



CMR, S.A.B. de C.V. Resultados 1° Trimestre 2023

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

Índice

Comentarios de la Gerencia	3
CMR, S.A.B. de C.V. anuncia resultados del Primer Trimestre de 2023	5
Información a revelar sobre los objetivos de la gerencia y sus estrategias para alcanzar esos objetivos.....	5
Estrategia	6
Estandarización	6
Mercadotecnia	6
Financiamiento	7
Información a revelar sobre los recursos, riesgos y relaciones más significativos de la entidad	7
Nuestros principales recursos se basan en	7
Nuestros riesgos	8
Relaciones más significativas de la entidad	8
Resultados de las operaciones y perspectivas.....	9
Análisis de resultados correspondientes al primer trimestre de 2023	9
Unidades	10
Situación financiera, liquidez y recursos de capital	11
Pasivo con costo	11
Inversiones	11
Flujo de Efectivo.....	11
Reconocimiento inicial IFRS 16 “Arrendamientos”	12
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.....	12
Indicadores financieros y bursátiles	13
Programa de recompra de acciones	13
Analista independiente	13
Declaraciones sobre expectativas	13
Acerca de CMR	15

Ciudad de México, a 03 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 Primer Trimestre de 2023, 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

El primer trimestre del año marcó un arranque muy positivo para CMR, generando continuidad en la recuperación post pandemia de CMR, con un crecimiento estable en ingresos desde el 2022. El trimestre cerró en Ps\$840.2 mdp de ingresos, reflejando un crecimiento del 16.1% vs el mismo trimestre del año anterior. Así mismo, el EBITDA del trimestre representó el 17.7% de nuestros ingresos con un crecimiento del 19.2% contra el EBITDA del mismo trimestre del año anterior.

Durante el arranque del 2023, CMR dio inicio a la estrategia definida para el año, la cual consiste en tres partes:

1. Atracción de comensales hacia el salón

Para CMR, el primer trimestre arrancó con un enfoque particularmente fuerte en seguir impulsando el regreso de sus clientes a restaurantes. Destacaron las principales iniciativas:

- Plan de mantenimiento agresivo en sus marcas principales, con ello asegurando dejar atrás rezagos en el estado actual de sus restaurantes debido a la pandemia y cumpliendo así con el objetivo de poner la experiencia del consumidor como máxima prioridad de la compañía.*
- Estrategias promocionales enfocadas en maximizar el regreso de los clientes a los restaurantes. Como ejemplo importante, fue el lanzamiento de la nueva plataforma promocional en Chili's, llamada "3 para Mi" enfocada a los consumidores más frecuentes entre semana y que sustituye la promoción anterior. Dicha promoción ha sido muy bien recibida por los consumidores, representando el 6.2% de la venta en los días vigentes, vs 2.4% de la promoción anterior.*
- Innovación. CMR no dejó de ofrecer platillos nuevos cada mes a todos aquellos amantes de nuestras marcas. Se lanzaron más de 20 platillos en distintos festivales durante el trimestre. Hubo un enfoque particular en Bebidas, en donde la marca Sushi itto lanzó un nuevo menú con enfoque a destilados, acompañado de etiquetas líderes y bien posicionadas en la industria. Dicho menú refleja el objetivo de la marca de apelar a consumidores más jóvenes y ávidos por una experiencia diferente y en línea con las últimas tendencias.*
- Crecimiento. Programa de Lealtad "Foody Rewards", en el cual participan Chili's, Wings, Olive Garden, Red Lobster y Sushi itto (en fase de prueba). Se lograron afiliar a más de 15 mil socios en el trimestre. A través de una campaña de reactivación de socios, logramos regresar 2,087 clientes a nuestros restaurantes los cuales no habían tenido una compra en los últimos 12 meses o más. En el trimestre se realizaron más de 55 mil transacciones de Socios Foody, representando 13.0% más que el mismo trimestre del 2022 con una venta de \$36.6 MM, lo cual fue 19.0% mayor que 2019 en 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 10.0% sobre la venta total, así mismo, todos sus canales mantienen un crecimiento del 27.0% a restaurantes operando vs 2019, generando un promedio de venta de Ps\$23.3 mdp. Con todo esto, durante el primer trimestre, CMR generó Ps\$15.0 mdp de venta adicional vs años "pre-covid". Además, la empresa continuó consolidando las ventas de su marca virtual principal "Its Just Wings", manteniendo un promedio mensual de Ps\$2.6 mdp.

3. Fundación CMR

Comenzamos el año celebrando el cumpleaños número 18 de nuestra fundación CMR combatiendo la desnutrición infantil y la anemia de los niños en primera infancia.

Los resultados de este primer trimestre 2023 quedaron de la siguiente manera: 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\$0.44 mdp y sumamos Ps\$2.6 mdp de recaudación en especie.

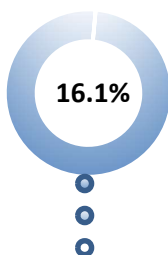
Para el año 2023 se estará invirtiendo en 8 grandes proyectos que, por sus indicadores en eficiencia, eficacia e impacto, contribuyen a disminuir la desnutrición infantil y la anemia de los niños y niñas alrededor de la República Mexicana. Nos unimos a Fundaciones Empresariales como Coppel, Fundación Femsa, Dibujando un Mañana y Nacional Monte de Piedad.

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.

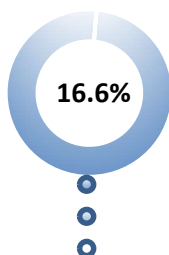
Declaró Joaquín Vargas Mier y Terán, Presidente Ejecutivo de CMR.

CMR, S.A.B. de C.V. anuncia resultados del Primer Trimestre de 2023

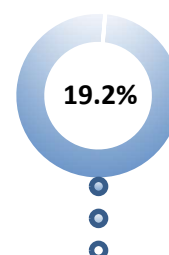
Datos relevantes



Incremento de ventas netas vs el primer trimestre del 2023



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



Aumento del EBITDA vs el primer trimestre del 2022

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.

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

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 137 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.

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.

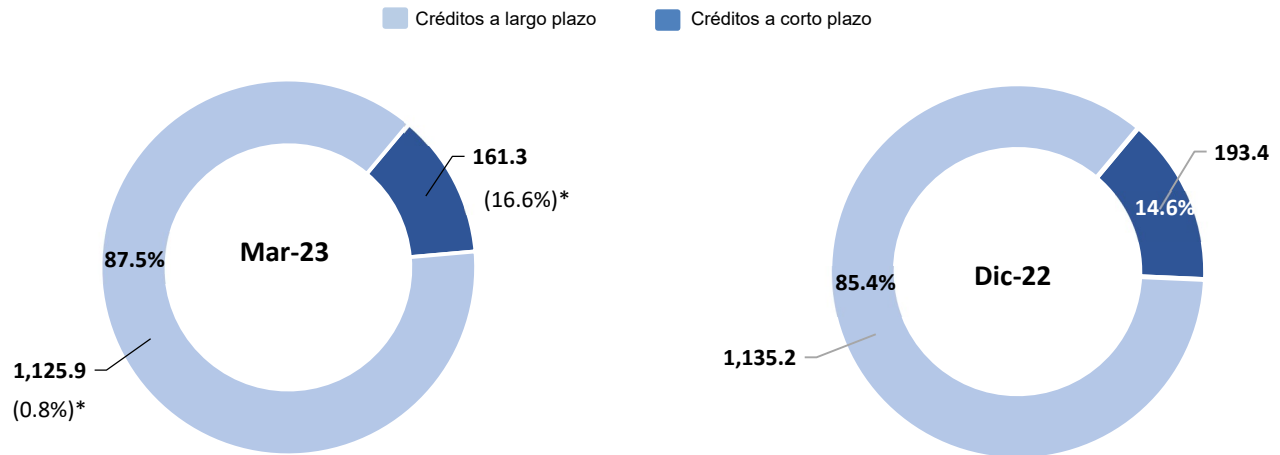
Mercadotecnia:

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 primer trimestre de 2023, el pasivo con costo fue de Ps\$1,287.2 mdp, monto 3.1% menor a los Ps\$1,328.6 mdp del primer trimestre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 87.5% de la deuda con costo total.



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

Pasivos con costo

Tipo de crédito	mar-23	Part. %	dic-22	Part. %	Var. %
Total deuda con costo	\$ 1,287.2	100.0%	\$ 1,328.6	100.0%	(3.1%)

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





Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete
(55) 5263 6900 ext. 6971
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:

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



Relaciones Públicas

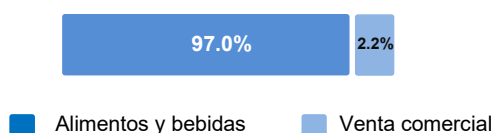
Bernardo Castro Negrete
(55) 5263 6900 ext. 6971
bcastro@cmr.mx

Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al primer trimestre de 2023

(\$ en millones de pesos)	Cifras relevantes al 1T23 y 1T22					Cr.
	1T23		1T22		%	
	\$	Margen%	\$	Margen%		
Ventas netas	840.2	100.0%	723.7	100.0%	16.1%	
Utilidad (Pérdida) bruta	455.4	54.2%	377.4	52.1%	20.7%	
Utilidad (Pérdida) de operación	50.4	6.0%	25.6	3.5%	97.3%	
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(2.2)	(0.3%)	(28.8)	(4.0%)	92.3%	
EBITDA	148.4	17.7%	124.5	17.2%	19.2%	

Durante el primer trimestre del año, las ventas netas registraron un incremento de 16.1% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$840.2 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 97.0% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 2.2% 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\$384.8 mdp, 11.1% mayor en términos absolutos. El margen de costo de ventas alcanzó un 45.8%, mayor en 205 bps comparado con el mismo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 54.2% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$377.4 mdp a Ps\$455.4 mdp.

Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$406.0 mdp, presentando un incremento de 10.9% respecto al mismo periodo del año anterior, también presentamos una disminución en el margen en 228 bps, pasando de 50.6% a 48.3%.

Por lo anterior, generamos una utilidad de operación de Ps\$50.4 mdp, 97.3% mayor a la utilidad de operación de Ps\$25.6 mdp del mismo periodo 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

El EBITDA ascendió a Ps\$148.4 mdp respecto de los Ps\$124.5 mdp del primer trimestre del año anterior, presentando un incremento de 19.2%.










La pérdida neta se ubicó en Ps-\$2.2 mdp, presentando un decremento contra la pérdida neta de Ps-\$28.8 mdp, 92.3% mayor comparados contra el mismo trimestre del año anterior.

(en millones de pesos)



Unidades

Durante el primer trimestre de 2023 no se realizaron aperturas de tiendas.

Divisiones	4T22	Apertura	Cierre	1T23
	56	-	-	56
	20	-	-	20
	7	-	-	7
	3	-	-	3
	14	-	-	14
	3	-	-	3
	34	-	-	34
 Propias	137	-	-	137
Franquicias Nacionales	98	-	2	96
Franquicias Internacionales	16	-	-	16
Total Franquicias	114	-	2	112
 Totales	251	-	2	249

Relación con Inversionistas

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



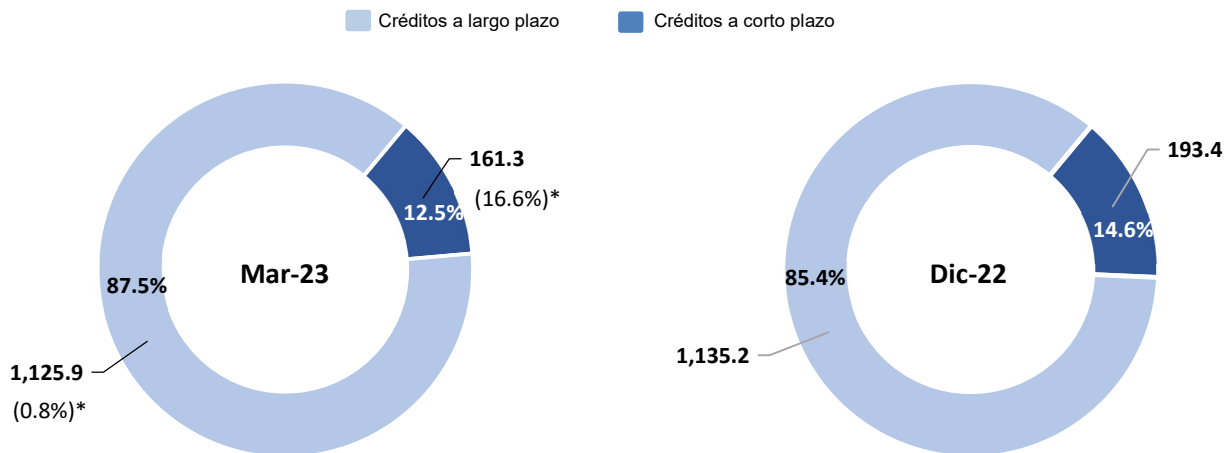
Relaciones Públicas

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

Situación financiera, liquidez y recursos de capital

Pasivo con costo

Al cierre de marzo de 2023, el pasivo con costo fue de Ps\$1,287.2 mdp, monto 3.1% menor a los Ps\$1,328.6 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 87.5% de la deuda con costo total.



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

Pasivos con costo

Tipo de crédito	mar-23	Part. %	dic-22	Part. %	Var. %
Total deuda con costo	\$ 1,287.2	100.0%	\$ 1,328.3	100.0%	(3.1%)

Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps\$5.2 mdp. Este monto fue destinado a mantenimiento, reemplazo de equipos y remodelaciones.

Flujo de Efectivo

Flujo de efectivo al 31 de Marzo de 2023 y 2022

(\$ en millones de pesos)	2023	2022
Utilidad o pérdida neta	(2.2)	17.9
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	117.9	600.6
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(15.2)	(46.2)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(135.5)	(636.9)
Incremento (Disminución) de efectivo y equivalentes de efectivo	(32.7)	(82.4)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	181.6	264.0
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	148.9	181.6

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 del activo por derecho de uso es por Ps\$588.8 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps\$626.9 mdp.
- b) Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps\$52.1 mdp y los intereses por Ps\$17.8 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\$73.8 mdp (presentada dentro de las actividades de financiamiento) en el estado de flujo de efectivo consolidado.

Información a revelar sobre las medidas de rendimientos fundamentales e indicadores que la gerencia utiliza para evaluar el rendimiento de la entidad con respecto a los objetivos establecidos

Una situación financiera rentable y sostenible, el logro de las metas financieras, alcanzar nuestros objetivos de expansión además del cumplimiento de los convenios establecidos con nuestros socios, son los principales indicadores para evaluar el rendimiento de la compañía sin dejar a un lado el monitoreo continuo para asegurar atender con calidad a millones de clientes, brindar desarrollo profesional a miles de colaboradores, generar valor para nuestros accionistas y contribuir al cuidado de nuestro medio ambiente aunado al apoyo a nuestras comunidades mediante diversos programas e iniciativas de impacto social.

Al cierre del primer trimestre de 2023, la deuda total de CMR se ubicó en Ps\$1,287.2 mdp.

Indicadores financieros	1T23	1T22
EBITDA / Intereses pagados	3.1x	3.6x
Deuda neta / EBITDA (12M)	1.7x	2.3x
Pasivo total / Capital contable	7.8x	8.0x
Activo circulante / Pasivo circulante	0.5x	0.5x
Prueba ácida	0.4x	0.4x

Indicadores bursátiles	1T23	1T22
P / VL	4.5x	2.0x
EV / EBITDA (12M)	4.0x	3.6x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	0.6	0.6
Utilidad por acción (Ps\$)	(0.004)	(0.05)
Precio por acción al cierre (Ps\$)*	2.9	1.3
Acciones en circulación (millones)**	541.2	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 marzo de 2023, el Fondo de Recompra reportó 7,299,368 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 1T23 Y 1T22

(Miles de pesos)

	1T23	Margen%	1T22	Margen%
Ventas netas	840,166	100.0%	723,693	100.0%
Costo de ventas	384,782	45.8%	346,296	47.9%
Utilidad (Pérdida) bruta	455,384	54.2%	377,397	52.1%
SG&A	406,038	48.3%	366,264	50.6%
Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto	49,346	5.9%	11,133	1.5%
Otros ingresos y (gastos), neto	1,091	0.1%	14,433	2.0%
Utilidad (Pérdida) de operación	50,437	6.0%	25,566	3.5%
Resultado integral de financiamiento, neto	(49,662)	(5.9%)	(54,361)	(7.5%)
Intereses pagados	(63,898)	(7.6%)	(56,374)	(7.8%)
Intereses ganados	14,240	1.7%	1,475	0.2%
Ganancia / pérdida cambiaria	(4)	(0.0%)	538	0.1%
Otros gastos financieros	-	0.0%	-	0.0%
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	775	0.1%	(28,795)	(4.0%)
Impuestos a la utilidad	3,000	0.4%	-	0.0%
Utilidad (Pérdida) antes de las operaciones discontinuadas	(2,225)	(0.3%)	(28,795)	(4.0%)
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(2,225)	(0.3%)	(28,795)	(4.0%)
Participación minoritaria	-	-	-	-
Resultado neto mayoritario	(2,225)	(0.3%)	(28,795)	(4.0%)
Depreciación & amortización	95,118	11.3%	96,630	13.4%
EBITDA	148,439	17.7%	124,483	17.2%

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 al 31 de marzo y al 31 de diciembre de 2023 y 2022

(Miles de pesos)	MAR-23	DIC-22
ACTIVO		
Efectivo y equivalentes de efectivo	148,911	181,633
Cuentas por cobrar	202,761	234,957
Inventarios	134,119	143,337
Instrumentos Financieros	42,122	42,122
Pagos anticipados	78,700	32,086
Activo circulante	606,613	634,135
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	582,117	596,840
Activo por derecho de uso	588,756	622,037
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	791,549	808,420
Instrumentos Financieros	45,721	45,721
Impuestos diferidos	435,712	438,551
TOTAL ACTIVO	3,082,588	3,177,824
PASIVO		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	161,320	193,406
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	265,350	269,803
Instrumentos financieros	-	-
Cuentas por pagar a proveedores	385,515	341,992
Acreedores Diversos	-	-
Impuestos y gastos acumulados	283,706	356,081
Anticipos de clientes	10,508	6,054
Pasivo circulante	1,106,399	1,167,336
Pasivo a largo plazo	1,125,882	1,135,200
Acreedores diversos a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	361,536	387,266
Beneficios a empleados	131,541	128,566
Impuestos a la utilidad diferidos	6,063	6,063
TOTAL PASIVO	2,731,421	2,824,431
CAPITAL CONTABLE	351,167	353,393
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	3,082,588	3,177,824

Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 137 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



Relaciones Públicas

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