

## CMR, S.A.B. de C.V. mantiene su tendencia de resultados positivos al cierre del 1T16

- Las ventas netas crecieron 7.9% contra el 1T15
- El EBITDA creció 0.3% respecto al primer trimestre del año anterior
- Incremento en flujo de invitados de 2.5% contra el 1T15

México, D.F., a 28 de Abril de 2016. CMR, S.A.B. de C.V. y subsidiarias (BMV: CMRB) (CMR o la Compañía), cadena líder en México en restaurantes de comida casual, anuncia sus resultados del primer trimestre de 2016, bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés).

### Comentarios de la Gerencia

*“Continuamos consolidándonos como líderes en el mercado, atendiendo con calidad a millones de clientes, ofreciendo nuevas propuestas de valor, además de mejorar la rentabilidad del negocio. Durante estos tres meses, tuvimos la apertura de un Wings en Tijuana, un Fly by Wings en el aeropuerto de la ciudad de México y dos “Chili’s” además de un “Olive Garden” en Monterrey, cumpliendo con nuestra estrategia de expansión y reforzando nuestra presencia en el mercado regiomontano, una sede importante en la que queremos recuperar el posicionamiento de nuestras marcas, manteniendo los más altos estándares de calidad, que nos han valido para ser una de las compañías más relevantes en la industria restaurantera en México. Nuestras expectativas de crecimiento para este año se mantienen positivas, fortaleciéndonos, incursionando en nuevos mercados y analizando nuevas oportunidades de crecimiento tanto orgánicas como inorgánicas”.*  
Joaquín Vargas Mier y Terán, Presidente Ejecutivo de CMR.

### Información a revelar sobre la naturaleza del negocio

CMR, Sociedad Anónima Bursátil de Capital Variable (S. A. B. de C. V.) organizada bajo las leyes de los Estados Unidos Mexicanos, o México, con ubicación principal de centro de negocios en Havre #30, Col. Juárez en el Distrito Federal; es una controladora de compañías cuyas actividades principales se orientan a la industria restaurantera, mediante la operación de 136 unidades bajo las divisiones Cafeterías, Mexicanos, Especializado, Chili’s, Olive Garden, Red Lobster y The Capital Grill.

La Entidad opera la marca “Chili’s Grill & Bar” conforme a un contrato de franquicia y puede utilizar dicha marca en sus establecimientos en la República Mexicana con excepción de los Estados de México, Morelos, Querétaro, Hidalgo, Puebla y la Ciudad de México. En agosto de 2011, la Entidad firmó un acuerdo de desarrollo con Darden Restaurants, Inc., para operar las marcas: "Olive Garden", "Red Lobster", y "The Capital Grille" en todo el territorio mexicano.

Se cuenta con un centro de distribución y un almacén externo surtiendo con eficacia más de 1,600 productos a las unidades, esto representa ahorros derivados de economías de escala, sinergias y reducción de mermas.

Adicionalmente, la compañía opera un comisariato “Con Sabor”, cuyo objetivo es el desarrollo de insumos manteniendo los mismos estándares de calidad de productos adquiridos a proveedores extranjeros, reduciendo el pago de aranceles, variaciones en precios por tipo de cambio y reducción de tiempo en la preparación de alimentos.

## Información a revelar sobre los objetivos de la gerencia y sus estrategias para alcanzar esos objetivos

Vemos un futuro lleno de oportunidades y retos. Nuestra estrategia de negocios se basa en crecer los conceptos para atraer más invitados, desarrollar nuestro talento y buscar siempre la mayor rentabilidad del negocio, además de la continua inversión; esto será fundamental para hacer de CMR una compañía más competitiva que continuará creciendo de manera ordenada y rentable.

Durante este primer trimestre del año, continuamos añadiendo tiendas a nuestro portafolio de nuevas marcas como Fly by Wings, una marca desarrollada totalmente dentro de la compañía y que se perfila para reafirmar a CMR como operador emblemático de restaurantes en los aeropuertos mexicanos.

De igual forma se han fortalecido todas nuestras marcas con mejoras operativas provenientes de la optimización de nuestra cadena de suministro 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 1T16 ascendió a 136 unidades.

En la actualidad, CMR cuenta con una sólida cadena de valor, así como indicadores para 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 primer 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 invitados, 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 invitados.

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 invitados, se realizaron inversiones dirigidas a mejorar nuestro sistema de selección de locaciones. Durante este 2016 buscaremos locaciones que se pongan al alcance de una gran cantidad de invitados y a las nuevas propuestas gastronómicas que ofrece nuestro competitivo portafolio. Nuestras nuevas marcas han comenzado su expansión nacional incursionando en ciudades fuera del Distrito Federal, reflejo de esto son los altos niveles de ventas y la expectativa generada por nuestras próximas aperturas.

**Mercadotecnia:**

Las actividades de mercadotecnia están dirigidas a fortalecer el posicionamiento de nuestras marcas en el mercado mexicano y a establecer los lineamientos de nuevos proyectos para la extracción de información de nuestros invitados. Esta información nos brindará conocimiento sobre las nuevas necesidades de los consumidores y de esta forma volvernos una compañía que brinde un servicio y satisfacción extraordinario.

**Reestructura corporativa:**

Durante el 1T16 CMR no ha realizado cambios a su estructura corporativa.

**Financiamiento:**

Durante el 1T16 el crecimiento de la compañía estuvo soportado con flujos propios de la operación acompañados de eficiencias operativas y administrativas; adicionalmente, obtuvimos financiamiento por medio de créditos bancarios. Al cierre del primer trimestre del año la deuda bancaria ascendió a Ps\$488.9 mdp.

**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 invitados
- Los mejores sistemas informáticos
- Continuo mejoramiento operativo
- Fortalecimiento de alianzas estratégicas con nuestros proveedores

**Nuestros riesgos:**

- Gran volatilidad en el tipo de cambio
- Baja pronunciada en los precios del petróleo
- 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

**Relaciones más significativas de la entidad:**

- BRINKER INTERNATIONAL: en noviembre de 2007 se firmó un acuerdo de desarrollo de franquicias en coinversión con BRINKER INTERNATIONAL INC. Para el desarrollo de la marca "Chilli's" en toda la República Mexicana, con excepción de la Ciudad de México, Estado de México, Hidalgo, Puebla, Morelos y Querétaro.
- DARDEN RESTAURANTS: en agosto de 2011 se firmó un acuerdo de desarrollo de franquicias con la compañía más grande del mundo en el segmento de "Casual Dining" "DARDEN RESTAURANTS INC." participando en el desarrollo en el territorio nacional de las marcas de Capital Grille, Olive Garden & LongHorn.

## Resultados de las operaciones y perspectivas

### Análisis de resultados correspondientes al primer trimestre de 2016

#### Cifras relevantes al 1T16 y 1T15

(Cifras en millones de pesos)

	1T16	Margen %	1T15	Margen %	Var. %
Ventas netas	635.8	100.0%	589.5	100.0%	7.9%
Utilidad (Pérdida) bruta	337.4	53.1%	310.6	52.7%	8.6%
Utilidad (Pérdida) de operación	(16.0)	-2.5%	(6.2)	-1.0%	159.3%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(22.9)	-3.6%	(11.2)	-1.9%	105.1%
EBITDA	39.9	6.3%	39.8	6.7%	0.3%

Durante el primer trimestre del año, las ventas netas registraron un crecimiento de 7.9% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$635.8 mdp. La venta de alimentos y bebidas representó el 99.0% de los ingresos, cifra ligeramente superior a la registrada en el mismo trimestre del año anterior, cuando ésta representó el 98.5%. El resto de los ingresos se generaron por concepto de arrendamiento y estacionamiento.

Durante este periodo atendimos a 3.3 millones de invitados, lo que significó un incremento de 2.5% respecto al mismo trimestre del año anterior. El cheque promedio consolidado fue de Ps\$190.5, con un incremento de 5.5% respecto al 1T15. Este incremento se explica por el crecimiento de las marcas con mayor cheque promedio de nuestro portafolio en los últimos 3 meses.

El costo de ventas fue de Ps\$298.4 mdp, con un incremento de 7.0% en términos absolutos, resultado de un mayor número de tiendas de nuestras marcas importadas. A pesar del impacto por tipo de cambio, el costo de ventas como porcentaje de la venta, se mantuvo igual al del primer trimestre del año pasado. La utilidad bruta presentó un incremento de 8.6% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$310.6 mdp a Ps\$337.4 mdp para el 1T2016.

Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– ascendieron a Ps\$350.0 mdp, 10.1% mayor al primer trimestre del 2015 debido principalmente a la apertura de nuevas unidades.

El EBITDA ascendió a Ps\$39.9 mdp respecto a los Ps\$39.8 mdp del 1T15, con un incremento de 0.3%. La utilidad neta se ubicó en -Ps\$22.9 mdp al cierre del 1T2016.

#### Relación con Inversionistas

Nayelli Gutiérrez Arista  
(55) 5263 6900 ext. 1016  
[ngutierrez@cmr.mx](mailto:ngutierrez@cmr.mx)



#### Relaciones Públicas

María Elena Cisneros  
(55) 5263 6900 ext. 6971  
[mcisneros@cmr.mx](mailto:mcisneros@cmr.mx)

## Unidades

Durante el 1T16 se consolidó el crecimiento de las marcas “Olive Garden” y “Chili’s” en la Ciudad de Monterrey, así como de nuestra marca Fly By Wings en el AICM y un Wings en el aeropuerto de Tijuana. Por otro lado, se cerró una unidad en la Ciudad de México, obedeciendo nuestra estrategia por lograr un crecimiento sostenido manteniendo la rentabilidad de la Compañía.

### Apertura y cierres de restaurantes por división.

(Cifras en unidades)

Divisiones*	1T16	Apertura	Cierre	2015
Cafeterías	38	2	1	37
Mexicanos	12	0	0	12
Especializados	3	0	0	3
Chili's	61	2	0	59
Olive Garden	15	1	0	14
Red Lobster	6	0	0	6
The Capital Grille	1	0	0	1
<b>Total unidades</b>	<b>136</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>132</b>

## Situación financiera, liquidez y recursos de capital

### Balance Resumen

(Cifras en millones de pesos)

	1T16	4T15
Activo Circulante	310,248	325,934
<b>Activo No Circulante</b>	<b>1,822,401</b>	<b>1,790,398</b>
Activo Total	2,132,649	2,116,332
Pasivo a Corto Plazo	681,540	608,918
<b>Pasivo a Largo Plazo</b>	<b>383,387</b>	<b>416,760</b>
Pasivo total	1,064,927	1,025,678
Capital Contable	1,067,722	1,090,654

## Pasivo con costo

Al cierre del primer trimestre de 2016, el pasivo con costo ascendió a Ps\$488.9 mdp, monto 8.2% mayor a los Ps\$451.8 mdp del año anterior. El pasivo a largo plazo representa el 54.0% de la deuda con costo total, la cual está en su totalidad denominada en moneda nacional.

### Pasivo con costo

(Cifras en millones de pesos)

Tipo de crédito	1T16	Margen %	4T15	Margen %	Var. %
Créditos bancarios a corto plazo	224.9	46.0%	151.2	33.5%	48.7%
Créditos bancarios a largo plazo	264.0	54.0%	300.6	66.5%	-12.2%
<b>Total deuda con costo</b>	<b>488.9</b>	<b>100.0%</b>	<b>451.8</b>	<b>100.0%</b>	<b>8.2%</b>

\*ver desglose en notas complementarias (14) Prestamo de instituciones financieras y obligaciones

## Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones de capital por Ps\$87.5 mdp. Este monto fue destinado a la remodelación de unidades operando y a la apertura de 5 unidades, 3 de ellas contribuyendo a la consolidación de marcas importadas con nuestros socios comerciales Brinker international, Inc. y Darden Restaurants, Inc.

## Flujo de Efectivo

Al cierre del primer trimestre del año tuvimos variaciones en el tipo de cambio que podrían traducirse en un incremento de los costos de los insumos de importación utilizados lo que implicó un aumento en la demanda de capital de trabajo aunado al incremento en el resultado integral de financiamiento derivado de la obtención de nuevos créditos bancarios, sin embargo, la compañía reconoce no estar expuesta a riesgos directos sobre su situación financiera.

### Flujo de efectivo al 31 de marzo 2016 y 2015

(Cifras en millones de pesos)

	1T16	1T15
Utilidad o pérdida neta	(22,932)	(11,182)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	1,471	(14,024)
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(79,405)	(70,254)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	30,123	80,740
Dismunición de efectivo y equivalentes de efectivo	(70,743)	(14,720)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	141,025	97,724
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	70,282	83,004

## Información a revelar sobre las medidas de rendimiento 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 mdp de invitados, 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.

La Compañía mantiene el índice de apalancamiento dentro del marco de las políticas dictadas por el Consejo de Administración. Durante los primeros tres meses del año, la deuda neta de CMR se ubicó en Ps\$488.9 mdp.

Indicadores financieros	1T16	4T15
EBITDA / Intereses pagados	8.9x	8.6x
Deuda neta / EBITDA (12M)	1.8x	1.5x
Pasivo total / Capital contable	1.0x	0.9x

Indicadores bursátiles	1T16	4T15
P / VL	1.7x	1.3x
EV / EBITDA (12M)	10.3x	9.0x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	4.3	4.4
Utilidad por acción (Ps\$)	-0.09	-0.04
Precio por acción al cierre (Ps\$)	7.5	5.8
Acciones en circulación (millones)	249.9	249.9

### Programa de recompra de acciones

Al 31 de marzo de 2016, el Fondo de Recompra reportó 4,236,700 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

Nayelli Gutiérrez Arista  
(55) 5263 6900 ext. 1016  
[ngutierrez@cmr.mx](mailto:ngutierrez@cmr.mx)



#### Relaciones Públicas

María Elena Cisneros  
(55) 5263 6900 ext. 6971  
[mcisneros@cmr.mx](mailto:mcisneros@cmr.mx)

'Estado de resultados acumulado a MARZO 2016 y 2015						
(Miles de pesos)	1T16	Margen%	1T15	Margen%	Var.%	pbs
<b>Ventas netas</b>	<b>635,833</b>	<b>100.0%</b>	<b>589,494</b>	<b>100.0%</b>	<b>7.9%</b>	<b>0 bps</b>
Costo de ventas	298,463	46.9%	278,891	47.3%	7.0%	-37 bps
<b>Utilidad (Pérdida) bruta</b>	<b>337,370</b>	<b>53.1%</b>	<b>310,603</b>	<b>52.7%</b>	<b>8.6%</b>	<b>37 bps</b>
SG&A	350,065	55.1%	317,822	53.9%	10.1%	114 bps
<b>Utilidad (Pérdida) antes de otros ingresos y gastos, neto</b>	<b>(12,695)</b>	<b>-2.0%</b>	<b>(7,219)</b>	<b>-1.2%</b>	<b>75.9%</b>	<b>-77 bps</b>
Otros ingresos y (gastos), neto	(3,314)	-0.5%	1,046	0.2%	-416.8%	-70 bps
<b>Utilidad (Pérdida) de operación</b>	<b>(16,009)</b>	<b>-2.5%</b>	<b>(6,173)</b>	<b>-1.0%</b>	<b>159.3%</b>	<b>-147 bps</b>
Resultado integral de financiamiento, neto	(6,924)	-1.1%	(5,008)	-0.8%	38.3%	-24 bps
Intereses pagados	(6,959)	-1.1%	(5,230)	-0.9%	33.1%	-21 bps
Intereses ganados	464	0.1%	241	0.0%	92.5%	3 bps
Ganancia / pérdida cambiaria	(429)	-0.1%	(19)	0.0%	2157.9%	-6 bps
Otros gastos financieros	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	0 bps
<b>Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad</b>	<b>(22,933)</b>	<b>-3.6%</b>	<b>(11,181)</b>	<b>-1.9%</b>	<b>-105.1%</b>	<b>-171 bps</b>
Impuestos a la utilidad	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	0 bps
<b>Utilidad (Pérdida) antes de operaciones discontinuadas</b>	<b>(22,933)</b>	<b>-3.6%</b>	<b>(11,181)</b>	<b>-1.9%</b>	<b>-105.1%</b>	<b>-171 bps</b>
Operaciones discontinuadas	-	0.0%	-	0.0%	0.0%	0 bps
<b>Utilidad (Pérdida) neta consolidada</b>	<b>(22,933)</b>	<b>-3.6%</b>	<b>(11,181)</b>	<b>-1.9%</b>	<b>-105.1%</b>	<b>-171 bps</b>
Participación minoritaria	(682)		(731)			0 bps
<b>Resultado neto mayoritario</b>	<b>(22,250)</b>	<b>-3.5%</b>	<b>(10,450)</b>	<b>-1.8%</b>	<b>-112.9%</b>	<b>-173 bps</b>
Depreciación & amortización	51,200	8.1%	43,206	7.3%	18.5%	72 bps
<b>EBITDA</b>	<b>39,884</b>	<b>6.3%</b>	<b>39,775</b>	<b>6.7%</b>	<b>0.3%</b>	<b>-47 bps</b>

**Relación con Inversionistas**

Nayelli Gutiérrez Arista  
 (55) 5263 6900 ext. 1016  
[ngutierrez@cmr.mx](mailto:ngutierrez@cmr.mx)


**Relaciones Públicas**

María Elena Cisneros  
 (55) 5263 6900 ext. 6971  
[mcisneros@cmr.mx](mailto:mcisneros@cmr.mx)



<b>Balance General al 31 de marzo 2016 y al 31 diciembre de 2015</b>		
(Miles de pesos)	<b>1T16</b>	<b>4T15</b>
<b>ACTIVO</b>		
Efectivo y equivalentes de efectivo	70,282	141,025
Cuentas por cobrar	79,165	48,842
Inventarios	92,037	104,501
Pagos anticipados	68,763	31,566
<b>Activo circulante</b>	<b>310,247</b>	<b>325,935</b>
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	1,440,629	1,405,658
Crédito mercantil	32	32
Otros activos (neto, incluye marcas)	160,139	163,107
Impuestos diferidos	221,601	221,601
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>2,132,648</b>	<b>2,116,334</b>
<b>PASIVO</b>		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	224,897	151,225
Cuentas por pagar a proveedores	208,610	209,869
Impuestos y gastos acumulados	236,273	241,411
Anticipos de clientes	11,760	6,416
Ingresos diferidos	-	-
<b>Pasivo circulante</b>	<b>681,539</b>	<b>608,920</b>
Pasivo a largo plazo	264,032	300,623
Beneficios a empleados	76,037	72,819
Impuestos a la utilidad diferidos	43,318	43,318
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1,064,926</b>	<b>1,025,680</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>	<b>1,067,722</b>	<b>1,090,654</b>
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>	<b>2,132,648</b>	<b>2,116,334</b>