% respecto al año anterior. Presentamos una disminución en el margen en 366 bps, pasando de 52.4% a 48.7%.

Al cierre de diciembre, generamos una utilidad de operación de Ps\$241.3 mdp, 222.1% mayor a la utilidad de operación de Ps\$74.9 mdp del mismo periodo del año anterior, presentando un aumento en el margen de 439 bps, pasando de 2.8% a 7.2%.

El EBITDA aumentó a Ps\$649.2 mdp respecto de los Ps\$493.3 mdp del año anterior, presentando un incremento de 31.6%.

La utilidad neta se ubicó en Ps\$17.9 mdp, mayor a la pérdida de Ps-\$168.3 mdp al cierre del acumulado de diciembre de 2021.



## Unidades

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

Divisiones	3T22	Apertura	Cierre	4T22
	56	-	-	56
	20	-	-	20
	7	-	-	7
	3	-	-	3
	14	-	-	14
	3	-	-	3
	35	-	1	34
	138	-	1	137
Franquicias Nacionales	96	4	2	98
Franquicias Internacionales	16	-	-	16
Total Franquicias	112	4	2	114
Totales	250	4	3	251

## Relación con Inversionistas

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



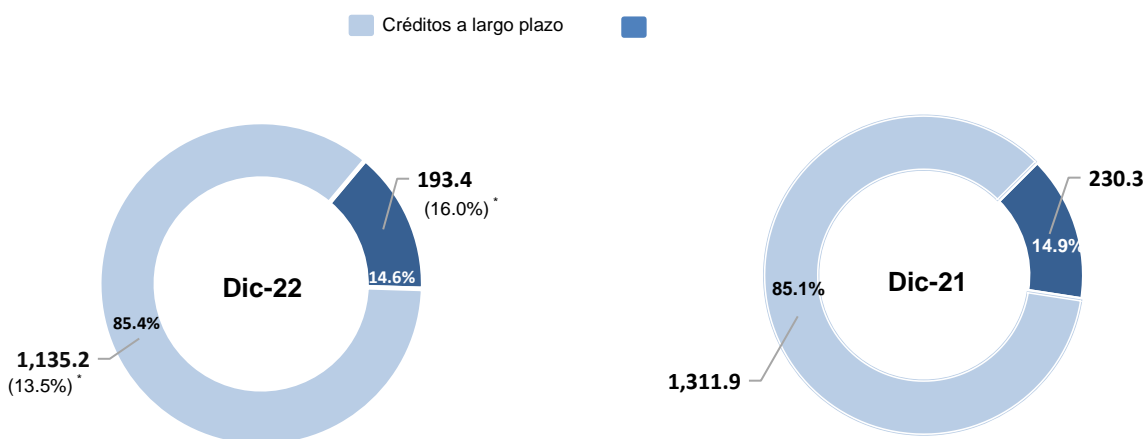
## Relaciones Públicas

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

## Situación financiera, liquidez y recursos de capital

### Pasivo con costo

Al cierre de diciembre de 2022, el pasivo con costo fue de Ps\$1,328.6 mdp, monto 13.9% menor a los Ps\$1,542.2 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 85.4% de la deuda con costo total.



\*Crecimiento vs mismo periodo del año anterior  
(en millones de pesos)

### Pasivos con costo

Tipo de crédito	dic-22	Part. %	dic-21	Part. %	Var. %
Total deuda con costo	\$ 1,328.6	100.0%	\$ 1,542.2	100.0%	(13.9%)

### Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps\$67.9 mdp. Este monto fue destinado a mantenimiento, reemplazo de equipos y remodelaciones.

### Flujo de Efectivo

#### Flujo de efectivo al 31 de Diciembre de 2022 y 2021

(\$ en millones de pesos)

	2022	2021
Utilidad o pérdida neta	17.9	(168.3)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	600.6	526.8
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(46.2)	(49.5)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(636.9)	(643.9)
Incremento (Disminución) de efectivo y equivalentes de efectivo	(82.4)	(166.6)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	264.0	430.7
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	181.6	264.0

## 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:

- El reconocimiento del activo por derecho de uso es por Ps\$622.0 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps\$657.1 mdp.
- Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps\$222.4 mdp y los intereses por Ps\$76.6 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\$211.3 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 cuarto trimestre de 2022, la deuda total de CMR se ubicó en Ps\$1,328.6 mdp.

Indicadores financieros	4T22	4T21
EBITDA / Intereses pagados	3.1x	3.1x
Deuda neta / EBITDA (12M)	1.8x	2.6x
Pasivo total / Capital contable	8.0x	10.8x
Activo circulante / Pasivo circulante	0.5x	0.5x
Prueba ácida	0.4x	0.4x

Indicadores bursátiles	4T22	4T21
P / VL	4.9x	3.2x
EV / EBITDA (12M) valor de la empresa	4.4x	4.5x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	0.6	0.5
Utilidad por acción (Ps\$)	0.03	(0.3)
Precio por acción al cierre (Ps\$)*	3.2	1.8
Acciones en circulación (millones)**	542.5	544.3

**Notas:**

\* 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.

\*\* Se refiere a las acciones que se encuentran en circulación en poder de casas de bolsa y no considera las acciones en el fondo de recompra.

**Programa de recompra de acciones**

Al 31 de diciembre de 2022, el Fondo de Recompra reportó 6,000,688 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](mailto:jmiranda@cmr.mx)



**Relaciones Públicas**

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

Estado de resultados trimestral 4T22 Y 4T21				
(Miles de pesos)	4T22	Margen%	4T21	Margen%
<b>Ventas netas</b>	<b>920,377</b>	<b>100.0%</b>	<b>830,226</b>	<b>100.0%</b>
Costo de ventas	423,876	46.1%	441,992	53.2%
<b>Utilidad (Pérdida) bruta</b>	<b>496,501</b>	<b>53.9%</b>	<b>388,234</b>	<b>46.8%</b>
SG&A	442,477	48.1%	337,470	40.6%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto</b>	<b>54,024</b>	<b>5.9%</b>	<b>50,764</b>	<b>6.1%</b>
Otros ingresos y (gastos), neto	28,401	3.1%	20,890	2.5%
<b>Utilidad (Pérdida) de operación</b>	<b>82,425</b>	<b>9.0%</b>	<b>71,654</b>	<b>8.6%</b>
Resultado integral de financiamiento, neto	(48,505)	(5.3%)	(72,758)	(8.8%)
Intereses pagados	(39,124)	(4.3%)	(71,853)	(8.7%)
Intereses ganados	(13,432)	(1.5%)	963	0.1%
Ganancia / pérdida cambiaria	76	0.0%	856	0.1%
Otros gastos financieros	3,975	0.4%	(2,724)	(0.3%)
<b>Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>33,920</b>	<b>3.7%</b>	<b>(1,104)</b>	<b>(0.1%)</b>
Impuestos a la utilidad	9,855	1.1%	2,082	0.3%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de las operaciones discontinuadas</b>	<b>24,065</b>	<b>2.6%</b>	<b>(3,186)</b>	<b>(0.4%)</b>
Operaciones discontinuadas	-	0.0%	-	0.0%
<b>Utilidad (Pérdida) neta consolidada</b>	<b>24,065</b>	<b>2.6%</b>	<b>(3,186)</b>	<b>(0.4%)</b>
Participación minoritaria	-	-	-	-
<b>Resultado neto mayoritario</b>	<b>24,065</b>	<b>2.6%</b>	<b>(3,186)</b>	<b>(0.4%)</b>
Depreciación & amortización	89,009	9.7%	(2,724)	(0.3%)
<b>EBITDA</b>	<b>195,132</b>	<b>21.2%</b>	<b>165,175</b>	<b>19.9%</b>

Estado de resultados acumulado a Diciembre 2022 y 2021				
(Miles de pesos)	4T22	Margen%	4T21	Margen%
	Acumulado		Acumulado	
<b>Ventas netas</b>	<b>3,346,665</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,658,498</b>	<b>100.0%</b>
Costo de ventas	1,552,993	46.4%	1,250,391	47.0%
<b>Utilidad (Pérdida) bruta</b>	<b>1,793,672</b>	<b>53.6%</b>	<b>1,408,107</b>	<b>53.0%</b>
SG&A	1,629,507	48.7%	1,391,812	52.4%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de otros ingresos y gastos, neto</b>	<b>164,165</b>	<b>4.9%</b>	<b>16,295</b>	<b>0.6%</b>
Otros ingresos y (gastos), neto	77,153	2.3%	58,626	2.2%
<b>Utilidad (Pérdida) de operación</b>	<b>241,318</b>	<b>7.2%</b>	<b>74,921</b>	<b>2.8%</b>
Resultado integral de financiamiento, neto	(205,789)	(6.1%)	(241,124)	(9.1%)
Intereses pagados	(211,945)	(6.3%)	(244,590)	(9.2%)
Intereses ganados	3,260	0.1%	2,193	0.1%
Ganancia / pérdida cambiaria	(1,079)	(0.0%)	(897)	(0.0%)
Otros gastos financieros	3,975	0.1%	2,170	0.1%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>35,529</b>	<b>1.1%</b>	<b>(166,203)</b>	<b>(6.3%)</b>
Impuestos a la utilidad	17,655	0.5%	2,082	0.1%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de operaciones discontinuadas</b>	<b>17,874</b>	<b>0.5%</b>	<b>(168,285)</b>	<b>(6.3%)</b>
<b>Utilidad (Pérdida) neta consolidada</b>	<b>17,874</b>	<b>0.5%</b>	<b>(168,285)</b>	<b>(6.3%)</b>
Participación minoritaria	-	-	-	-
<b>Resultado neto mayoritario</b>	<b>17,874</b>	<b>0.5%</b>	<b>(168,285)</b>	<b>(6.3%)</b>
Depreciación & amortización	379,895	11.4%	374,487	14.1%
<b>EBITDA</b>	<b>649,182</b>	<b>19.4%</b>	<b>493,300</b>	<b>18.6%</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)



### Balance General al 31 de Diciembre de 2022 y 2021

(Miles de pesos)	DIC-22	DIC-21
<b>ACTIVO</b>		
Efectivo y equivalentes de efectivo	181,633	264,036
Cuentas por cobrar	234,957	207,695
Inventarios	143,337	141,110
Instrumentos Financieros	42,122	18,021
Pagos anticipados	27,160	26,568
<b>Activo circulante</b>	<b>629,209</b>	<b>657,430</b>
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	596,840	687,202
Activo por derecho de uso	622,037	796,750
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	808,420	813,486
Instrumentos Financieros	45,721	52,968
Impuestos diferidos	443,647	452,745
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>3,177,994</b>	<b>3,492,701</b>
<b>PASIVO</b>		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	193,406	230,326
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	269,803	336,993
Instrumentos financieros	-	-
Cuentas por pagar a proveedores	337,066	337,846
Acreedores Diversos	-	-
Impuestos y gastos acumulados	361,177	336,431
Anticipos de clientes	6,054	8,099
<b>Pasivo circulante</b>	<b>1,167,506</b>	<b>1,249,695</b>
Pasivo a largo plazo	1,135,200	1,311,878
Acreedores diversos a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	387,266	483,709
Beneficios a empleados	128,566	137,382
Impuestos a la utilidad diferidos	6,063	13,034
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>2,824,601</b>	<b>3,195,698</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>	<b>353,393</b>	<b>297,003</b>
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>	<b>3,177,994</b>	<b>3,492,701</b>

## Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 137 restaurantes propios y 114 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)