



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

**Resultados 4° Trimestre
Dictaminado
2025**

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



Relaciones Públicas
María 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 Cuarto Trimestre de 2025	4
Información a revelar sobre los objetivos de la gerencia y sus estrategias para alcanzar esos objetivos.....	4
Estrategia	5
Estandarización	5
Mercadotecnia	5
Financiamiento	6
Información a revelar sobre los recursos, riesgos y relaciones más significativos de la entidad	6
Nuestros principales recursos se basan en	6
Nuestros riesgos	7
Relaciones más significativas de la entidad	7
Resultados de las operaciones y perspectivas.....	8
Análisis de resultados correspondientes al cuarto trimestre de 2025	8
Análisis de resultados correspondientes al acumulado a diciembre 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	15

Ciudad de México, a 30 de abril de 2026. 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 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

Al cierre de año y del cuarto trimestre, el cierre temporal de tiendas en los Aeropuertos de la Ciudad de México y Guadalajara, derivado de procesos de remodelación, generó una afectación relevante en los ingresos y flujo de clientes lo cual se reflejó en la rentabilidad (EBITDA). En consecuencia, los resultados se situaron por debajo de los objetivos establecidos para el año y de las cifras registradas en el año anterior, lo que implicó una contracción respecto al crecimiento esperado. Las ventas del último trimestre del año cerraron por arriba 8.4% con respecto del mismo trimestre del año anterior y se ubicó en Ps\$987.4 mdp de. Las ventas a mismas tiendas crecieron 3.5% con respecto del mismo trimestre de año anterior y 6.7% de crecimiento a total año contra año anterior. El EBITDA total del año representó el 21.8% de nuestros ingresos con un crecimiento del 8.0% contra el EBITDA total del año anterior.

A continuación, se presentan las campañas de marketing del cuarto 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

Sushiitto lanzó el programa "Rollo o Truco", inspirado en temas de Halloween, que se implementó en más de 125 restaurantes, resultando en la venta de más de 85,000 platillos y atrayendo a un público más joven. ¡Asimismo, la campaña "Wao! Sushiitto" ofreció una propuesta especial navideña con nuevos platillos y una bebida exclusiva, logrando captar la atención de más de 1,200 clientes. Por su parte, Olive Garden lanzó la campaña "Molto Speciale", combinando sus platillos clásicos con innovaciones, lo que le permitió alcanzar un 8% de participación en ventas. Por otro lado, la marca Wings presentó la campaña "Arma tu corte navideño", la cual permitió que más de 6,500 viajeros personalizaran su platillo al elegir su corte, salsa y guarniciones favoritas.

2. Comunicación

Chili's, por segundo año consecutivo, lanzó su campaña "Estadio Monday Wings", ofreciendo boneless o alitas a solo \$99 los lunes, lo que atrajo a alrededor de 143 mil clientes que disfrutaron de la buena comida y del deporte. También ejecutó la campaña "FAVS", con sus platillos icónicos, impactando a 43,200 clientes y alcanzando un 3.3% en participación de ventas. Olive Garden, en su iniciativa "Momentos hechos para Celebrar", proporcionó paquetes completos para celebrar las festividades navideñas en el restaurante, logrando impactar a más de 7 mil clientes.

3. Valor

Estas campañas reflejan nuestro compromiso de ofrecer valor a través de promociones accesibles y experiencias personalizadas. Las ofertas de Chili's en alitas y boneless, la innovación de Olive Garden, junto con los paquetes grupales de Sushiitto para entregas, demuestran nuestra intención de aumentar la frecuencia de visitas de los clientes y hacer que sus experiencias en los restaurantes sean memorables. Estas estrategias buscan tanto atraer nuevos clientes como consolidar la lealtad de aquellos que ya nos prefieren.

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

Novafoods CMR

Durante el 4T25 Novalimentos incrementó la venta en la mayoría de sus canales respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un crecimiento de 8.8%. El EBITDA resulta en 7.7% como resultado del ejercicio 4T25. Continuamos enfocados en fortalecer nuestras estrategias Comerciales y de Producción que se llevaron en desarrollo en 2025 y seguirán para 2026 como parte del Plan Maestro de Crecimiento.

Fundación CMR y ESG

En el ámbito de la sostenibilidad, hemos consolidado un programa de eficiencia energética que ha permitido reducir el consumo en un 22% respecto a la línea base, evidenciando un sólido rendimiento en este ámbito. Adicionalmente, la Fundación ha recaudado Ps\$4.0 mdp mediante diversas actividades, subrayando así nuestro compromiso con la comunidad y el apoyo a causas locales

La recta final del ejercicio mostró señales positivas, aun en un entorno retador y ante factores externos que inciden directamente en nuestra operación. De cara a 2026, mantenemos una perspectiva favorable, con plena conciencia de los desafíos que pudieran presentarse. Continuaremos enfocados en fortalecer nuestras estrategias comerciales y operativas, la disciplina financiera y el cumplimiento de nuestros objetivos. El compromiso con nuestros clientes y la solidez de nuestro equipo seguirán siendo el eje de nuestras decisiones, con la finalidad de consolidar la recuperación y retomar un crecimiento sostenido.

Declaró Joaquín Vargas Mier y Terán, presidente ejecutivo de CMR.

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

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 132 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.

Relación con Inversionistas

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

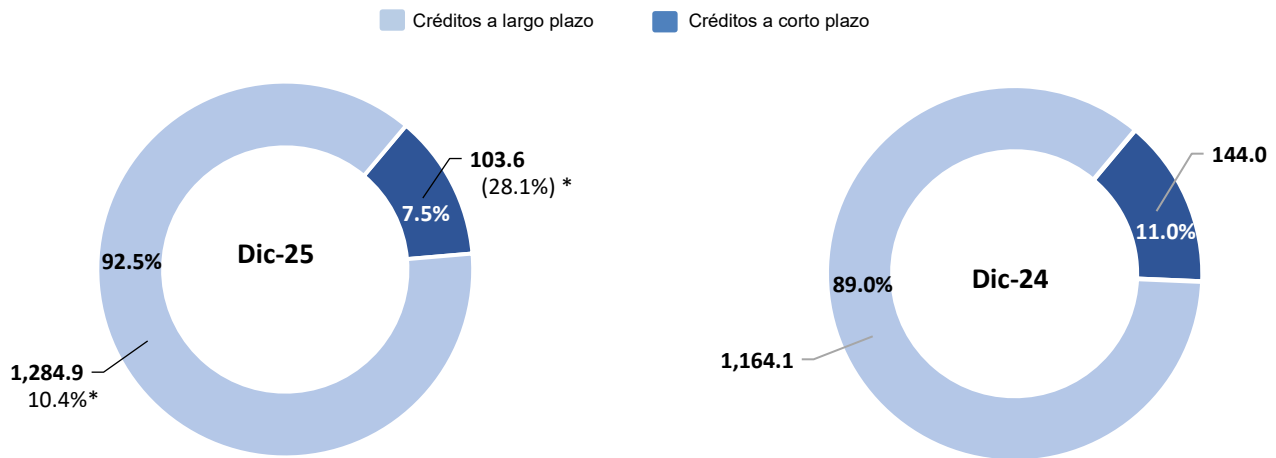


Relaciones Públicas

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

Financiamiento:

Al cierre del cuarto trimestre de 2025, el pasivo con costo por créditos bancarios fue de Ps\$1,388.4 mdp, monto 6.1% mayor a los Ps\$1,308.2 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 92.5% de la deuda con costo total.



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

Pasivos con costo					
Tipo de crédito	dic-25	Part. %	dic-24	Part. %	Var. %
Total, deuda con costo	\$ 1,388.4	100.0%	\$ 1,308.2	100.0%	6.1%

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

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

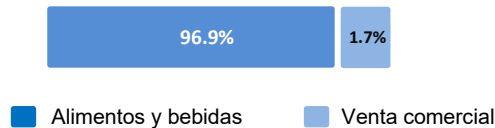
Maria Cisneros Mtz.
 (55) 5263 6900
maria.cisneros@cmr.mx

Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al cuarto trimestre de 2025

(\$ en millones de pesos)	Cifras relevantes al 4T25 y 4T24				Cr. %
	4T25		4T24		
	\$	Margen%	\$	Margen%	
Ventas netas	987.4	100.0%	910.7	100.0%	8.4%
Utilidad (Pérdida) bruta	569.0	57.6%	528.8	58.1%	7.6%
Utilidad (Pérdida) de operación	92.0	9.3%	136.0	14.9%	(32.4%)
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	30.5	3.1%	57.8	6.3%	(47.3%)
EBITDA	237.7	24.1%	204.7	22.5%	16.1%

Durante el cuarto trimestre del año, las ventas netas registraron un incremento de 8.4% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$987.4 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 96.9% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 1.7%. El resto de los ingresos se generaron por concepto de venta de otros, servicios de franquicias y arrendamiento.



El costo de ventas fue de Ps\$418.4 mdp, 9.6% mayor en términos absolutos. El margen de costo de ventas alcanzó un 42.4%, mayor en 44 bps comparado con el mismo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 7.6% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$528.8 mdp a Ps\$569.0 mdp.

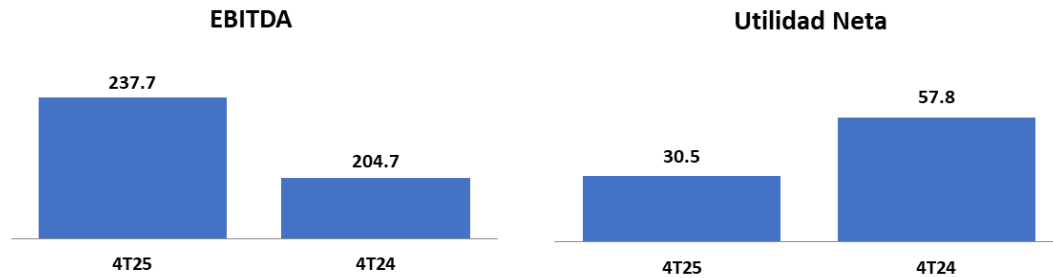
Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$515.9 mdp, presentando un incremento de 1.3% respecto al mismo periodo del año anterior, presentamos un decremento en el margen por 367 bps, pasando de 55.9% a 52.3%.

Por lo anterior, generamos una utilidad de operación de Ps\$92.0 mdp, 32.4% menor a la utilidad de operación de Ps\$136.0 mdp del mismo periodo del año anterior.

El EBITDA ascendió a Ps\$237.7 mdp respecto de los Ps\$204.7 mdp del cuarto trimestre del año anterior, presentando un incremento de 16.1%.

La utilidad neta se ubicó en Ps\$30.5 mdp, presentando un decremento contra la utilidad neta de Ps\$57.8 mdp, 47.3% menor comparados contra el mismo trimestre del año anterior.

(en millones de pesos)



Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al acumulado a diciembre de 2025

Cifras relevantes acumulado a diciembre 2025 y 2024

(\$ en millones de pesos)

	Acum Dic 25		Acum Dic 24		Cr. %
	\$	Margen%	\$	Margen%	
Ventas netas	3,840.7	100.0%	3,589.5	100.0%	7.0%
Utilidad (Pérdida) bruta	2,173.8	56.6%	2,028.9	56.5%	7.1%
Utilidad (Pérdida) de operación	276.3	7.2%	295.6	8.2%	(6.5%)
(Pérdida) Utilidad neta consolidada	(9.7)	-0.3%	67.2	1.9%	(114.4%)
EBITDA	837.5	21.8%	775.6	21.6%	8.0%

Durante el periodo acumulado a diciembre 2025, las ventas netas registraron un incremento de 7.0% respecto al año anterior, alcanzando un monto de Ps\$3,840.7 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 82.9% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 14.9% de los ingresos. El resto de los ingresos se generaron por concepto de servicios de franquicias, arrendamiento y otros.

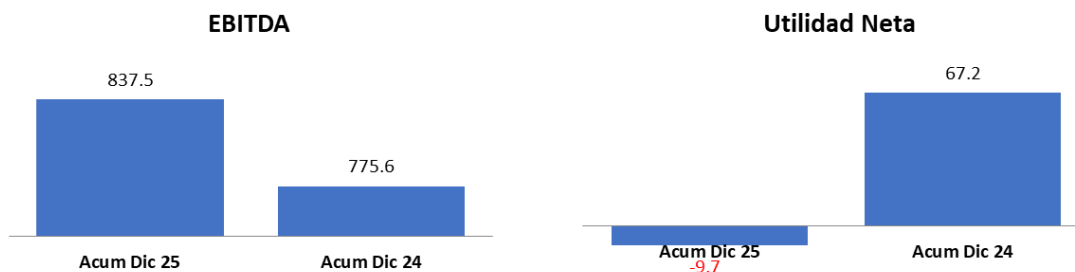
El costo de ventas fue de Ps\$1,666.8 mdp, 6.8% mayor en términos absolutos. El margen en costo de ventas alcanzó un 43.4%, menor en 8 bps comparado con el mismo periodo del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 7.1% respecto al año anterior, pasando de Ps\$2,173.8 mdp a Ps\$2,028.9 mdp.

Los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$1,935.1 mdp, presentando un incremento de 4.5% respecto al año anterior. Presentamos un decremento en el margen por 122 bps, pasando de 51.6% a 50.4%.

Al cierre de diciembre, generamos una utilidad de operación de Ps\$276.3 mdp, 6.5% menor a la utilidad de operación de Ps\$295.6 mdp del mismo periodo del año anterior, presentando un decremento en el margen de 104 bps, pasando de 8.2% a 7.2%.

El EBITDA aumentó a Ps\$837.5 mdp respecto de los Ps\$775.6 mdp del año anterior, presentando un incremento de 8.0%.

La pérdida neta se ubicó en -Ps\$9.7 mdp, menor a la utilidad de Ps\$67.2 mdp al cierre acumulado de diciembre de 2024.



Unidades

Durante el cuarto trimestre de 2025 hubo cuatro cierres de tiendas pertenecientes al segmento Franquicias Nacionales Sushiiito.

Divisiones	3T25	Apertura	Cierre	4T25
	57	-	-	57
	18	-	-	18
	8	-	-	8
	2	-	-	2
	13	-	-	13
	1	-	-	1
	33	-	-	33
	132	-	-	132
Franquicias Nacionales	92	-	4	88
Franquicias Internacionales	17	-	-	17
Total, Franquicias	109	-	-	105
Totales	241	-	4	237

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 reconocimiento del activo por derecho de uso es por Ps\$989.2 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps\$1,025.0 mdp.
- Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps\$379.1 mdp y los intereses por Ps\$112.4 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\$342.9 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 cuarto trimestre de 2025, la deuda total de CMR se ubicó en Ps\$1,388.4 mdp.

Indicadores financieros	4T25	4T24
EBITDA / Intereses pagados	2.9x	2.7x
Deuda neta / EBITDA (12M)	1.6x	1.9x
Pasivo total / Capital contable	8.4x	6.3x
Activo circulante / Pasivo circulante	0.6x	0.6x
Prueba ácida	0.4x	0.4x

Indicadores bursátiles	4T25	4T24
P / VL	2.2x	1.8x
EV / EBITDA (12M)	2.6x	3.2x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	0.7	0.9
(Pérdida) Utilidad por acción (Ps\$)	(0.02)	0.13
Precio por acción al cierre (Ps\$) *	1.60	1.51
Acciones en circulación (millones)**	537.6	537.6

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 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 4T25 Y 4T24

(Miles de pesos)	4T25	Margen%	4T24	Margen%
Ventas netas	987,419	100.0%	910,684	100.0%
Costo de ventas	418,413	42.4%	381,875	41.9%
Utilidad (Pérdida) bruta	569,006	57.6%	528,809	58.1%
SG&A	515,966	52.3%	509,324	55.9%
Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto	53,040	5.4%	19,485	2.1%
Otros ingresos y (gastos), neto	38,925	3.9%	116,511	12.8%
Utilidad (Pérdida) de operación	91,965	9.3%	135,996	14.9%
Resultado integral de financiamiento, neto	(64,587)	(6.5%)	(89,876)	(9.9%)
Intereses pagados	(61,258)	(6.2%)	(49,408)	(5.4%)
Intereses ganados	1,251	0.1%	(35,749)	(3.9%)
Ganancia / pérdida cambiaria	(3,598)	(0.4%)	(5,193)	(0.6%)
Otros gastos financieros	(982)	(0.1%)	474	0.1%
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	27,378	2.8%	46,120	5.1%
Impuestos a la utilidad	(3,102)	(0.3%)	(11,699)	(1.3%)
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	30,480	3.1%	57,819	6.3%
Participación minoritaria	-		-	
Resultado neto mayoritario	30,480	3.1%	57,819	6.3%
Depreciación & amortización	132,901	13.5%	191,357	21.0%
EBITDA	237,713	24.1%	204,701	22.5%

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

Estado de resultados acumulado a diciembre 2025 y 2024

(Miles de pesos)

	4T25 Acumulado	Margen%	4T24 Acumulado	Margen%
Ventas netas	3,840,697	100.0%	3,589,527	100.0%
Costo de ventas	1,666,882	43.4%	1,560,590	43.5%
Utilidad (Pérdida) bruta	2,173,815	56.6%	2,028,937	56.5%
SG&A	1,935,133	50.4%	1,852,247	51.6%
Utilidad (Pérdida) antes de otros ingresos y gastos, neto	238,682	6.2%	176,690	4.9%
Otros ingresos y (gastos), neto	37,624	1.0%	118,919	3.3%
Utilidad (Pérdida) de operación	276,306	7.2%	295,609	8.2%
Resultado integral de financiamiento, neto	(269,124)	(7.0%)	(228,768)	(6.4%)
Intereses pagados	(288,314)	(7.5%)	(233,253)	(6.5%)
Intereses ganados	15,122	0.4%	8,647	0.2%
Ganancia / pérdida cambiaria	(4,223)	(0.1%)	(5,205)	(0.1%)
Otros gastos financieros	8,291	0.2%	1,043	0.0%
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	7,182	0.2%	66,841	1.9%
Impuestos a la utilidad	16,887	0.4%	(365)	(0.0%)
Utilidad (Pérdida) antes de operaciones discontinuadas	(9,705)	(0.3%)	67,206	1.9%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(9,705)	(0.3%)	67,206	1.9%
Participación minoritaria	-		-	
Resultado neto mayoritario	(9,705)	(0.3%)	67,206	1.9%
Depreciación & amortización	526,207	13.7%	437,184	12.2%
EBITDA	837,493	21.8%	775,640	21.6%

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 diciembre de 2025 y al 31 de diciembre de 2024

(Miles de pesos)	DIC-25	DIC-24
ACTIVO		
Efectivo y equivalentes de efectivo	81,448	124,071
Cuentas por cobrar	416,006	317,610
Inventarios	161,221	145,674
Instrumentos Financieros	-	26,992
Pagos anticipados	23,637	28,091
Activo circulante	682,312	642,438
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	705,880	749,106
Activo por derecho de uso	989,226	648,201
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	764,775	763,273
Instrumentos Financieros	-	36,615
Impuestos diferidos	541,395	491,262
TOTAL ACTIVO	3,715,708	3,363,015
PASIVO		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	103,550	144,019
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	343,478	221,118
Instrumentos financieros	1,796	-
Cuentas por pagar a proveedores	499,245	547,087
Acreedores Diversos	-	-
Impuestos y gastos acumulados	253,472	222,319
Anticipos de clientes	3,087	5,110
Pasivo circulante	1,204,628	1,139,653
Pasivo a largo plazo	1,284,860	1,164,145
Acreedores diversos a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	681,593	426,809
Beneficios a empleados	127,807	160,976
Impuestos a la utilidad diferidos	20,783	9,642
TOTAL PASIVO	3,319,671	2,901,225
CAPITAL CONTABLE	396,037	461,790
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	3,715,708	3,363,015

Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 132 restaurantes propios y 105 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.