



CMR, S.A.B. de C.V. Resultados 4° Trimestre 2024

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 Cuarto Trimestre de 2024	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 cuarto trimestre de 2024	9
Resultados de las operaciones y perspectivas.....	10
Análisis de resultados correspondientes al acumulado diciembre de 2024	10
Unidades	11
Situación financiera, liquidez y recursos de capital	12
Pasivo con costo	12
Inversiones	12
Flujo de Efectivo.....	12
Reconocimiento inicial IFRS 16 “Arrendamientos”	13
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	13
Programa de recompra de acciones	14
Analista independiente	14
Declaraciones sobre expectativas	14
Acerca de CMR	16

Ciudad de México, a 27 de Febrero 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 Cuarto 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



Relaciones Públicas

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

Comentarios de la Gerencia

Durante 2024 se impulsó de manera importante la estrategia de crecimiento de la compañía como lo demuestran los 2 siguientes eventos: Al cierre del cuarto trimestre del año se cumplió un año de operar la primera tienda con la nueva imagen de Sushiitto y después de un año estamos operando ya ocho restaurantes bajo esta nueva imagen, con un buen desempeño que ayuda a consolidar el cambio de la marca.

El pasado noviembre, abrió sus puertas a los comensales en el aeropuerto internacional de Guadalajara el primer restaurante con la nueva imagen de nuestra marca insignia “Wings” para ofrecer a nuestros consumidores un concepto nuevo, lleno de tecnología (self service) y un servicio “grab and go” con un amplio menú y un apartado de platillos “De volada” que no tarda más de 10 minutos en llegar a la mesa. Para los siguientes años esta estrategia de desarrollo y renovación de marca será el pilar del desarrollo de CMR.

Los ingresos del trimestre a mismas tiendas crecieron 4.9% contra el mismo periodo del año anterior y cerró en Ps\$1,016.1 mdp que representa un 10.0% de crecimiento contra el mismo trimestre del año anterior. El EBITDA del trimestre representó el 20.1% de nuestros ingresos y se consolida en Ps\$204.7 mdp con un crecimiento de 16.3% comparado con el mismo trimestre del año anterior.

Continuamos impulsando el crecimiento de clientes con nuestra estrategia definida y como siempre, poniendo al consumidor en el centro de todas las decisiones:

1. Innovación

Sushiitto sigue adelante en su proceso de reinversión, enfocándose en la innovación y modernización como pilares fundamentales de su estrategia. Durante el cuarto trimestre de 2024, la marca no solo abrió nuevas sucursales en Plaza Punta Zero y Central del Norte, sino que también remodeló integralmente la unidad de Parque Tezontle. Este espacio, inspirado en la vibrante noche de Tokio, incorpora tecnología avanzada a través de robots que mejoran tanto la operación como la interacción con los clientes, ofreciendo una experiencia única y dinámica.

Además, Sushiitto lanzó una plataforma de innovación culinaria inspirada en "El Juego del Calamar" de Netflix, disponible en más de 140 unidades en cinco países. Con esta iniciativa, se logró conectar con un público más joven, presentando cinco platillos temáticos que resonaron con los fans de la serie. Durante los tres meses de la campaña, se sirvieron más de 85 mil platillos, destacando la creatividad gastronómica y la capacidad de Sushiitto para adaptarse a las tendencias actuales.

2. Comunicación

La comunicación efectiva ha sido clave en el fortalecimiento de la presencia de nuestras marcas.

Sushiitto, al lanzar la campaña inspirada en "El Juego del Calamar", no solo ofreció una nueva experiencia culinaria, sino que también utilizó canales de comunicación digital y redes sociales para maximizar el alcance y la interacción con su audiencia. Esta estrategia permitió que la marca se comunicara de manera efectiva con un público joven, creando un buzz significativo alrededor de la campaña.

Por otro lado, Chili's ha innovado en mixología, presentando una oferta atractiva que complementa sus platillos de temporada. La comunicación sobre esta nueva propuesta ha atraído la atención de más de 11 mil invitados, fortaleciendo la conexión emocional con los clientes y posicionando a Chili's como un lugar de referencia para experiencias gastronómicas únicas.

Wings, con su concepto renovado en el aeropuerto, ha implementado una campaña de servicio “De Volada” (recibir tu platillo en 10 min o gratis) que resuena directamente con las necesidades de los viajeros. La comunicación clara y directa sobre la rapidez del servicio ha permitido impactar a más de 9,000 viajeros, creando un vínculo de confianza y satisfacción.

3. Valor

Las iniciativas de innovación y comunicación están diseñadas para ofrecer un valor tangible a nuestros clientes. Sushiitto, al integrar tecnología y creatividad en su experiencia, no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también posiciona a la marca como un líder en la categoría. La respuesta positiva del mercado refleja el atractivo de estas propuestas, destacando el potencial de Sushiitto en un entorno competitivo.

Chili's, a través de su innovación en coctelería, ha añadido valor a la experiencia del cliente, permitiendo que los invitados disfruten de combinaciones únicas que complementan sus platillos favoritos. Esta estrategia no solo atrae a nuevos clientes, sino que también refuerza la lealtad de los existentes.

Finalmente, Wings ha creado un espacio que no solo satisface el apetito, sino que también alivia el estrés de viajar. La promesa de un servicio rápido y eficaz, junto con la calidad de sus platillos, asegura que cada experiencia en Wings sea memorable y valiosa para los viajeros, consolidando la marca en un mercado exigente.

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

Fundación CMR

En este último periodo, Fundación CMR recaudó \$5.8 mdp en efectivo, de los cuales \$2.9 mdp fueron aportados gracias a nuestra estrategia de procuración de fondos en restaurantes. Adicionalmente, recibimos donaciones en especie por \$5.1 mdp, beneficiando a 11,932 niños en 11 organizaciones de la sociedad civil en diversos estados de la República Mexicana.

Con el objetivo de fortalecer las capacidades institucionales, se llevó a cabo el Congreso Anual de Fortalecimiento para organizaciones de la sociedad civil con la participación de 180 asistentes de 140 organizaciones a nivel nacional.

Nova Foods CMR

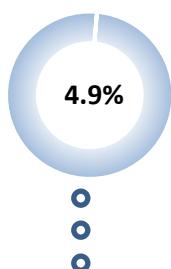
Durante el tercer trimestre Novalimentos incrementó la venta en la mayoría de sus canales respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un crecimiento de 8.4%, continuamos enfocados en fortalecer nuestra área Comercial y de Producción quienes soportarán el desarrollo esperado para 2025 como parte del Plan Maestro de Crecimiento en Novalimentos.

La recta final del año fue bastante buena haciendo frente a las adversidades del entorno que nos impacta de manera directa y la coyuntura de la situación indirecta. 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.

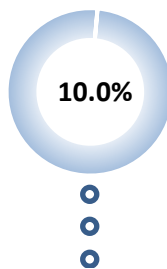
Declaró Joaquín Vargas Mier y Terán, Presidente Ejecutivo de CMR.

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

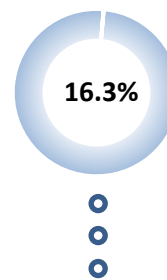
Datos relevantes



Incremento de ventas a mismas tiendas vs el cuarto trimestre del año anterior



Incremento de ventas netas vs el cuarto trimestre del 2023



Incremento en EBITDA vs el cuarto trimestre del 2023

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 135 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.

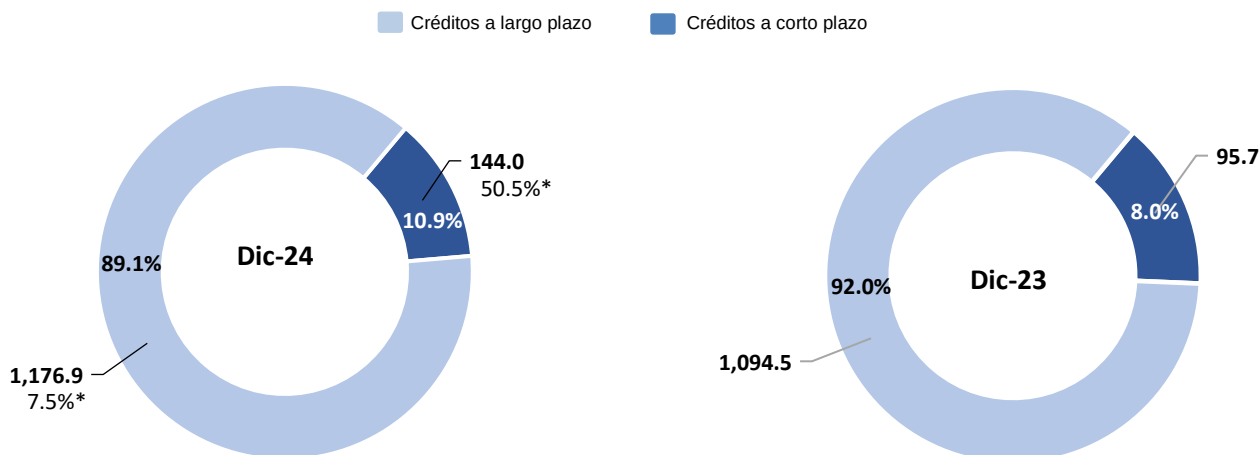
Mercadotecnia:

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 cuarto trimestre de 2024, el pasivo con costo fue de Ps\$1,320.9 mdp, monto 11.0% mayor a los Ps\$1,190.2 mdp del cuarto trimestre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 89.1% 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	dic-24	Part. %	dic-23	Part. %	Var. %
Total deuda con costo	\$ 1,320.9	100.0%	\$ 1,190.2	100.0%	11.0%

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

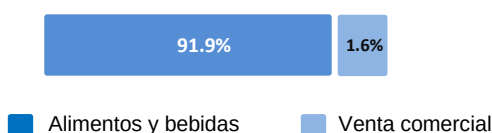
Maria Cisneros Mtz.
(55) 5263 6900
maria.cisneros@cmr.mx

Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al cuarto trimestre de 2024

Cifras relevantes al 4T24 y 4T23					
(\$ en millones de pesos)	4T24		4T23		Cr. %
	\$	Margen%	\$	Margen%	
Ventas netas	1,016.1	100.0%	923.8	100.0%	10.0%
Utilidad (Pérdida) bruta	596.1	58.7%	497.9	53.9%	19.7%
Utilidad (Pérdida) de operación	124.5	12.3%	89.7	9.7%	38.8%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	57.9	5.7%	43.0	4.7%	34.6%
EBITDA	204.7	20.1%	176.0	19.1%	16.3%

Durante el cuarto trimestre del año, las ventas netas registraron un incremento de 10.0% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$1,016.1 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 91.9% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 1.6%. El resto de los ingresos se generaron por concepto de venta otros, servicios de franquicias y arrendamiento.



El costo de ventas fue de Ps\$420.0 mdp, 1.4% menor en términos absolutos. El margen de costo de ventas alcanzó un 41.3%, menor en 476 bps comparado con el mismo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 19.7% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$497.9 mdp a Ps\$596.1 mdp.

Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$475.2 mdp, presentando un incremento de 5.4% respecto al mismo periodo del año anterior, presentamos una disminución en el margen por 202 bps, pasando de 48.8% a 46.8%.

Por lo anterior, generamos una utilidad de operación de Ps\$124.5 mdp, 38.8% mayor a la utilidad de operación de Ps\$89.7 mdp del mismo periodo del año anterior.

Relación con Inversionistas

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



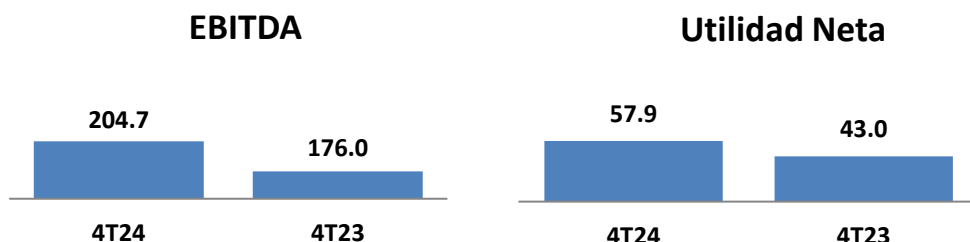
Relaciones Públicas

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

El EBITDA ascendió a Ps\$204.7 mdp respecto de los Ps\$176.0 mdp del cuarto trimestre del año anterior, presentando un incremento de 16.3%.

La Utilidad neta se ubicó en Ps\$57.9 mdp, presentando un incremento contra la Utilidad neta de Ps\$43.0 mdp, 34.6% mayor comparados contra el mismo trimestre del año anterior.

(en millones de pesos)



Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al acumulado diciembre de 2024

Cifras relevantes acumulado a diciembre 2024 y 2023

(\$ en millones de pesos)	Acum Dic 24		Acum Dic 23		Cr. %
	\$	Margen%	\$	Margen%	
Ventas netas	3,695.0	100.0%	3,533.4	100.0%	4.6%
Utilidad (Pérdida) bruta	2,096.2	56.7%	1,925.5	54.5%	8.9%
Utilidad (Pérdida) de operación	284.1	7.7%	283.9	8.0%	0.1%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	67.3	1.8%	82.7	2.3%	(18.6%)
EBITDA	632.7	17.1%	651.8	18.4%	(2.9%)

Durante el periodo acumulado a diciembre 2024, las ventas netas registraron un incremento de 4.6% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$3,695.0 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 94.7% 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\$1,598.8 mdp, 0.6% menor en términos absolutos. El margen de costo de ventas alcanzó un 43.3%, menor en 224 bps comparado con el acumulado del periodo del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 8.9% respecto al mismo periodo del año anterior, pasando de Ps\$1,925.5 mdp a Ps\$2,096.2 mdp.

Al cierre del diciembre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– fueron de Ps\$1,818.1 mdp, presentando un incremento de 5.1% respecto al mismo periodo del año anterior, presentamos un incremento en el margen por 22 bps, pasando de 49.0% a 49.2%.

Por lo anterior, generamos una utilidad de operación de Ps\$284.1 mdp, 0.1% mayor a la utilidad de operación de Ps\$283.9 mdp del mismo periodo del año anterior.

Relación con Inversionistas

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



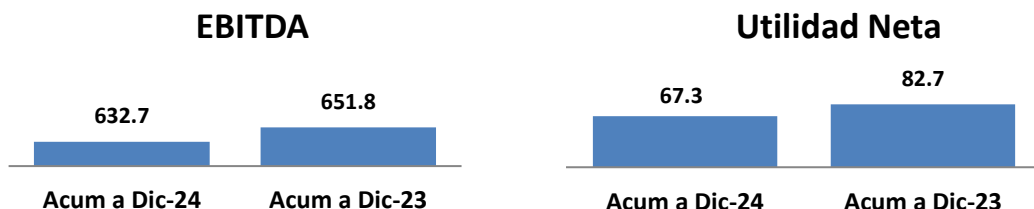
Relaciones Públicas

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

El EBITDA ascendió a Ps\$632.7 mdp respecto de los Ps\$651.8 mdp del año anterior, presentando un decremento de 2.9%.

La utilidad neta se ubicó en Ps\$67.3 mdp, presentando un decremento contra la utilidad neta de Ps\$82.7 mdp al cierre de diciembre de 2023.

(en millones de pesos)



Unidades

Durante el cuarto trimestre de 2024 se dio la apertura de una tienda de la división Chili's y también permanecieron cerradas de manera temporal la tienda de la división Sushiitto de Acapulco, esto sigue contribuyendo a generar margen inferior en el crecimiento de nuestros ingresos y resultados.

Divisiones	3T24	Apertura	Cierre	4T24
chili's	55	1	-	56
WINGS Aero by WINGS	19	-	1	18
Los Alamos NUBE	7	-	-	7
WINGS Metro	3	-	-	3
Olive Garden CAPITAL	14	-	-	14
RED LOBSTER	2	-	-	2
sushiitto	35	-	-	35
cmr Propias	135	1	1	135
Franquicias Nacionales	88	3	-	91
Franquicias Internacionales	16	1	-	17
Franquicias Totales	104	4	-	108
cmr Totales	239	5	1	243

Relación con Inversionistas

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



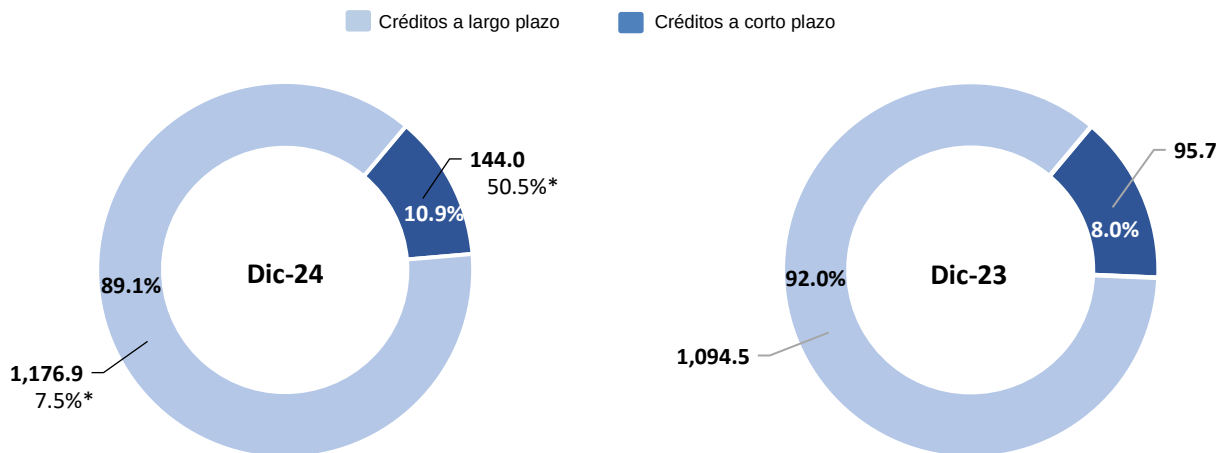
Relaciones Públicas

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

Situación financiera, liquidez y recursos de capital

Pasivo con costo

Al cierre de diciembre de 2024, el pasivo con costo fue de Ps\$1,320.9 mdp, monto 11.0% mayor a los Ps\$1,190.2 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 89.1% 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	dic-24	Part. %	dic-23	Part. %	Var. %
Total deuda con costo	\$ 1,320.9	100.0%	\$ 1,190.2	100.0%	11.0%

Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps\$275.7 mdp. Este monto fue destinado a las aperturas, remodelaciones, mantenimiento y reemplazo de equipos.

Flujo de Efectivo

Flujo de efectivo al 30 de diciembre de 2024 y 2023

(\$ en millones de pesos)	2024	2023
Utilidad o pérdida neta	67.3	82.7
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	563.2	598.9
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(275.7)	(113.8)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(246.4)	(574.9)
Incremento (Disminución) de efectivo y equivalentes de efectivo	41.0	(89.8)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	91.8	181.6
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	132.8	91.8

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

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\$378.7 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps\$368.5 mdp.
- Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps\$179.5 mdp y los intereses por Ps\$62.1 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\$278.2 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 2024, la deuda total de CMR se ubicó en Ps\$1,320.9 mdp.

Indicadores financieros	4T24	4T23
EBITDA / Intereses pagados	2.5x	3.3x
Deuda neta / EBITDA (12M)	1.9x	1.7x
Pasivo total / Capital contable	5.4x	6.6x
Activo circulante / Pasivo circulante	0.6x	0.6x
Prueba ácida	0.4x	0.4x

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

Indicadores bursátiles	4T24	4T23
P / VL	1.8x	4.1x
EV / EBITDA (12M)	3.2x	4.1x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	0.8	0.7
Utilidad por acción (Ps\$)	0.12	0.15
Precio por acción al cierre (Ps\$)*	1.51	2.97
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 diciembre 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



Relaciones Públicas

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

Estado de resultados trimestral 4T24 Y 4T23

(Miles de pesos)

	4T24	Margen%	4T23	Margen%
Ventas netas	1,016,143	100.0%	923,768	100.0%
Costo de ventas	420,037	41.3%	425,863	46.1%
Utilidad (Pérdida) bruta	596,106	58.7%	497,905	53.9%
SG&A	475,219	46.8%	450,668	48.8%
Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto	120,887	11.9%	47,237	5.1%
Otros ingresos y (gastos), neto	3,603	0.4%	42,439	4.6%
Utilidad (Pérdida) de operación	124,490	12.3%	89,676	9.7%
Resultado integral de financiamiento, neto	(57,832)	(5.7%)	(52,353)	(5.7%)
Intereses pagados	(65,587)	(6.5%)	(11,665)	(1.3%)
Intereses ganados	12,475	1.2%	(42,077)	(4.6%)
Ganancia / pérdida cambiaria	(5,176)	(0.5%)	1,883	0.2%
Otros gastos financieros	456	0.0%	(494)	(0.1%)
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	66,658	6.6%	37,323	4.0%
Impuestos a la utilidad	8,773	0.9%	(5,678)	(0.6%)
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	57,885	5.7%	43,001	4.7%
Participación minoritaria	-	-	-	-
Resultado neto mayoritario	57,885	5.7%	43,001	4.7%
Depreciación & amortización	79,938	7.9%	86,715	9.4%
EBITDA	204,701	20.1%	175,989	19.1%

Estado de resultados acumulado a diciembre 2024 y 2023

(Miles de pesos)

	4T24 Acumulado	Margen%	4T23 Acumulado	Margen%
Ventas netas	3,694,985	100.0%	3,533,380	100.0%
Costo de ventas	1,598,752	43.3%	1,607,847	45.5%
Utilidad (Pérdida) bruta	2,096,233	56.7%	1,925,533	54.5%
SG&A	1,818,140	49.2%	1,730,715	49.0%
Utilidad (Pérdida) antes de otros ingresos y gastos, neto	278,093	7.5%	194,818	5.5%
Otros ingresos y (gastos), neto	6,011	0.2%	89,107	2.5%
Utilidad (Pérdida) de operación	284,104	7.7%	283,925	8.0%
Resultado integral de financiamiento, neto	(196,724)	(5.3%)	(194,929)	(5.5%)
Intereses pagados	(249,432)	(6.8%)	(197,609)	(5.6%)
Intereses ganados	56,871	1.5%	3,385	0.1%
Ganancia / pérdida cambiaria	(5,188)	(0.1%)	(1,946)	(0.1%)
Otros gastos financieros	1,025	0.0%	1,241	0.0%
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	87,380	2.4%	88,996	2.5%
Impuestos a la utilidad	20,107	0.5%	6,322	0.2%
Utilidad (Pérdida) antes de operaciones discontinuadas	67,273	1.8%	82,674	2.3%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	67,273	1.8%	82,674	2.3%
Participación minoritaria	-	-	-	-
Resultado neto mayoritario	67,273	1.8%	82,674	2.3%
Depreciación & amortización	327,270	8.9%	361,646	10.2%
EBITDA	632,707	17.1%	651,802	18.4%

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 diciembre de 2024 y al 31 de diciembre de 2023

(Miles de pesos)

	DIC-24	DIC-23
ACTIVO		
Efectivo y equivalentes de efectivo	132,814	91,812
Cuentas por cobrar	222,813	308,354
Inventarios	145,528	151,884
Instrumentos Financieros	63,607	39,781
Pagos anticipados	32,639	37,239
Activo circulante	597,401	629,070
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	702,929	612,671
Activo por derecho de uso	378,712	466,077
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	764,255	762,022
Instrumentos Financieros	28,579	28,579
Impuestos diferidos	431,863	455,278
TOTAL ACTIVO	2,935,859	2,985,817
PASIVO		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	144,019	95,679
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	243,192	243,192
Instrumentos financieros	-	-
Cuentas por pagar a proveedores	504,156	443,326
Acreedores Diversos	-	-
Impuestos y gastos acumulados	120,964	312,326
Anticipos de clientes	(2,701)	7,164
Pasivo circulante	1,009,630	1,101,687
Pasivo a largo plazo	1,176,855	1,094,548
Acreedores diversos a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	125,271	242,790
Beneficios a empleados	160,976	146,542
Impuestos a la utilidad diferidos	5,650	5,650
TOTAL PASIVO	2,478,382	2,591,217
CAPITAL CONTABLE	457,477	394,600
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	2,935,859	2,985,817

Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 135 restaurantes propios y 108 franquicias distribuidos en toda la República Mexicana y 5 países. Ofrece un sólido portafolio de poderosas marcas, con diferentes propuestas gastronómicas y de ambiente: Wings, Fly By Wings, La Destilería, El Lago, Bistró Chapultepec, Chili's, Olive Garden, Red Lobster, Sala Gastronómica, The Capital Grille y Sushi Itto. CMR cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1997 bajo la clave de pizarra CMRB.

Relación con Inversionistas

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



Relaciones Públicas

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