



# CMR, S.A.B. de C.V. Resultados 1° Trimestre 2024

## 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 Primer Trimestre de 2024 .....</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 .....	6
Estandarización .....	6
Mercadotecnia .....	6
Financiamiento .....	6
<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 .....	7
Relaciones más significativas de la entidad .....	8
<b>Resultados de las operaciones y perspectivas.....</b>	<b>9</b>
Análisis de resultados correspondientes al primer trimestre de 2024 .....	9
Unidades .....	10
<b>Situación financiera, liquidez y recursos de capital .....</b>	<b>11</b>
Pasivo con costo .....	11
Inversiones .....	11
Flujo de Efectivo.....	11
Reconocimiento inicial IFRS 16 “Arrendamientos” .....	12
<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>12</b>
Programa de recompra de acciones .....	13
Analista independiente .....	13
Declaraciones sobre expectativas .....	13
.....	16
<b>Acerca de CMR .....</b>	<b>16</b>

Ciudad de México, a 26 de Abril de 2024. 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 2024, 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

*Este año marca un hito importante para la compañía, en el cual se retomará el crecimiento de manera significativa. En este sentido, hemos definido estrategias para seguir impulsando el crecimiento mientras la organización se prepara para la apertura de nuevas tiendas y re-imágenes de actuales.*

*El primer trimestre del año fue positivo para CMR, los ingresos del trimestre a mismas tiendas crecieron 6.6% contra el mismo periodo del 2023. El cierre temporal de tiendas (aeropuerto Guadalajara y Acapulco) continua y a pesar de esto el mes de marzo se consolidó como el más alto con 8.2% de crecimiento a mismas tiendas en el mismo mes del año anterior. El trimestre cerró en Ps\$849.9 mdp de ingresos, reflejando un crecimiento del 1.2% contra el mismo trimestre del año anterior. El EBITDA del trimestre representó el 14.4% de nuestros ingresos y se consolida en Ps\$122.7 mdp.*

*Las marcas arrancan el año con el objetivo de seguir impulsando el crecimiento de clientes, bajo una estrategia anual definida en 4 pilares, siempre poniendo al consumidor en el centro de todas las decisiones:*

### **ATRACCIÓN DE INVITADOS:**

#### 1. Innovación

*Durante el primer trimestre, la gran innovación que continuó dando de qué hablar, fue la apertura del nuevo Sushiitto con nueva imagen a finales de diciembre del 2023. Un concepto vanguardista inspirado en la vibrante vida nocturna de Tokio. Este espacio es un homenaje a la fusión de la tradición y la modernidad, ofreciendo una experiencia culinaria que sorprende, con la introducción de 29 nuevos platillos y 9 innovadoras bebidas, complementados con "show cooking". Durante el trimestre, se ajustaron elementos en la experiencia que servirán de base para las nuevas aperturas de la marca bajo este concepto. Al cierre del trimestre, el nuevo concepto ha resultado ser una de las unidades más exitosas de toda la marca, duplicando la venta promedio mensual y generando una utilidad 5 veces mayor contra el promedio del resto de la marca.*

#### 2. Comunicación

*Los hábitos de consumo postpandemia cambiaron radicalmente y con eso los puntos de contacto que tienen las marcas con sus clientes. Hoy más que nunca, los consumidores están expuestos a miles de mensajes al día, usando dispositivos móviles y pantallas por más de 7 horas al día y en ocasiones, usando varios dispositivos a la vez. Es por eso, que buscamos constantemente estar en donde está el consumidor y las marcas van ajustando sus campañas de acuerdo con la oferta y el segmento. En Chili's, por ejemplo, se activa publicidad en las plataformas de los principales agregadores de delivery, en conjunto con Combos atractivos para seguir manteniendo la venta por este canal en días y horarios específicos. En Sushiitto, la estrategia digital está diseñada para captar la atención de un consumidor más joven, alcanzando a más de 59 millones de internautas y generando más de 41 millones de visualizaciones con el contenido generado durante el trimestre.*

### **RETENCIÓN DE CLIENTES ACTUALES:**

#### 3. Valor

*En Chili's, se determinó que los consumidores están buscando ofertas atractivas no solo entre semana, sino también en fines de semana. Es por eso por lo que su oferta principal llamada "3 Para Mi" se extendió a fines de semana con una inversión de casi Ps\$3.0 mdp en distintos medios, destacando Facebook y YouTube, logrando así una mejora de casi 6 puntos porcentuales de crecimiento en clientes contra año anterior en estos días. Así mismo, siendo fiel a su propuesta de valor, lanzamos promociones especiales durante las temporadas más fuertes de la marca, como es el caso de Cervezas 2x1 durante el Superbowl. En Sushiitto, su programa de valor insignia, "Hora Japi-rollos 2x1", generó 2.0% más transacciones contra mismo período del 2023.*

#### 4. Lealtad

Continuó el crecimiento del Programa de Lealtad “Foody Rewards”, en el cual participan Chili’s, Wings, Olive Garden, Red Lobster y Sushitto. Se lograron afiliar a más de 17 mil socios en el trimestre. A través de una campaña de reactivación de socios, logramos regresar 1,700 clientes a nuestras tiendas los cuales no habían tenido una compra en los últimos 12 meses o más. En el trimestre se realizaron más de 53 mil transacciones de Socios Foody, con una venta de Ps\$42.3 mdp, lo cual fue 15.8% mayor que el mismo periodo del año pasado.

Dentro de la organización se suscitaron hechos igual de importantes y aquí se enuncian algunos de los más relevantes:

#### **Fundación CMR**

Los resultados de este primer trimestre 2024 quedaron de la siguiente manera: La recaudación por campañas en restaurantes fue por Ps\$3.8 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\$1.1 mdp y sumamos Ps\$3.4 mdp de recaudación en especie.

#### **Finanzas CMR**

El pasado febrero se obtuvo una nueva línea de crédito sindicado con el objetivo de fortalecer la estrategia financiera y el flujo para reenfocarse en la estrategia de crecimiento. La nueva línea de crédito es por un monto de Ps\$233.6 mdp que serán destinados principalmente a realizar inversiones selectivas siempre y cuando existan oportunidades que, a juicio de la compañía, presenten retornos de inversión atractivos.

#### **Nova Foods CMR**

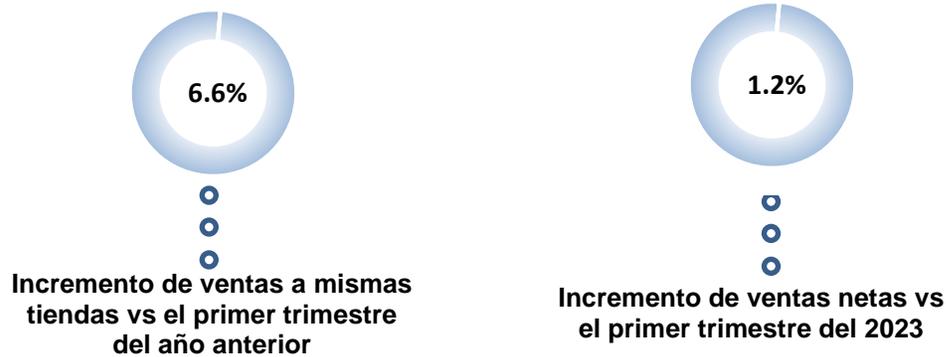
Durante el primer trimestre Nova Foods creció su venta 1.0%, el beneficio genera la reducción en precios base de venta de productos clave en el mercado, y la reducción de tipo de cambio. Tal es el caso del arroz con una reducción de precio del 32.0% resultado de la mezcla entre una disminución de precio en el mercado y el precio del dólar.

Durante 2024 existe un plan de inversión agresivo que impulsará el crecimiento del negocio hacia el futuro. El enfoque para el año continuará de la mano con todas nuestras estrategias y el compromiso con nuestros clientes sigue siendo esencial para CMR.

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

## CMR, S.A.B. de C.V. anuncia resultados del Primer Trimestre de 2024

### Datos relevantes



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



#### Relaciones Públicas

Bernardo Castro Negrete  
 (55) 5263 6900 ext. 6971  
[bcastro@cmr.mx](mailto: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 fueron 136 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 podemos volvernos una compañía que brinde satisfacción y un servicio extraordinario.

## Financiamiento:

### Relación con Inversionistas

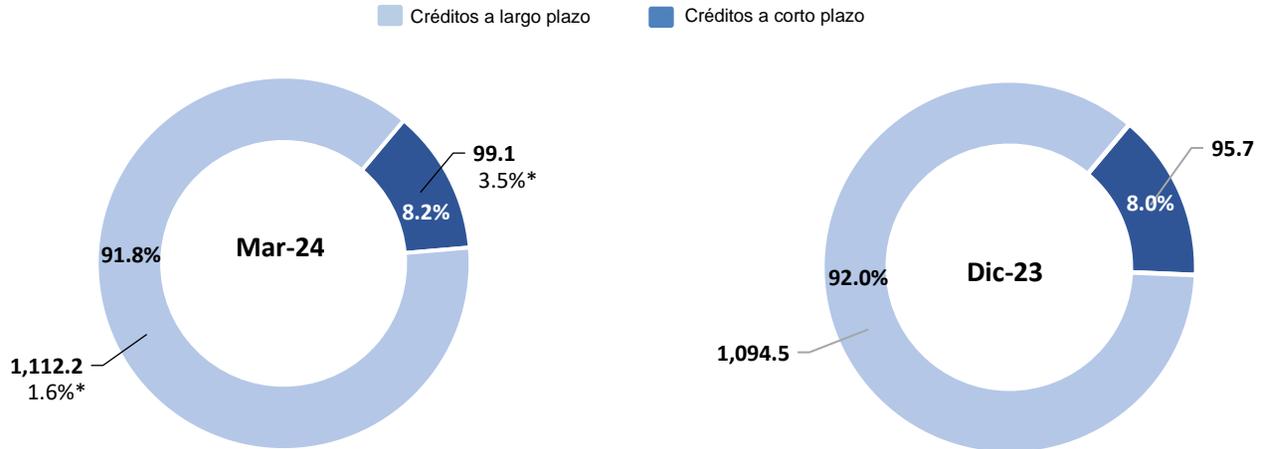
Javier Miranda Valero  
(55) 5263 6900 ext. 1016  
[jmiranda@cmr.mx](mailto:jmiranda@cmr.mx)



### Relaciones Públicas

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

Al cierre del primer trimestre de 2024, el pasivo con costo fue de Ps\$1,211.3 mdp, monto 1.8% mayor a los Ps\$1,190.2 mdp del cuarto trimestre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 91.8% del total de la deuda con costo.



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

Pasivos con costo					
Tipo de crédito	mar-24	Part. %	dic-23	Part. %	Var. %
Total deuda con costo	\$ 1,211.3	100.0%	\$ 1,190.2	100.0%	1.8%

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



#### Relaciones Públicas

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

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 primer trimestre de 2024

(\$ en millones de pesos)	Cifras relevantes al 1T24 y 1T23				Cr. %
	1T24		1T23		
	\$	Margen%	\$	Margen%	
Ventas netas	849.9	100.0%	840.2	100.0%	1.2%
Utilidad (Pérdida) bruta	467.9	55.1%	455.4	54.2%	2.7%
Utilidad (Pérdida) de operación	37.0	4.4%	50.4	6.0%	(26.6%)
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(9.8)	(1.1%)	(2.2)	(0.3%)	(338.2%)
EBITDA	122.7	14.4%	148.4	17.7%	(17.4%)

Durante el primer trimestre del año, las ventas netas registraron un incremento de 1.2% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$849.9 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 96.4% de los ingresos, la venta de otros alcanzó un 2.0%. El resto de los ingresos se generaron por concepto de venta comercial, servicios de franquicias y arrendamiento.



El costo de ventas fue de Ps\$382.0 mdp, 0.7% menor en términos absolutos. El margen de costo de ventas alcanzó un 44.9%, menor en 85 bps comparado con el mismo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 2.7% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$455.4 mdp a Ps\$467.9 mdp.

Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$433.7 mdp, presentando un incremento de 6.8% respecto al mismo periodo del año anterior, presentamos un incremento en el margen por 270 bps, pasando de 48.3% a 51.0%.

Por lo anterior, generamos una utilidad de operación de Ps\$37.0 mdp, 26.6% menor a la utilidad de operación de Ps\$50.4 mdp del mismo periodo del año anterior.

#### Relación con Inversionistas

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



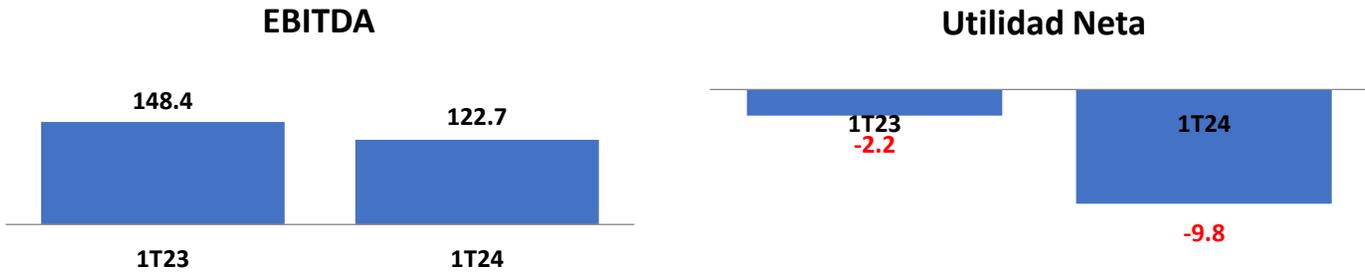
#### Relaciones Públicas

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

El EBITDA ascendió a Ps\$122.7 mdp respecto de los Ps\$148.4 mdp del primer trimestre del año anterior, presentando un decremento de 17.4%.

La pérdida neta se ubicó en -Ps\$9.8 mdp, presentando un incremento contra la pérdida neta de -Ps\$2.2 mdp, 338.2% mayor comparados contra el mismo trimestre del año anterior.

(en millones de pesos)



### Unidades

Durante el primer trimestre de 2024 se dio el cierre de dos tiendas propias de manera definitiva también permanecieron cerradas de manera temporal las tiendas de la división Sushiiitto de Acapulco y las tiendas de las divisiones Chili's y Wings de aeropuerto Guadalajara, esto produce un margen inferior en el crecimiento de nuestros ingresos y resultados.

Divisiones	4T23	Apertura	Cierre	1T24
	56	-	1	55
	20	-	-	20
	7	-	-	7
	3	-	-	3
	14	-	-	14
	3	-	-	3
	35	-	1	34
	138	-	2	136
Franquicias Nacionales	94	1	3	92
Franquicias Internacionales	16	-	-	16
Total Franquicias	110	1	3	108
Totales	248	1	5	244

### Relación con Inversionistas

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



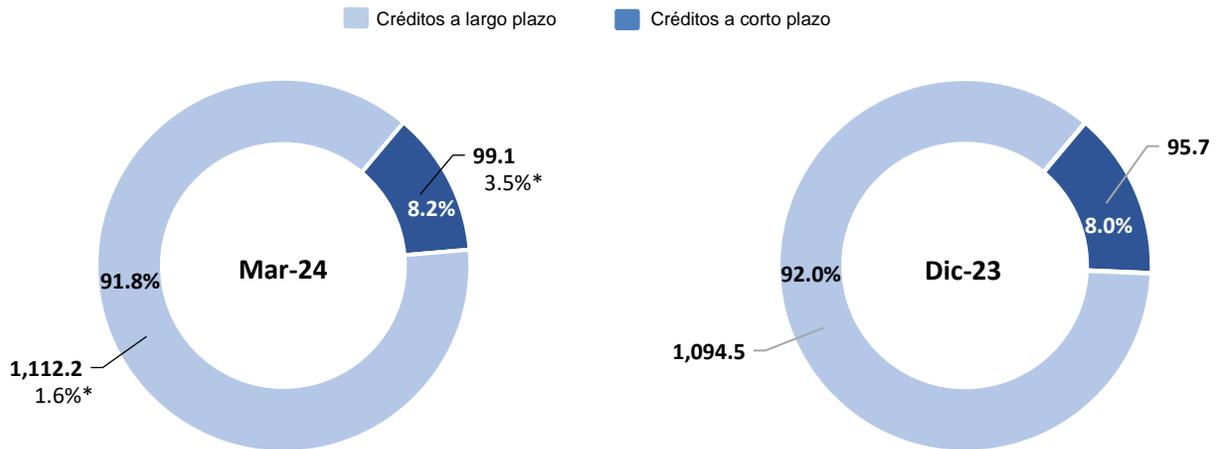
### Relaciones Públicas

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 marzo de 2024, el pasivo con costo fue de Ps\$1,211.3 mdp, monto 1.8% mayor a los Ps\$1,190.2 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 91.8% del total de la deuda con costo.



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

Pasivos con costo					
Tipo de crédito	mar-24	Part. %	dic-23	Part. %	Var. %
Total deuda con costo	\$ 1,211.3	100.0%	\$ 1,190.2	100.0%	1.8%

### Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps\$12.1 mdp. Este monto fue destinado a mantenimiento, reemplazo de equipos y remodelaciones.

### Flujo de Efectivo

#### Flujo de efectivo al 30 de abril de 2024 y 2023

(\$ en millones de pesos)	2024	2023
Utilidad o pérdida neta	(9.8)	(2.2)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	85.9	118.0
Flujos de efectivo procedentes de inversión	4.8	(15.2)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(81.1)	(135.5)
Incremento (Disminución) de efectivo y equivalentes de efectivo	(9.6)	(32.7)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	91.8	181.6
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	101.4	148.9

## 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\$475.4 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps\$493.4 mdp.
- Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps\$42.6 mdp y los intereses por Ps\$14.2 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\$64.7 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 2024, la deuda total de CMR se ubicó en Ps\$1,211.3 mdp.

Indicadores financieros	1T24	1T23
EBITDA / Intereses pagados	2.7x	3.1x
Deuda neta / EBITDA (12M)	1.8x	1.6x
Pasivo total / Capital contable	6.8x	6.6x
Activo circulante / Pasivo circulante	0.6x	0.6x
Prueba ácida	0.5x	0.4x

#### 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)

Indicadores bursátiles	1T24	1T23
P / VL	3.0x	4.0x
EV / EBITDA (12M)	3.6x	4.0x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	0.7	0.7
Utilidad por acción (Ps\$)	(0.02)	(0.00)
Precio por acción al cierre (Ps\$)*	2.09	2.90
Acciones en circulación (millones)**	548.5	548.5

**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 2024, el Fondo de Recompra reportó 10,986,306 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 1T24 Y 1T23

(Miles de pesos)

	1T24	Margen%	1T23	Margen%
<b>Ventas netas</b>	<b>849,924</b>	<b>100.0%</b>	<b>840,166</b>	<b>100.0%</b>
Costo de ventas	382,037	44.9%	384,782	45.8%
<b>Utilidad (Pérdida) bruta</b>	<b>467,887</b>	<b>55.1%</b>	<b>455,384</b>	<b>54.2%</b>
SG&A	433,718	51.0%	406,039	48.3%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto</b>	<b>34,169</b>	<b>4.0%</b>	<b>49,345</b>	<b>5.9%</b>
Otros ingresos y (gastos), neto	2,848	0.3%	1,091	0.1%
<b>Utilidad (Pérdida) de operación</b>	<b>37,017</b>	<b>4.4%</b>	<b>50,436</b>	<b>6.0%</b>
Resultado integral de financiamiento, neto	(41,419)	(4.9%)	(49,662)	(5.9%)
Intereses pagados	(58,151)	(6.8%)	(63,898)	(7.6%)
Intereses ganados	16,922	2.0%	14,240	1.7%
Ganancia / pérdida cambiaria	(190)	(0.0%)	(4)	(0.0%)
Otros gastos financieros	-	0.0%	-	0.0%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>(4,402)</b>	<b>(0.5%)</b>	<b>774</b>	<b>0.1%</b>
Impuestos a la utilidad	5,353	0.6%	3,000	0.4%
<b>Utilidad (Pérdida) neta consolidada</b>	<b>(9,755)</b>	<b>(1.1%)</b>	<b>(2,226)</b>	<b>(0.3%)</b>
Participación minoritaria	-		-	
<b>Resultado neto mayoritario</b>	<b>(9,755)</b>	<b>(1.1%)</b>	<b>(2,226)</b>	<b>(0.3%)</b>
Depreciación & amortización	81,737	9.6%	95,118	11.3%
<b>EBITDA</b>	<b>122,682</b>	<b>14.4%</b>	<b>148,439</b>	<b>17.7%</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)

### Estado de resultados acumulado a marzo 2024 y 2023

(Miles de pesos)

	1T24 Acumulado	Margen%	1T23 Acumulado	Margen%
<b>Ventas netas</b>	<b>849,924</b>	<b>100.0%</b>	<b>840,166</b>	<b>100.0%</b>
Costo de ventas	382,037	44.9%	384,782	45.8%
<b>Utilidad (Pérdida) bruta</b>	<b>467,887</b>	<b>55.1%</b>	<b>455,384</b>	<b>54.2%</b>
SG&A	433,718	51.0%	406,039	48.3%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de otros ingresos y gastos, neto</b>	<b>34,169</b>	<b>4.0%</b>	<b>49,345</b>	<b>5.9%</b>
Otros ingresos y (gastos), neto	2,848	0.3%	1,091	0.1%
<b>Utilidad (Pérdida) de operación</b>	<b>37,017</b>	<b>4.4%</b>	<b>50,436</b>	<b>6.0%</b>
Resultado integral de financiamiento, neto	(41,419)	(4.9%)	(49,662)	(5.9%)
Intereses pagados	(58,151)	(6.8%)	(63,898)	(7.6%)
Intereses ganados	16,922	2.0%	14,240	1.7%
Ganancia / pérdida cambiaria	(190)	(0.0%)	(4)	(0.0%)
Otros gastos financieros	-	0.0%	-	0.0%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>(4,402)</b>	<b>(0.5%)</b>	<b>774</b>	<b>0.1%</b>
Impuestos a la utilidad	5,353	0.6%	3,000	0.4%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de operaciones discontinuadas</b>	<b>(9,755)</b>	<b>(1.1%)</b>	<b>(2,226)</b>	<b>(0.3%)</b>
<b>Utilidad (Pérdida) neta consolidada</b>	<b>(9,755)</b>	<b>(1.1%)</b>	<b>(2,226)</b>	<b>(0.3%)</b>
Participación minoritaria	-		-	
<b>Resultado neto mayoritario</b>	<b>(9,755)</b>	<b>(1.1%)</b>	<b>(2,226)</b>	<b>(0.3%)</b>
Depreciación & amortización	81,737	9.6%	95,118	11.3%
<b>EBITDA</b>	<b>122,682</b>	<b>14.4%</b>	<b>148,439</b>	<b>17.7%</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 marzo de 2024 y al 31 de diciembre de 2023**

(Miles de pesos)	MAR-24	DIC-23
<b>ACTIVO</b>		
Efectivo y equivalentes de efectivo	101,385	91,812
Cuentas por cobrar	331,936	308,354
Inventarios	137,564	151,884
Instrumentos Financieros	68,360	39,781
Pagos anticipados	71,859	37,239
<b>Activo circulante</b>	<b>711,104</b>	<b>629,070</b>
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	557,588	612,671
Activo por derecho de uso	475,417	466,077
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	792,258	762,022
Instrumentos Financieros	-	28,579
Impuestos diferidos	439,154	455,278
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>3,007,641</b>	<b>2,985,817</b>
<b>PASIVO</b>		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	99,056	95,679
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	243,192	243,192
Instrumentos financieros	-	-
Cuentas por pagar a proveedores	445,125	443,326
Acreedores Diversos	-	-
Impuestos y gastos acumulados	321,531	312,326
Anticipos de clientes	(359)	7,164
<b>Pasivo circulante</b>	<b>1,108,545</b>	<b>1,101,687</b>
Pasivo a largo plazo	1,112,204	1,094,548
Acreedores diversos a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	250,209	242,790
Beneficios a empleados	151,838	146,542
Impuestos a la utilidad diferidos	-	5,650
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>2,622,796</b>	<b>2,591,217</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>	<b>384,845</b>	<b>394,600</b>
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>	<b>3,007,641</b>	<b>2,985,817</b>

## Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 136 restaurantes propios y 108 franquicias distribuidos en toda la República Mexicana y 5 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)