



CMR, S.A.B. de C.V.
Resultados 1° Trimestre
2026

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 Primer Trimestre de 2026	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 2026	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 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 Primer Trimestre de 2026, 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

En el último mes del año 2025, se llevó a cabo la reapertura de la tienda Wings Chihuahua, tras un proceso de remodelación alineado con el nuevo concepto de la marca insignia de la Compañía. Este proyecto marcó el inicio de un plan estratégico que contempla la renovación de diversas tiendas a lo largo de 2026 con el objetivo de fortalecer y consolidar la identidad de la marca, al cierre del primer trimestre son ya tres tiendas Wings que operan bajo esta nueva imagen.

El primer trimestre del año fue positivo para CMR, los ingresos del trimestre a mismas tiendas crecieron 5.8% contra el mismo periodo del año anterior. El total de ingresos cerró en Ps\$920.3 mdp que representa un 2.0% de crecimiento contra el mismo periodo del año anterior. El EBITDA del trimestre representó el 18.0% de nuestros ingresos y se consolida en Ps\$165.6 mdp con un crecimiento de 25.4% comparado con el mismo trimestre del año anterior.

A continuación, se presentan las estrategias de marketing implementadas durante el primer trimestre de 2026, alineadas con nuestros objetivos comerciales y de crecimiento. Estas iniciativas destacan nuestro compromiso con la innovación, la comunicación efectiva y la creación de valor para nuestros clientes.

1. Innovación

Chili's continuó con su campaña "3 para mí" enfocada en seguir afiliando clientes a la marca a través de su oferta de comidas completas desde \$169 pesos, todo el día y todos los días. Durante este trimestre, la iniciativa considero innovación en producto y se respaldó con un agresivo plan de medios, alcanzando a más de 105 mil invitados y logrando una participación en ventas del 7%. Además, lanzó la campaña "Margs", que comenzó el 16 de febrero, donde introdujo innovación en sabores y tamaños en su ya icónica bebida "Margarita", así como mejoras en sus ingredientes, lo cual permitió impactar a más de 56 mil clientes.

2. Comunicación

Olive Garden también continuó con su campaña "Menú Infinito", ofreciendo comidas completas con sopa o ensalada ilimitada, plato fuerte, panolis ilimitados y bebida de refill desde \$169. La campaña, que incluyó nuevos platillos, logró impactar a más de 50 mil clientes y alcanzó un 12% en participación de ventas. Wings, por su parte, presentó por segundo año consecutivo la campaña "Saludables", enfocándose en esta tendencia de consumo con platillos y bebidas orientados al desayuno y comida, alcanzando un 4.5% en participación de ventas.

3. Valor

Estas campañas reflejan nuestro compromiso con promociones accesibles y experiencias personalizadas, con el objetivo de atraer nuevos clientes y aumentar la frecuencia de visitas de quienes ya nos prefieren.

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

Fundación CMR y 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.

Nova Foods CMR

Novalimentos incrementó su venta Ps\$19.2 millones respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un crecimiento de 6.2%. El EBITDA creció un 7.1% respecto al mismo periodo del año anterior, incrementando Ps\$1.8 millones. Continuamos enfocados en el fortalecimiento de las estrategias Comerciales y de Producción que implementaron en 2025, y seguirán para 2026 como parte del Plan Maestro de Crecimiento en Novalimentos.

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.

Relación con Inversionistas

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

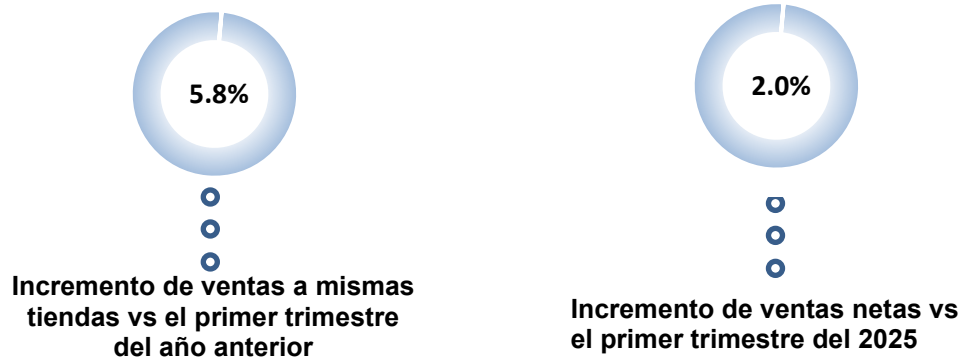


Relaciones Públicas

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

CMR, S.A.B. de C.V. anuncia resultados del Primer Trimestre de 2026

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.

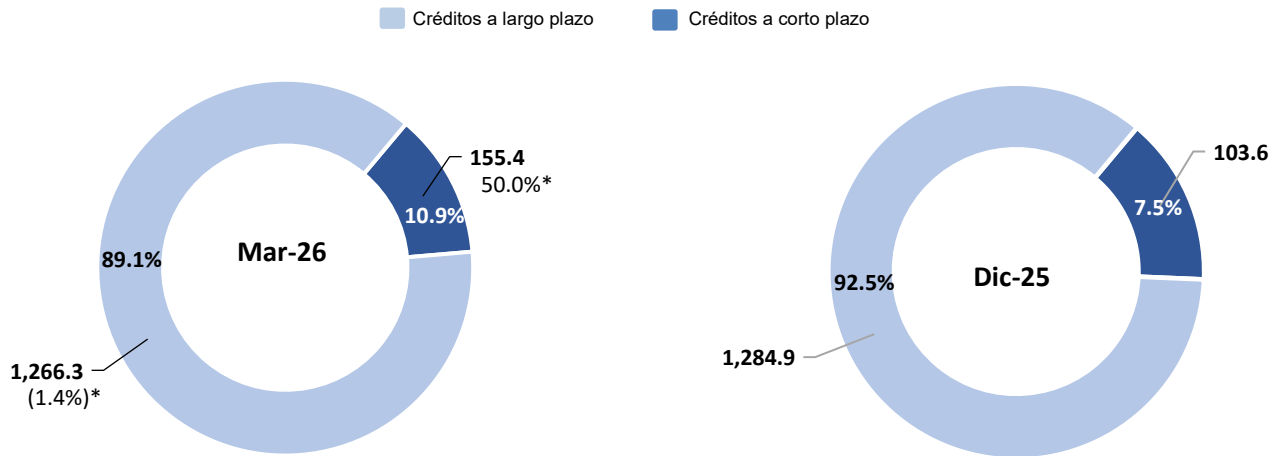
Mercadotecnia:

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

Financiamiento:

Al cierre del primer trimestre de 2026, el pasivo con costo por créditos bancarios fue de Ps\$1,421.7 mdp, monto 2.4% mayor a los Ps\$1,388.4 mdp del cuarto trimestre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 89.1% 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-26	Part. %	dic-25	Part. %	Var. %
Total deuda con costo	\$ 1,421.7	100.0%	\$ 1,388.4	100.0%	2.4%

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

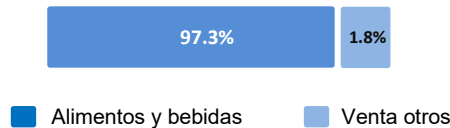
Maria Cisneros Mtz.
(55) 5263 6900
maria.cisneros@cmr.mx

Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al primer trimestre de 2026

(\$ en millones de pesos)	Cifras relevantes al 1T26 y 1T25				Cr. %
	1T26		1T25		
	\$	Margen%	\$	Margen%	
Ventas netas	920.3	100.0%	902.1	100.0%	2.0%
Utilidad (Pérdida) bruta	515.1	56.0%	500.8	55.5%	2.9%
Utilidad (Pérdida) de operación	27.7	3.0%	42.0	4.7%	(33.9%)
(Pérdida) Utilidad neta consolidada	(42.0)	(4.6%)	(20.7)	(2.3%)	(103.0%)
EBITDA	165.6	18.0%	132.0	14.6%	25.4%

Durante el primer trimestre del año, las ventas netas registraron un incremento de 2.0% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$920.3 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 97.1% 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\$405.3 mdp, 0.5% mayor en términos absolutos. El margen de costo de ventas alcanzó un 44.0%, menor en 45 bps comparado con el mismo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 2.9% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$500.8 mdp a Ps\$515.1 mdp.

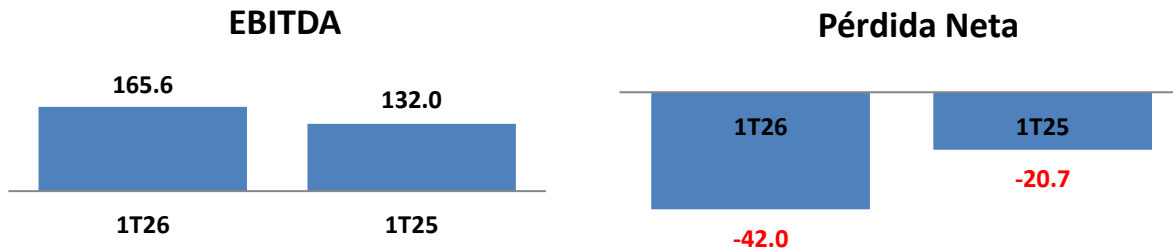
Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$482.6 mdp, presentando un incremento de 5.2% respecto al mismo periodo del año anterior, presentamos un incremento en el margen por 158 bps, pasando de 50.9% a 52.4%.

Por lo anterior, generamos una utilidad de operación de Ps\$27.7 mdp, 33.9% menor a la utilidad de operación de Ps\$42.0 mdp del mismo periodo del año anterior.

El EBITDA ascendió a Ps\$165.6 mdp respecto de los Ps\$132.0 mdp del primer trimestre del año anterior, presentando un incremento de 25.4%.

La pérdida neta se ubicó en -Ps\$42.0 mdp, presentando un incremento contra la pérdida neta de -Ps\$20.7 mdp, 103.0% mayor comparados contra el mismo trimestre del año anterior.

(en millones de pesos)



Unidades

Durante el primer trimestre de 2026 hubo un cierre de tiendas propias de la división Olive Garden y una apertura de tienda de la división Premium.

Divisiones	4T25	Apertura	Cierre	1T26
	57	-	-	57
	18	-	-	18
	8	1	-	9
	2	-	-	2
	13	-	1	12
	1	-	-	1
	33	-	-	33
Propias	132	1	1	132
Franquicias Nacionales	88	1	1	88
Franquicias Internacionales	17	-	-	17
Total Franquicias	105	1	1	105
Totales	237	2	2	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

Situación financiera, liquidez y recursos de capital

Pasivo con costo

Al cierre de marzo de 2026, el pasivo con costo por créditos bancarios fue de Ps\$1,427.7 mdp, monto 2.4% mayor a los Ps\$1,388.4 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 89.1% de la deuda con costo total.

(en millones de pesos)

Pasivos con costo

Tipo de crédito	mar-26	Part. %	dic-25	Part. %	Var. %
Total deuda con costo	\$ 1,427.7	100.0%	\$ 1,388.4	100.0%	2.4%

Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps\$21.8 mdp. Este monto fue destinado a mantenimiento, reemplazo de equipos y remodelaciones.

Flujo de Efectivo

Flujo de efectivo al 31 de marzo de 2026 y 2025

(\$ en millones de pesos)	2026	2025
Utilidad o pérdida neta	(42.0)	20.7
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	70.8	75.6
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(20.4)	(32.9)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(33.0)	(84.4)
Incremento (Disminución) de efectivo y equivalentes de efectivo	17.4	(41.7)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	81.4	124.0
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	98.8	82.3

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.

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 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\$897.0 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps\$929.6 mdp.
- Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps\$90.4 mdp y los intereses por Ps\$28.1 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\$115.7 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 2026, la deuda total de CMR se ubicó en Ps\$1,421.7 mdp.

Indicadores financieros	1T26	1T25
EBITDA / Intereses pagados	3.0x	2.7x
Deuda neta / EBITDA (12M)	1.5x	2.0x
Pasivo total / Capital contable	8.9x	8.9x
Activo circulante / Pasivo circulante	0.5x	0.5x
Prueba ácida	0.4x	0.4x

Indicadores bursátiles	1T26	1T25
P / VL	2.3x	1.6x
EV / EBITDA (12M)	2.5x	3.0x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	0.7	0.7
(Pérdida) Utilidad por acción (Ps\$)	(0.08)	(0.04)
Precio por acción al cierre (Ps\$)*	1.52	1.15
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 marzo de 2026, 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 1T26 Y 1T25

(Miles de pesos)	1T26	Margen%	1T25	Margen%
Ventas netas	920,346	100.0%	902,126	100.0%
Costo de ventas	405,296	44.0%	401,367	44.5%
Utilidad (Pérdida) bruta	515,050	56.0%	500,759	55.5%
SG&A	482,633	52.4%	458,851	50.9%
Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto	32,417	3.5%	41,908	4.6%
Otros ingresos y (gastos), neto	(4,677)	(0.5%)	76	0.0%
Utilidad (Pérdida) de operación	27,740	3.0%	41,984	4.7%
Resultado integral de financiamiento, neto	(65,194)	(7.1%)	(58,123)	(6.4%)
Intereses pagados	(66,364)	(7.2%)	(63,502)	(7.0%)
Intereses ganados	1,499	0.2%	6,600	0.7%
Ganancia / pérdida cambiaria	(329)	(0.0%)	(1,221)	(0.1%)
Otros gastos financieros	-	0.0%	-	0.0%
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	(37,454)	(4.1%)	(16,139)	(1.8%)
Impuestos a la utilidad	4,555	0.5%	4,555	0.5%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(42,009)	(4.6%)	(20,694)	(2.3%)
Participación minoritaria	-		-	
Resultado neto mayoritario	(42,009)	(4.6%)	(20,694)	(2.3%)
Depreciación & amortización	130,100	14.1%	86,473	9.6%
EBITDA	165,595	18.0%	132,021	14.6%

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 marzo de 2026 y al 31 de diciembre de 2025

(Miles de pesos)	MAR-26	DIC-25
ACTIVO		
Efectivo y equivalentes de efectivo	98,815	81,448
Cuentas por cobrar	303,627	416,006
Inventarios	159,363	161,221
Instrumentos Financieros	-	-
Pagos anticipados	53,488	23,637
Activo circulante	615,293	682,312
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	662,249	705,880
Activo por derecho de uso	897,092	989,226
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	773,660	764,775
Instrumentos Financieros	-	-
Impuestos diferidos	508,917	541,395
TOTAL ACTIVO	3,489,331	3,715,708
PASIVO		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	155,363	103,550
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	343,478	343,478
Instrumentos financieros	1,796	1,796
Cuentas por pagar a proveedores	538,852	499,245
Acreedores Diversos	-	-
Impuestos y gastos acumulados	85,367	253,472
Anticipos de clientes	2,834	3,087
Pasivo circulante	1,127,690	1,204,628
Pasivo a largo plazo	1,266,341	1,284,860
Acreedores diversos a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	586,122	681,593
Beneficios a empleados	134,366	127,807
Impuestos a la utilidad diferidos	20,783	20,783
TOTAL PASIVO	3,135,302	3,319,671
CAPITAL CONTABLE	354,029	396,037
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	3,489,331	3,715,708

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.