



CMR, S.A.B. de C.V. Resultados 1° Trimestre 2025

Relación con Inversionistas

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



Relaciones Públicas

Maria Cisneros Mtz.
(55) 5263 6900
maria.cisneros@cmr.mx

Índice

Comentarios de la Gerencia	3
CMR, S.A.B. de C.V. anuncia resultados del Primer Trimestre de 2025	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	6
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 2025	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”	11
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
Programa de recompra de acciones	13
Analista independiente	13
Declaraciones sobre expectativas	13
Acerca de CMR	14

Ciudad de México, a 30 de Abril de 2025. 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 2025, 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 fue positivo para CMR, los ingresos del trimestre a mismas tiendas crecieron 2.1% contra el mismo periodo del año anterior y cerró en Ps\$902.1 mdp que representa un 6.1% de crecimiento contra el mismo periodo del año anterior. El EBITDA del trimestre representó el 14.6% de nuestros ingresos y se consolida en Ps\$132.0 mdp con un crecimiento de 7.6% comparado con el mismo trimestre del año anterior.

A continuación, se presentan las campañas de marketing del primer trimestre de CMR, que se alinean con nuestras estrategias de negocio y objetivos de crecimiento. Estas iniciativas reflejan un enfoque en la innovación, la comunicación efectiva y la creación de valor para nuestros clientes.

1. Innovación

La campaña "Festín alla Italiana" de Olive Garden, introduciendo porciones familiares de platillos populares, representa el 3% de las ventas, mientras que "Deliciosos y Saludables" de Wings, con opciones saludables, contribuyó con un 4.3% en ventas y será incorporada al menú principal.

2. Comunicación

Chili's, a través de "Art of the Burger", ofreció la hamburguesa Oldtimer a un precio promocional de \$169, atrayendo a más de 20 mil invitados, y Olive Garden celebró a más de 50 mil cumpleaños con una oferta especial para hacer memorable su experiencia.

3. Valor

Las campañas reflejan un enfoque en ofrecer valor a los clientes a través de promociones accesibles y experiencias personalizadas. Chili's, con su oferta en la Oldtimer, y Olive Garden, al celebrar a los cumpleaños, demuestran el compromiso de CMR por incentivar la frecuencia de visita de los clientes y hacer memorables sus experiencias en los restaurantes. Sushiiito redefinió su estrategia promocional en el canal de entrega a domicilio al analizar cuidadosamente su menú mix, costo de alimentos y precios de la competencia con la finalidad de maximizar su rentabilidad y cuidar la frecuencia de sus invitados a total marca.

Estas estrategias no solo buscan atraer nuevos invitados, sino también fortalecer la lealtad de los clientes actuales.

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

Nova Foods CMR

Durante el primer cuarto de 2025 nuestra división Novalimentos incrementó la venta en la mayoría de sus canales respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un crecimiento de 10.8%. Asimismo, el costo de ventas se mantuvo sin cambio respecto al mismo periodo del año anterior a pesar de las presiones inflacionarias que se presentan al inicio de año en proteínas, así como por temporalidad específicamente en pescados y mariscos.

El EBITDA de la división alcanza una mejora en rentabilidad de 0.3 puntos porcentuales comparada con el año anterior. Continuamos enfocados en fortalecer nuestra área comercial y de producción, quienes soportarán el desarrollo esperado para 2025 como parte del "Plan Maestro de Crecimiento en Novalimentos".

ESG

Durante el primer trimestre, Fundación CMR logró recaudar un total de Ps\$7.0 mdp en donaciones en especie y Ps\$1.4 mdp en donaciones en efectivo. Se realizaron 6 actividades de voluntariado, con la participación de 30 miembros de equipo, impactando a 559 beneficiarios. En el ámbito medio ambiental, el programa de eficiencia energética evitó 67.42 toneladas de CO2 y recicló 59,465 litros de aceite quemado.

Seguimos fortaleciendo el cumplimiento de nuestros objetivos como compañía y el compromiso con nuestros clientes siempre será el principal enfoque para CMR, de la mano con todas nuestras estrategias y miembros de equipo seguimos trabajando en ello, recibimos y auguramos un gran año 2025.

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

Relación con Inversionistas

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

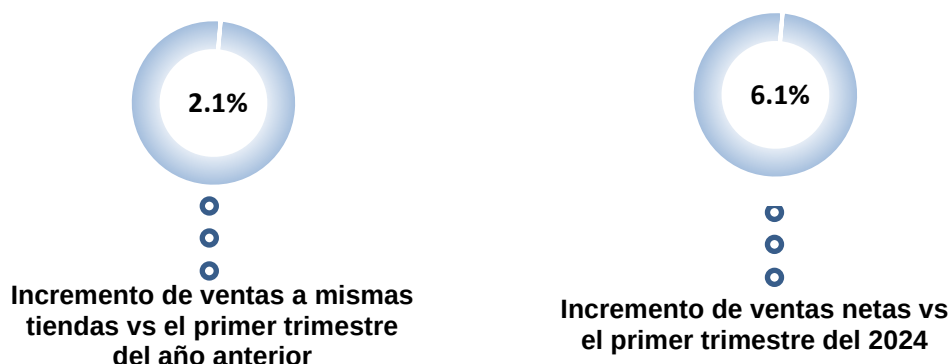


Relaciones Públicas

Maria Cisneros Mtz.
(55) 5263 6900
maria.cisneros@cmr.mx

CMR, S.A.B. de C.V. anuncia resultados del Primer Trimestre de 2025

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



Relaciones Públicas

Maria Cisneros Mtz.
(55) 5263 6900
maria.cisneros@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

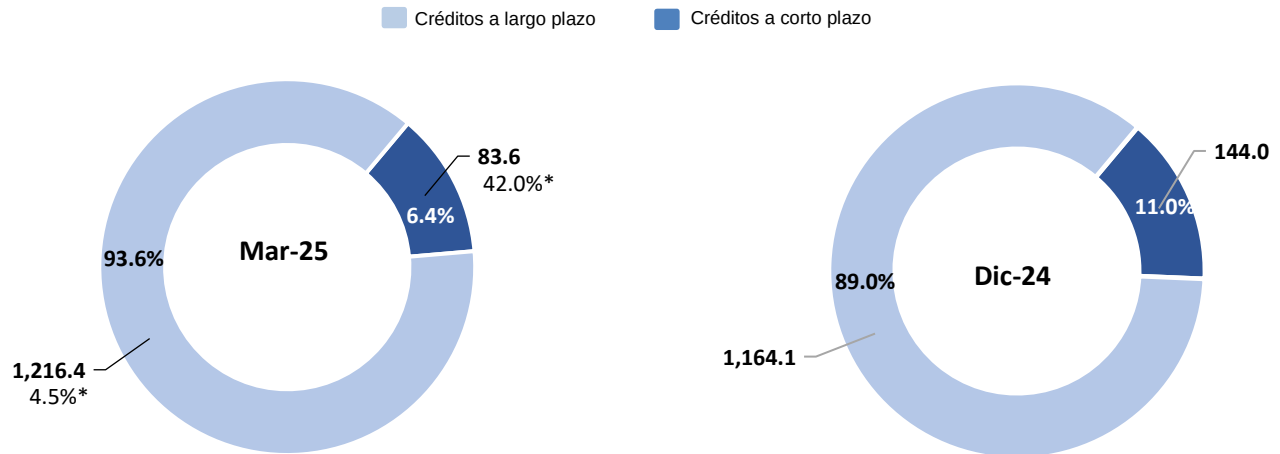
Javier Miranda Valero
(55) 5263 6900 ext. 1016
jmiranda@cmr.mx



Relaciones Públicas

Maria Cisneros Mtz.
(55) 5263 6900
maria.cisneros@cmr.mx

Al cierre del primer trimestre de 2025, el pasivo con costo fue de Ps\$1,300.0 mdp, monto 0.6% menor a los Ps\$1,308.2 mdp del primer trimestre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 93.6% de la deuda con costo total.



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

Pasivos con costo					
Tipo de crédito	mar-25	Part. %	dic-24	Part. %	Var. %
Total deuda con costo	\$ 1,300.0	100.0%	\$ 1,308.2	100.0%	(0.6%)

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

Maria Cisneros Mtz.
(55) 5263 6900
maria.cisneros@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

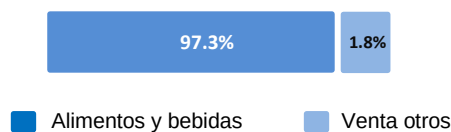
Maria Cisneros Mtz.
(55) 5263 6900
maria.cisneros@cmr.mx

Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al primer trimestre de 2025

Cifras relevantes al 1T25 y 1T24					
(\$ en millones de pesos)	1T25		1T24		Cr. %
	\$	Margen%	\$	Margen%	
Ventas netas	902.1	100.0%	849.9	100.0%	6.1%
Utilidad (Pérdida) bruta	500.8	55.5%	467.9	55.1%	7.0%
Utilidad (Pérdida) de operación	42.0	4.7%	37.0	4.4%	13.4%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(20.7)	(2.3%)	(9.8)	(1.1%)	(112.1%)
EBITDA	132.0	14.6%	122.7	14.4%	7.6%

Durante el primer trimestre del año, las ventas netas registraron un incremento de 6.1% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$902.1 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 97.3% de los ingresos, la venta de otros alcanzó un 1.8%. El resto de los ingresos se generaron por concepto de venta comercial, servicios de franquicias y arrendamiento.



El costo de ventas fue de Ps\$401.4 mdp, 5.1% menor en términos absolutos. El margen de costo de ventas alcanzó un 44.5%, menor en 46 bps comparado con el mismo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 7.0% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$467.9 mdp a Ps\$500.8 mdp.

Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$459.0 mdp, presentando un incremento de 5.8% respecto al mismo periodo del año anterior, presentamos un decremento en el margen por 17 bps, pasando de 51.0% a 50.9%.

Por lo anterior, generamos una utilidad de operación de Ps\$42.0 mdp, 13.4% mayor a la utilidad de operación de Ps\$37.0 mdp del mismo periodo del año anterior.

Relación con Inversionistas

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



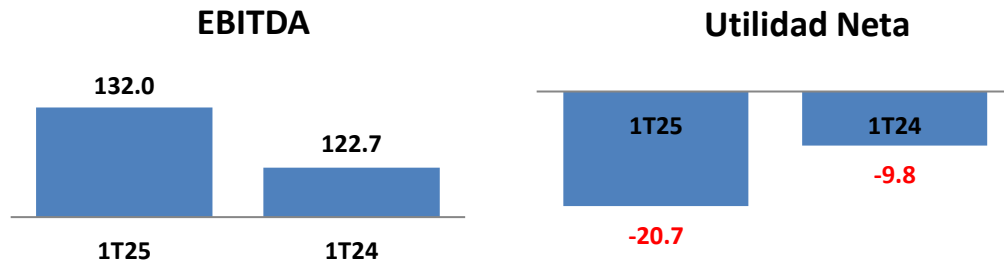
Relaciones Públicas

Maria Cisneros Mtz.
(55) 5263 6900
maria.cisneros@cmr.mx

El EBITDA ascendió a Ps\$132.0 mdp respecto de los Ps\$122.7 mdp del primer trimestre del año anterior, presentando un decremento de 7.6%.

La pérdida neta se ubicó en -Ps\$20.7 mdp, presentando un incremento contra la pérdida neta de -Ps\$9.8 mdp, 112.1% mayor comparados contra el mismo trimestre del año anterior.

(en millones de pesos)



Unidades

Durante el primer trimestre de 2025 hubo un cierre y dos aperturas de tiendas propias de las divisiones Chili's y Sushiiitto.

Divisiones	4T24	Apertura	Cierre	1T25
	56	1	-	57
	18	-	1	17
	7	-	-	7
	3	-	-	3
	14	-	-	14
	2	-	-	2
	35	1	-	36
Propias	135	-	-	136
Franquicias Nacionales	91	2	-	93
Franquicias Internacionales	17	-	-	17
Total Franquicias	108	2	-	110
Totales	243	2	-	246

Relación con Inversionistas

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



Relaciones Públicas

Maria Cisneros Mtz.
(55) 5263 6900
maria.cisneros@cmr.mx

Situación financiera, liquidez y recursos de capital

Pasivo con costo

Al cierre de marzo de 2025, el pasivo con costo fue de Ps\$1,300.0 mdp, monto 0.6% menor a los Ps\$1,308.2 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 91.8% de la deuda con costo total.

(en millones de pesos)

Pasivos con costo

Tipo de crédito	mar-25	Part. %	dic-24	Part. %	Var. %
Total deuda con costo	\$ 1,300.0	100.0%	\$ 1,308.2	100.0%	(0.6%)

Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps\$39.5 mdp. Este monto fue destinado a mantenimiento, reemplazo de equipos y remodelaciones.

Flujo de Efectivo

Flujo de efectivo al 31 de marzo de 2025 y 2024

(\$ en millones de pesos)

	2025	2024
Utilidad o pérdida neta	(20.7)	(9.8)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	75.6	85.9
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(32.9)	4.8
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(84.4)	(81.1)
Incremento (Disminución) de efectivo y equivalentes de efectivo	(41.7)	9.6
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	124.1	91.8
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	82.3	101.4

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\$653.3 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps\$642.1 mdp.
- Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps\$48.4 mdp y los intereses por Ps\$16.5 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\$104.9 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 2025, la deuda total de CMR se ubicó en Ps\$1,300.0 mdp.

Indicadores financieros	1T25	1T24
EBITDA / Intereses pagados	2.3x	3.3x
Deuda neta / EBITDA (12M)	2.1x	1.9x
Pasivo total / Capital contable	6.3x	6.3x
Activo circulante / Pasivo circulante	0.6x	0.6x
Prueba ácida	0.4x	0.4x

Indicadores bursátiles	1T25	1T24
P / VL	1.4x	2.5x
EV / EBITDA (12M)	3.2x	3.7x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	0.8	0.8
Utilidad por acción (Ps\$)	(0.04)	(0.02)
Precio por acción al cierre (Ps\$)*	1.15	2.09
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.

Relación con Inversionistas

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



Relaciones Públicas

Maria Cisneros Mtz.
(55) 5263 6900
maria.cisneros@cmr.mx

Programa de recompra de acciones

Al 31 de marzo de 2025, 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.

Estado de resultados trimestral 1T25 Y 1T24

(Miles de pesos)	1T25	Margen%	1T24	Margen%
Ventas netas	902,126	100.0%	849,924	100.0%
Costo de ventas	401,366	44.5%	382,037	44.9%
Utilidad (Pérdida) bruta	500,760	55.5%	467,887	55.1%
SG&A	458,852	50.9%	433,718	51.0%
Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto	41,908	4.6%	34,169	4.0%
Otros ingresos y (gastos), neto	76	0.0%	2,848	0.3%
Utilidad (Pérdida) de operación	41,984	4.7%	37,017	4.4%
Resultado integral de financiamiento, neto	(58,123)	(6.4%)	(41,419)	(4.9%)
Intereses pagados	(63,502)	(7.0%)	(58,151)	(6.8%)
Intereses ganados	6,600	0.7%	16,922	2.0%
Ganancia / pérdida cambiaria	(1,221)	(0.1%)	(190)	(0.0%)
Otros gastos financieros	-	0.0%	-	0.0%
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	(16,139)	(1.8%)	(4,402)	(0.5%)
Impuestos a la utilidad	4,555	0.5%	5,353	0.6%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(20,694)	(2.3%)	(9,755)	(1.1%)
Participación minoritaria	-	-	-	-
Resultado neto mayoritario	(20,694)	(2.3%)	(9,755)	(1.1%)
Depreciación & amortización	86,473	9.6%	81,737	9.6%
EBITDA	132,021	14.6%	122,682	14.4%

Relación con Inversionistas

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



Relaciones Públicas

Maria Cisneros Mtz.
(55) 5263 6900
maria.cisneros@cmr.mx

Balance General al 31 de marzo de 2025 y al 31 de diciembre de 2024		
(Miles de pesos)	MAR-25	DIC-24
ACTIVO		
Efectivo y equivalentes de efectivo	82,330	124,071
Cuentas por cobrar	244,815	317,610
Inventarios	143,798	145,674
Instrumentos Financieros	26,992	26,992
Pagos anticipados	79,787	28,091
Activo circulante	577,722	642,438
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	706,133	749,106
Activo por derecho de uso	653,333	648,201
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	759,978	763,273
Instrumentos Financieros	37,715	36,615
Impuestos diferidos	469,664	491,262
TOTAL ACTIVO	3,236,665	3,363,015
PASIVO		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	83,597	144,019
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	221,118	221,118
Instrumentos financieros	-	-
Cuentas por pagar a proveedores	582,285	547,087
Acreedores Diversos	-	-
Impuestos y gastos acumulados	134,351	222,319
Anticipos de clientes	4,662	5,110
Pasivo circulante	1,026,013	1,139,653
Pasivo a largo plazo	1,216,378	1,164,145
Acreedores diversos a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	421,013	426,809
Beneficios a empleados	132,165	160,976
Impuestos a la utilidad diferidos	-	9,642
TOTAL PASIVO	2,795,569	2,901,225
CAPITAL CONTABLE	441,096	461,790
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	3,236,665	3,363,015

Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 136 restaurantes propios y 110 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



Relaciones Públicas

Maria Cisneros Mtz.
(55) 5263 6900
maria.cisneros@cmr.mx