



# CMR, S.A.B. de C.V. Resultados 2° 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 Segundo 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 .....	7
<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 .....	8
Relaciones más significativas de la entidad .....	8
<b>Resultados de las operaciones y perspectivas.....</b>	<b>9</b>
Análisis de resultados correspondientes al segundo trimestre de 2024.....	9
<b>Resultados de las operaciones y perspectivas.....</b>	<b>10</b>
Análisis de resultados correspondientes al acumulado junio de 2024 .....	10
Unidades .....	11
<b>Situación financiera, liquidez y recursos de capital .....</b>	<b>12</b>
Pasivo con costo .....	12
Inversiones .....	12
Flujo de Efectivo.....	12
Reconocimiento inicial IFRS 16 “Arrendamientos” .....	13
<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>13</b>
Programa de recompra de acciones .....	14
Analista independiente .....	14
Declaraciones sobre expectativas .....	14
<b>Acerca de CMR .....</b>	<b>16</b>

Ciudad de México, a 26 de Julio 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 Segundo 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).

### 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)

## Comentarios de la Gerencia

En este segundo trimestre del año, comenzó la estrategia de cambio para la compañía, fruto de este cambio fue la apertura de la tienda Sushiitto Parque Aztlán ubicada dentro del parque que lleva el mismo nombre. De igual forma comenzó a operar ya remodelada la tienda Sushiitto Forum Buenavista.

Los ingresos del trimestre a mismas tiendas crecieron 1.3% contra el mismo periodo del año anterior. Aun cuando el cierre temporal de tiendas (aeropuerto Guadalajara y Acapulco) continua, el trimestre cerró en Ps\$925.9 mdp de ingresos que es un 2.5% de crecimiento contra el mismo trimestre del año anterior. El EBITDA del trimestre representó el 17.3% de nuestros ingresos y se consolida en Ps\$160.5 mdp.

El resto del año continuaremos impulsando el crecimiento de clientes, bajo una estrategia definida en cuatro pilares, siempre poniendo al consumidor en el centro de todas las decisiones:

### 1. Innovación

Durante este año marcó el inicio de una nueva era para Sushiitto, un renacimiento que redefine la experiencia del sushi. Como mencionado previamente, durante el mes de junio Sushiitto presentó su nueva sucursal en Parque Aztlán y la remodelación de Sushiitto Fórum Buenavista, de esta forma la marca da continuidad a su plan de remodelaciones y aperturas proyectadas durante el año. El restaurante de Parque Aztlán ha atendido a más de 1,700 clientes en sus primeras semanas de operación y la remodelación de Fórum Buenavista ha tenido grandes resultados en atraer nuevos consumidores (+45% clientes nuevos) y ser el restaurante con mejor calificación de satisfacción en la marca. En el caso de Chili's, se lanzaron nuevas hamburguesas diseñadas como propuestas abundantes y de alto valor con buenos resultados, la venta de la categoría creció más de 30% y se venden más de 35 hamburguesas por día por restaurante.

### 2. Comunicación

Las marcas de CMR siguen buscando estar presente en el momento exacto para atender las necesidades del consumidor. Ejemplo de ello fue Wings, marca que generó una fuerte presencia en medios digitales dentro del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, buscando satisfacer las diferentes necesidades al momento de viajar con diferentes opciones de paquetes atractivos.

### 3. Valor

Sushiitto estuvo de manteles largos y en el marco de su aniversario núm. 36º, decidió sorprender a sus consumidores con una selección de rollos a precios reducidos. Durante la semana del 17 de junio, bajo el lema #MoodSushiitto y en celebración del #DíaDelSushi, Sushiitto ofreció la oportunidad única para disfrutar en sus 121 sucursales (propias y franquicias) a nivel nacional de 6 rollos icónicos a un precio inigualable de \$36mxn por pieza. Sushiitto dominó el día del Sushi con el 90% del total de interacciones de la categoría, generando amplia conversación (22.7M de impresiones en redes sociales).

En el caso de Chili's, se lanzó una nueva plataforma de valor con 6 Margaritas al 2x1, manteniéndose así a la vanguardia en tendencias en cocteles y ofreciendo una opción atractiva en fines de semana. Durante las primeras semanas nuestros clientes han disfrutado más de 28 mil margaritas, mejorando la participación de Bebidas Alcohólicas en la marca.

#### 4. Lealtad

Continuó el crecimiento del Programa de Lealtad “Foody Rewards”, en el cual participan Chili’s, Wings, Olive Garden, Red Lobster y Sushiitto. Se lograron afiliar a más de 18 mil socios en el trimestre. A través de una campaña de reactivación de socios, logramos regresar 1,900 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 56 mil transacciones de Socios Foody, con una venta de Ps\$43.9 mdp, lo cual fue 4% mayor que el mismo periodo del año pasado.

#### Fundación CMR

La recaudación por campañas en restaurantes fue por Ps\$4.1 mdp en nuestra Fundación CMR mismos que son destinados a combatir la desnutrición y anemia infantil. La recaudación en especie fue de Ps\$3.5 mdp.

#### Nova Foods CMR

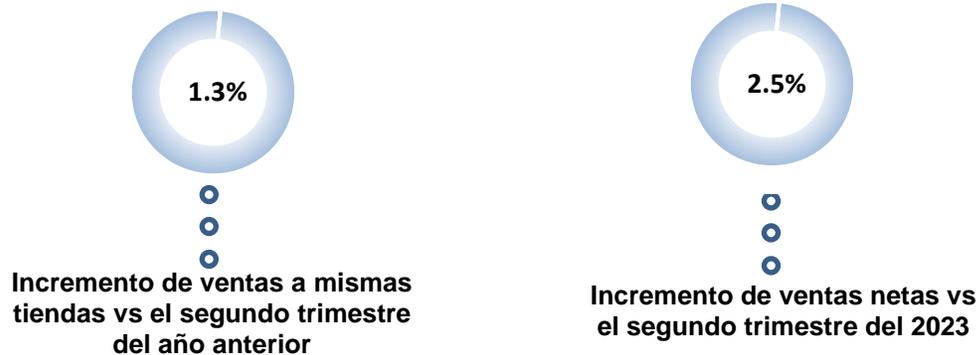
La división de producción y logística de CMR, Novalimentos, creció su venta 11.1% contra el mismo periodo del año anterior. Esto principalmente por nuevos productos de la marca Wao de Sushi itto para el segmento retail, así como productos insignia de clientes líderes del Food Service. Se están orientando en paralelo los recursos necesarios para respaldar el importante crecimiento potencial esperado en 2024 como parte del desarrollo del Plan Maestro de Crecimiento de Novalimentos.

Continúan los trabajos de todos los equipos para el cumplimiento de las estrategias establecidas para este 2024, siempre buscando la mayor satisfacción de comensales y clientes, así como entregar resultados financieros sólidos.

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

## CMR, S.A.B. de C.V. anuncia resultados del Segundo 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 133 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.

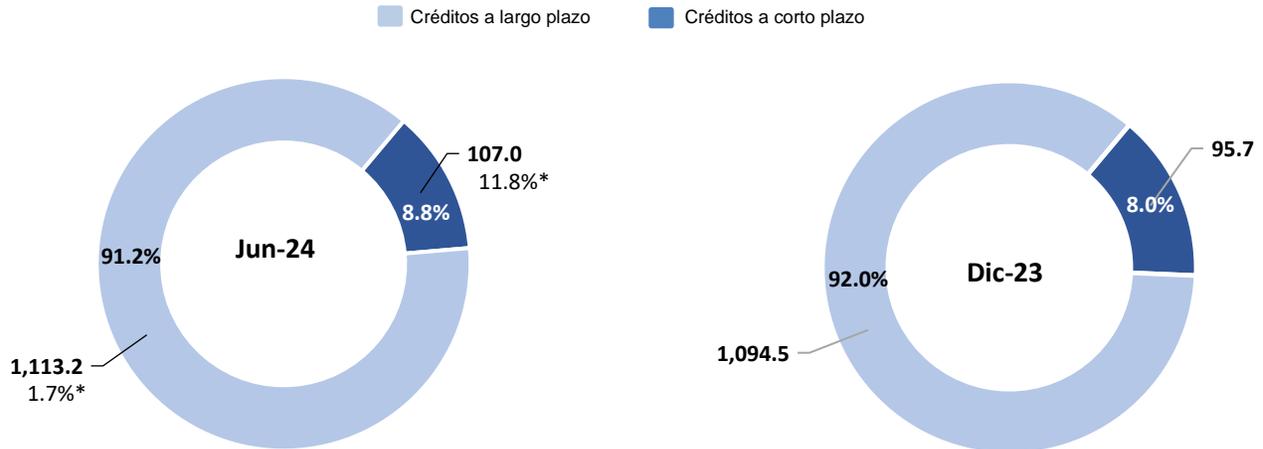
### **Mercadotecnia:**

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 segundo trimestre de 2024, el pasivo con costo fue de Ps\$1,220.2 mdp, monto 2.5% mayor a los Ps\$1,190.2 mdp del cuarto trimestre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 91.2% 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	jun-24	Part. %	dic-23	Part. %	Var. %
Total deuda con costo	\$ 1,220.2	100.0%	\$ 1,190.2	100.0%	2.5%

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



#### Relaciones Públicas

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

**Nuestros riesgos:**

- Volatilidad en el tipo de cambio
- Inestabilidad política y económica
- Incremento en la inflación
- Un porcentaje de compras de insumos a proveedores extranjeros
- Incremento en la oferta de restaurantes enfocados a comida casual pulverizando el mercado
- Mayor tendencia del consumidor a solicitar servicios para llevar y entrega a domicilio
- Disponibilidad de inmuebles a precios competitivos
- Cambios en la legislación fiscal - laboral
- Incremento en la inseguridad para algunas regiones
- Riesgos o efectos causados por pandemias y epidemias

**Relaciones más significativas de la entidad:**

Entidad	Fecha	Acuerdo	Segmento	Marcas	Territorio
	Noviembre 2007	Desarrollo de franquicias en coinversión.	Desarrollo de marca.	Chili's.	Toda la República Mexicana, con excepción de la Ciudad de México, Estado de México, Hidalgo, Puebla, Morelos y Querétaro.
	Agosto 2011	Desarrollo de franquicias.	Casual Dining.	Olive Garden y The Capital Grille.	Nacional.
	2015	Desarrollo de franquicias.	Mariscos, pollo, filetes y pasta.	Red Lobster.	Nacional.

**Relación con Inversionistas**

Javier Miranda Valero  
 (55) 5263 6900 ext. 1016  
[jmiranda@cmr.mx](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 segundo trimestre de 2024

(\$ en millones de pesos)	Cifras relevantes al 2T24 y 2T23				Cr. %
	2T24		2T23		
	\$	Margen%	\$	Margen%	
Ventas netas	925.9	100.0%	903.7	100.0%	2.5%
Utilidad (Pérdida) bruta	526.2	56.8%	499.9	55.3%	5.3%
Utilidad (Pérdida) de operación	68.2	7.4%	86.1	9.5%	(20.7%)
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	18.5	2.0%	32.9	3.6%	(43.7%)
EBITDA	160.5	17.3%	179.2	19.8%	(10.4%)

Durante el segundo trimestre del año, las ventas netas registraron un incremento de 2.5% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$925.9 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 95.1% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 3.0%. El resto de los ingresos se generaron por concepto de venta otros, servicios de franquicias y arrendamiento.



El costo de ventas fue de Ps\$399.8 mdp, 1.0% menor en términos absolutos. El margen de costo de ventas alcanzó un 43.2%, menor en 151 bps comparado con el mismo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 5.3% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$499.9 mdp a Ps\$526.2 mdp.

Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$468.4 mdp, presentando un incremento de 5.3% respecto al mismo periodo del año anterior, presentamos un incremento en el margen por 137 bps, pasando de 49.2% a 50.6%.

Por lo anterior, generamos una utilidad de operación de Ps\$68.2 mdp, 20.7% menor a la utilidad de operación de Ps\$86.0 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)



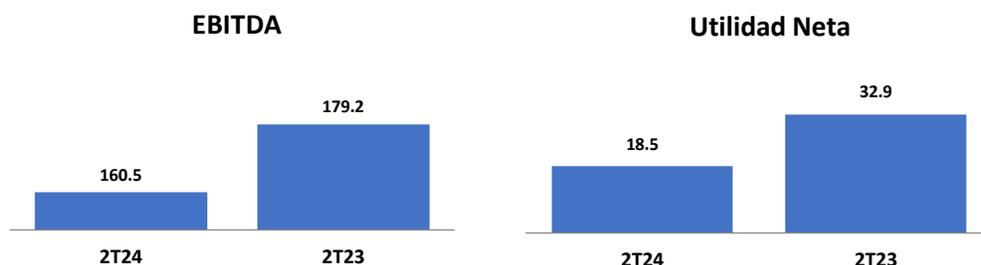
#### Relaciones Públicas

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

El EBITDA ascendió a Ps\$160.5 mdp respecto de los Ps\$179.2 mdp del segundo trimestre del año anterior, presentando un decremento de 10.4%.

La utilidad neta se ubicó en Ps\$18.5 mdp, presentando un decremento contra la utilidad neta de Ps\$32.9 mdp, 43.7% 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 junio de 2024

#### Cifras relevantes acumulado a junio 2024 y 2023

(\$ en millones de pesos)	Acum Jun 24		Acum Jun 23		Cr. %
	\$	Margen%	\$	Margen%	
Ventas netas	1,775.9	100.0%	1,743.9	100.0%	1.8%
Utilidad (Pérdida) bruta	994.1	56.0%	955.3	54.8%	4.1%
Utilidad (Pérdida) de operación	105.3	5.9%	136.5	7.8%	(22.9%)
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	8.8	0.5%	30.9	1.8%	(71.4%)
EBITDA	283.2	15.9%	327.6	18.8%	(13.6%)

Durante el periodo acumulado a junio 2024, las ventas netas registraron un incremento de 1.8% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$1,775.9 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 95.7% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 1.8%. El resto de los ingresos se generaron por concepto de venta otros, servicios de franquicias y arrendamiento.

El costo de ventas fue de Ps\$781.8 mdp, 0.9% menor en términos absolutos. El margen de costo de ventas alcanzó un 44.0%, menor en 120 bps comparado con el acumulado del periodo del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 4.1% respecto al mismo periodo del año anterior, pasando de Ps\$955.3 mdp a Ps\$994.0 mdp.

Al cierre del junio, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$902.1 mdp, presentando un incremento de 6.0% respecto al mismo periodo del año anterior, presentamos un incremento en el margen por 201 bps, pasando de 48.8% a 50.8%.

Por lo anterior, generamos una utilidad de operación de Ps\$105.3 mdp, 22.9% menor a la utilidad de operación de Ps\$136.5 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)



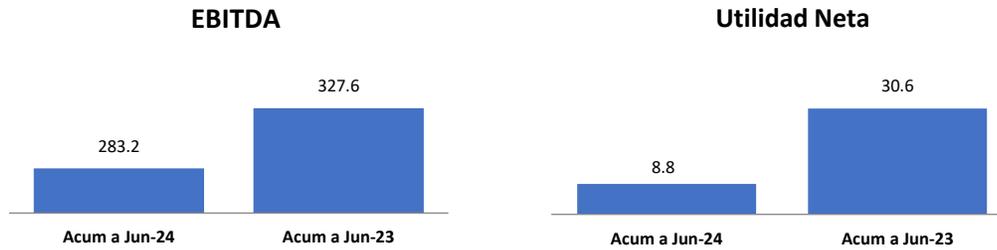
#### Relaciones Públicas

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

El EBITDA ascendió a Ps\$283.2 mdp respecto de los Ps\$327.6 mdp del año anterior, presentando un decremento de 13.6%.

La utilidad neta se ubicó en Ps\$8.8 mdp, presentando un decremento contra la utilidad neta de Ps\$30.6 mdp al cierre de junio de 2023.

(en millones de pesos)



### Unidades

Durante el segundo trimestre de 2024 se dio la apertura de una tienda de la división Sushiitto, también se dio el cierre de cuatro tiendas propias de manera definitiva también permanecieron cerradas de manera temporal las tiendas de la división Sushiitto 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	1T24	Apertura	Cierre	2T24
	55	-	-	55
	20	-	1	19
	7	-	-	7
	3	-	-	3
	14	-	-	14
	3	-	1	2
	34	1	2	33
Propias	136	1	4	133
Franquicias Nacionales	94	2	6	90
Franquicias Internacionales	16	-	-	16
Franquicias Totales	110	2	6	106
Totales	246	3	10	239

### Relación con Inversionistas

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



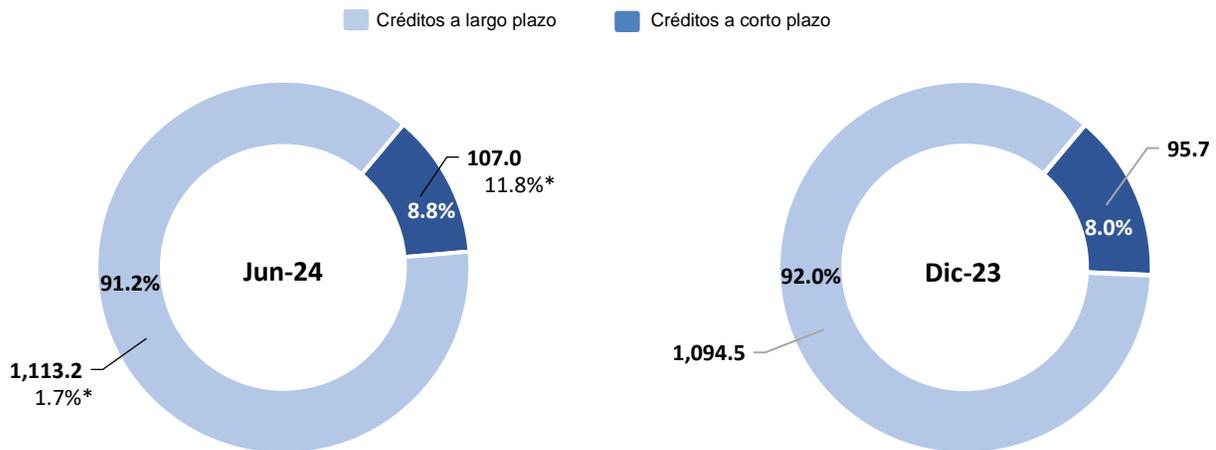
### Relaciones Públicas

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 junio de 2024, el pasivo con costo fue de Ps\$1,220.2 mdp, monto 2.5% mayor a los Ps\$1,190.2 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 91.2% 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	jun-24	Part. %	dic-23	Part. %	Var. %
Total deuda con costo	\$ 1,220.2	100.0%	\$ 1,190.2	100.0%	2.5%

### Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps\$82.6 mdp. Este monto fue destinado a las aperturas, remodelaciones, mantenimiento y reemplazo de equipos.

### Flujo de Efectivo

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

(\$ en millones de pesos)	2024	2023
Utilidad o pérdida neta	8.8	30.6
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	229.6	333.2
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(53.4)	3.3
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(174.8)	(354.3)
Incremento (Disminución) de efectivo y equivalentes de efectivo	1.4	(17.7)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	91.8	181.6
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	93.3	163.9

## 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\$432.2 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps\$441.7 mdp.
- Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps\$85.8 mdp y los intereses por Ps\$28.6 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\$131.1 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 segundo trimestre de 2024, la deuda total de CMR se ubicó en Ps\$1,220.2 mdp.

Indicadores financieros	2T24	2T23
EBITDA / Intereses pagados	2.6x	2.7x
Deuda neta / EBITDA (12M)	1.8x	1.6x
Pasivo total / Capital contable	6.4x	6.9x
Activo circulante / Pasivo circulante	0.6x	0.6x
Prueba ácida	0.5x	0.4x

Indicadores bursátiles	2T24	2T23
P / VL	1.9x	3.5 x
EV / EBITDA (12M)	3.1x	3.7x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	0.7	0.7
Utilidad por acción (Ps\$)	0.02	0.06
Precio por acción al cierre (Ps\$)*	1.40	2.50
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 30 de junio 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 2T24 Y 2T23

(Miles de pesos)

	2T24	Margen%	2T23	Margen%
<b>Ventas netas</b>	<b>925,942</b>	<b>100.0%</b>	<b>903,731</b>	<b>100.0%</b>
Costo de ventas	399,774	43.2%	403,832	44.7%
<b>Utilidad (Pérdida) bruta</b>	<b>526,168</b>	<b>56.8%</b>	<b>499,899</b>	<b>55.3%</b>
SG&A	468,411	50.6%	444,827	49.2%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto</b>	<b>57,757</b>	<b>6.2%</b>	<b>55,072</b>	<b>6.1%</b>
Otros ingresos y (gastos), neto	10,490	1.1%	30,981	3.4%
<b>Utilidad (Pérdida) de operación</b>	<b>68,247</b>	<b>7.4%</b>	<b>86,053</b>	<b>9.5%</b>
Resultado integral de financiamiento, neto	(47,015)	(5.1%)	(48,697)	(5.4%)
Intereses pagados	(57,343)	(6.2%)	(62,604)	(6.9%)
Intereses ganados	12,311	1.3%	14,995	1.7%
Ganancia / pérdida cambiaria	(1,983)	(0.2%)	(1,088)	(0.1%)
Otros gastos financieros	-	0.0%	-	0.0%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>21,232</b>	<b>2.3%</b>	<b>37,356</b>	<b>4.1%</b>
Impuestos a la utilidad	2,727	0.3%	4,500	0.5%
<b>Utilidad (Pérdida) neta consolidada</b>	<b>18,505</b>	<b>2.0%</b>	<b>32,856</b>	<b>3.6%</b>
Participación minoritaria	-		-	
<b>Resultado neto mayoritario</b>	<b>18,505</b>	<b>2.0%</b>	<b>32,856</b>	<b>3.6%</b>
Depreciación & amortización	79,047	8.5%	91,561	10.1%
<b>EBITDA</b>	<b>160,477</b>	<b>17.3%</b>	<b>179,196</b>	<b>19.8%</b>

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

(Miles de pesos)

	2T24 Acumulado	Margen%	2T23 Acumulado	Margen%
<b>Ventas netas</b>	<b>1,775,866</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,743,897</b>	<b>100.0%</b>
Costo de ventas	781,812	44.0%	788,613	45.2%
<b>Utilidad (Pérdida) bruta</b>	<b>994,054</b>	<b>56.0%</b>	<b>955,284</b>	<b>54.8%</b>
SG&A	902,128	50.8%	850,866	48.8%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de otros ingresos y gastos, neto</b>	<b>91,926</b>	<b>5.2%</b>	<b>104,418</b>	<b>6.0%</b>
Otros ingresos y (gastos), neto	13,338	0.8%	32,071	1.8%
<b>Utilidad (Pérdida) de operación</b>	<b>105,264</b>	<b>5.9%</b>	<b>136,489</b>	<b>7.8%</b>
Resultado integral de financiamiento, neto	(88,434)	(5.0%)	(98,359)	(5.6%)
Intereses pagados	(115,494)	(6.5%)	(126,502)	(7.3%)
Intereses ganados	29,233	1.6%	29,235	1.7%
Ganancia / pérdida cambiaria	(2,173)	(0.1%)	(1,092)	(0.1%)
Otros gastos financieros	-	0.0%	-	0.0%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>16,830</b>	<b>0.9%</b>	<b>38,130</b>	<b>2.2%</b>
Impuestos a la utilidad	8,080	0.5%	7,500	0.4%
<b>Utilidad (Pérdida) antes de operaciones discontinuadas</b>	<b>8,750</b>	<b>0.5%</b>	<b>30,630</b>	<b>1.8%</b>
<b>Utilidad (Pérdida) neta consolidada</b>	<b>8,750</b>	<b>0.5%</b>	<b>30,630</b>	<b>1.8%</b>
Participación minoritaria	-		-	
<b>Resultado neto mayoritario</b>	<b>8,750</b>	<b>0.5%</b>	<b>30,630</b>	<b>1.8%</b>
Depreciación & amortización	160,784	9.1%	186,678	10.7%
<b>EBITDA</b>	<b>283,159</b>	<b>15.9%</b>	<b>327,635</b>	<b>18.8%</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 30 de junio de 2024 y al 31 de diciembre de 2023

(Miles de pesos)	JUN-24	DIC-23
<b>ACTIVO</b>		
Efectivo y equivalentes de efectivo	93,253	91,812
Cuentas por cobrar	330,887	308,354
Inventarios	131,542	151,884
Instrumentos Financieros	68,360	39,781
Pagos anticipados	71,252	37,239
<b>Activo circulante</b>	<b>695,294</b>	<b>629,070</b>
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	582,930	612,671
Activo por derecho de uso	432,188	466,077
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	763,847	762,022
Instrumentos Financieros	28,579	28,579
Impuestos diferidos	439,154	455,278
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>2,974,112</b>	<b>2,985,817</b>
<b>PASIVO</b>		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	106,980	95,679
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	243,192	243,192
Instrumentos financieros	-	-
Cuentas por pagar a proveedores	461,257	443,326
Acreedores Diversos	-	-
Impuestos y gastos acumulados	282,758	312,326
Anticipos de clientes	2,692	7,164
<b>Pasivo circulante</b>	<b>1,096,879</b>	<b>1,101,687</b>
Pasivo a largo plazo	1,113,196	1,094,548
Acreedores diversos a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	198,479	242,790
Beneficios a empleados	156,558	146,542
Impuestos a la utilidad diferidos	5,650	5,650
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>2,570,762</b>	<b>2,591,217</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>	<b>403,350</b>	<b>394,600</b>
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>	<b>2,974,112</b>	<b>2,985,817</b>

## Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 133 restaurantes propios y 106 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)