

CMR, S.A.B. de C.V. anuncia resultados del Segundo Trimestre de 2018

- Las ventas netas a tiendas totales crecieron 1.7 % con respecto al segundo trimestre de 2017.
- La Utilidad Bruta aumentó 2.0 % comparada contra el segundo trimestre de 2017.
- El EBITDA creció 15.1 % a tiendas totales contra el mismo periodo del año anterior.

Ciudad de México, a 27 de Julio de 2018. 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 2018, 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

“Durante el segundo trimestre del 2018, fortalecimos nuestra presencia en la República Mexicana, con dos Olive Garden en los estados de Jalisco y Quintana Roo, un Chili’s en Nuevo León, así como un Nescafé en Ciudad de México y por primera vez, con mucho orgullo aberturamos un Wings en el estado de Guerrero. Además, reforzamos la imagen de nuestras marcas Chili’s y Wings con la remodelación de 7 unidades.

A pesar de la incertidumbre generada por la época electoral, nuestros resultados financieros en los últimos meses, fueron favorables, con un crecimiento en ventas a tiendas totales de 1.7% con respecto al segundo trimestre 2017. Nuestro indicador de Utilidad Operativa, EBITDA, creció 15.1% lo que nos motiva a continuar trabajando en pro de nuestros objetivos anuales.

Aún con la volatilidad generada por distintos factores políticos y económicos, logramos mejorar el costo de nuestros insumos en 114 puntos base contra el mismo periodo del año anterior, provocado principalmente por la nacionalización de productos liderada por la marca Olive Garden. En CMR siempre apostaremos por lo hecho en México.

Gracias a las estrategias disruptivas generadas por el área de mercadotecnia, logramos incrementar el ticket promedio un 9.2% contra el año anterior. Hablando de estas estrategias, compartimos la experiencia del mundial con nuestros comensales, implementando desayunos en Chili’s y La Destilería; Así como un paquete de hamburguesas con cervezas para disfrutar de un buen rato en Wings, entre otras.

Reiteramos nuestro compromiso con la sociedad y el medio ambiente, siendo pioneros en la campaña “Anti popotes”, hemos logrado reducir 26% del consumo, lo que equivale a un total de 4,726,000 piezas, e impulsando la transformación de los materiales como empaques, bolsas para llevar y popotes en productos biodegradables y composteables.

Estamos convencidos que estos resultados son fruto del esfuerzo de todos los colaboradores y la preferencia de nuestros comensales, lo que nos lleva a seguir superando los retos venideros y mejorando las expectativas” Declaró Joaquín Vargas Mier y Terán, Presidente Ejecutivo 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 Av. Paseo de la Reforma #222, Piso 14 Col. Juárez. Delegación Cuauhtémoc; es una controladora de compañías cuyas actividades principales se orientan a la industria restaurantera, mediante la operación de 141 unidades bajo las divisiones Cafeterías, Mexicanos, Especializados, Nescafé, Chili's, Olive Garden, Red Lobster, LongHorn y The Capital Grille.

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", "The Capital Grille" y "LongHorn SteakHouse". Renovando el contrato en el 2016 acordando la apertura de nuevas unidades en los próximos 6 años.

Se cuenta con un centro de distribución y un almacén externo, Cadena CMR, surtiendo con eficacia más de 1,500 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

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 segundo trimestre de 2018 se colocó en 141 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 segundo 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 comensales.

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 llevar la experiencia de nuestras marcas a más comensales, se realizaron inversiones dirigidas a nuevos estados del país, así como la llegada de nuevos conceptos como Nescafé. Durante este 2T18 abrimos unidades de nuestro portafolio en Monterrey, Guadalajara, Cancún, Acapulco y Ciudad de México. La nueva marca de cafeterías ha comenzado su expansión en la Ciudad de México, llevando una experiencia y tradición fuera del hogar. Con este concepto entramos a un mercado de crecimiento importante en el país, lo que se refleja en un incremento en ventas y expectativa para nuestras próximas aperturas.

Relación con Inversionistas

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



Relaciones Públicas

María Elena Cisneros
(55) 5263 6900 ext. 6971
mcisneros@cmr.mx

Mercadotecnia:

Las actividades de mercadotecnia están dirigidas a fortalecer el posicionamiento de nuestras marcas en el mercado mexicano, así como a establecer alianzas estratégicas para incrementar lealtad y atraer nuevos comensales.

A través de la extracción de información y del comportamiento del mercado, adquirimos conocimiento sobre las nuevas tendencias, necesidades y preferencias de los consumidores, realizando actividades y programas que sean del interés y gusto de los comensales; de esta forma podamos volvernos una compañía que brinde satisfacción y un servicio extraordinario.

Reestructura corporativa:

Durante el 2T18 CMR, no ha realizado cambios a su estructura corporativa.

Financiamiento:

Durante el 2T18, no se presentó ningún financiamiento externo ni la entrada de nuevos socios. Cabe señalar que la deuda total disminuyó a Ps\$758 mdp, derivado de la liquidación de deuda bancaria por Ps\$92.5 mdp.

Relación con Inversionistas

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



Relaciones Públicas

María Elena Cisneros
(55) 5263 6900 ext. 6971
mcisneros@cmr.mx

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 comensales.
- Los mejores sistemas informáticos.
- Continuo mejoramiento operativo.
- Fortalecimiento de alianzas estratégicas con nuestros proveedores.

Nuestros riesgos:

- Gran volatilidad en el tipo de cambio.
- Inestabilidad política y económica.
- Renegociación del TLCAN.
- 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.

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. En junio de 2017, se renovó el contrato con Brinker International comprometiéndonos con las aperturas de 30 tiendas en los próximos 7 años. En octubre de 2017, se adquirió el 50% del capital social de la subsidiaria que opera la marca Chili’s, convirtiéndonos en el franquiciatario internacional más grande de Brinker International.
- **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 Olive Garden, LongHorn y The Capital Grille. En 2016, se renovó el contrato con Darden Restaurants, acordando la apertura de 21 unidades en los próximos 6 años.
- **RED LOBSTER MANAGEMENT:** en 2015 se firmó un acuerdo de desarrollo de franquicias con la compañía más grande del mundo en el segmento de mariscos, pollo, filetes y pasta “RED LOBSTER MANAGEMENT LLC” participando en el desarrollo en el territorio nacional de la marca de Red Lobster.
- **NESTLÉ:** el 21 de diciembre de 2017 se firmó contrato con Nestlé México para establecer y operar cafeterías bajo la marca NESCAFÉ.

Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al Segundo Trimestre de 2018

Cifras relevantes al 2T18 y 2T17

(Cifras en millones de pesos)

	2T18	Margen %	2T17	Margen %	Var. %
Ventas netas	690.7	100.0%	679.4	100.0%	1.7%
Utilidad (Pérdida) bruta	369.8	53.5%	362.4	53.3%	2.0%
Utilidad (Pérdida) de operación	(11.2)	(1.6)%	(22.6)	(3.3)%	50.7%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(28.0)	(4.0)%	(37.4)	(5.5)%	25.2%
EBITDA	63.9	9.3%	55.5	8.2%	15.1%

Durante el segundo trimestre del año, las ventas netas registraron un crecimiento de 1.7% respecto al segundo trimestre del año anterior, alcanzando un monto de Ps\$690.7 mdp. La venta de alimentos y bebidas representó el 98.5% de los ingresos, cifra ligeramente superior a la registrada en el mismo trimestre del año anterior, cuando ésta representó el 96.9%. El resto de los ingresos se generaron por concepto de arrendamiento, estacionamiento y otros.

Durante este trimestre atendimos a 3.1 millones de comensales, lo que significó una disminución del 4.3% respecto al mismo trimestre del año anterior. El cheque promedio consolidado fue de Ps\$221.6 representando un incremento del 9.2% con respecto al mismo trimestre del año anterior. Este incremento se explica por el crecimiento de las marcas con mayor cheque promedio de nuestro portafolio, así como por alza natural de los precios y estrategias de venta sugestiva.

El costo de ventas fue de Ps\$320.9 representando un incremento del 1.3% en términos absolutos contra el mismo periodo del año anterior. A pesar del impacto por tipo de cambio y el incremento en los precios de insumos, el costo de ventas como porcentaje, se mantuvo por debajo del segundo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 2.0% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps\$362.4 mdp a Ps\$369.8 mdp.

Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización– ascendieron a Ps\$383.2 mdp, 3.7% mayor al segundo trimestre del año anterior, debido principalmente por afectación de la inflación en nuestros gastos fijos, las alzas constantes en servicios públicos, así como el incremento en nuestras unidades de negocio.

El EBITDA ascendió a Ps\$63.9 mdp respecto de los Ps\$55.5 mdp del segundo trimestre del año anterior, con un incremento de 15.1%. La pérdida neta se ubicó en Ps\$28.0 mdp al cierre del segundo trimestre del 2018.

Relación con Inversionistas

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



Relaciones Públicas

María Elena Cisneros
(55) 5263 6900 ext. 6971
mcisneros@cmr.mx

Unidades

Durante el segundo trimestre de 2018 se tuvieron 5 aperturas; 2 de ellas de la división de Cafeterías siendo Wings Acapulco y Nescafé Empresa, 2 Olive Garden correspondientes a Gran Plaza Guadalajara y Malecón Cancún y la apertura de Chilis Nuevo Sur II.

Apertura y cierres de restaurantes por división.

(Cifras en unidades)

Divisiones	1T18	Apertura	Cierre	2T18
Cafeterías	35	2	-	37
Mexicanos	8	-	1	7
Especializados	2	-	-	2
Chili's	69	1	2	68
Olive Garden	17	2	-	19
Red Lobster	5	-	-	5
Long Horn	1	-	-	1
The Capital Grille	2	-	-	2
Total unidades	139	5	3	141

Situación financiera, liquidez y recursos de capital

Flujo de efectivo al 30 de Junio 2018 y 2017

(Cifras en millones de pesos)

	2018	2017
Utilidad o pérdida neta	(62.3)	(79.2)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	172.7	113.8
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(134.4)	(157.6)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	316.2	73.9
Disminución de efectivo y equivalentes de efectivo	292.3	(49.1)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	62.6	95.6
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	354.9	46.5

Pasivo con costo

Al cierre del segundo trimestre de 2018, el pasivo con costo fue de Ps\$758 mdp, monto 11.2% menor a los Ps\$854.0 mdp del año anterior. El pasivo a largo plazo representa el 81.6% de la deuda con costo total.

Pasivo con costo

(Cifras en millones de pesos)

Tipo de crédito	JUN-18	Margen %	DIC-17	Margen %	Var. %
Créditos bancarios a corto plazo	\$139.3	18.4%	\$130.0	15.2%	7.2%
Créditos bancarios a largo plazo	\$618.7	81.6%	\$724.0	84.8%	(14.6)%
Total deuda con costo	\$758.0	100.0%	\$854.0	100.0%	(11.2)%

Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps\$137 mdp. Este monto fue destinado a la remodelación de 8 unidades operando y a la construcción de nuevas unidades, contribuyendo a la consolidación de marcas propias e importadas con nuestros socios comerciales Brinker international, Inc. y Darden Restaurants, Inc.

Flujo de Efectivo

Durante el 2T18, no se presentó ningún financiamiento externo ni la entrada de nuevos socios. Cabe señalar que la deuda total disminuyó a Ps\$758 mdp, derivado de la liquidación de deuda bancaria por Ps\$92.5 mdp.

Flujo de efectivo al 30 de Junio 2018 y 2017

(Cifras en millones de pesos)

	2018	2017
Utilidad o pérdida neta	(62.3)	(79.2)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	172.7	113.8
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(134.4)	(157.6)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	316.2	73.9
Disminución de efectivo y equivalentes de efectivo	292.3	(49.1)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	62.6	95.6
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	354.9	46.5

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 comensales, 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. Al cierre del segundo trimestre de 2018, la deuda neta de CMR se ubicó en Ps\$758 mdp.

Indicadores financieros	2T18	2T17
EBITDA / Intereses pagados	3.7x	3.6x
Deuda neta / EBITDA (12M)	1.7x	3.8x
Pasivo total / Capital contable	1.3x	2.1x

Indicadores bursátiles	2T18	2T17
P / VL	1.1x	2.9x
EV / EBITDA (12M)	6.8x	13.5x
Valor en libros por acción al cierre (Ps\$)	4.4	2.9
Utilidad por acción (Ps\$)	(0.2)	(0.3)
Precio por acción al cierre (Ps\$)	4.9	8.2
Acciones en circulación (millones)	249.9	249.9

Programa de recompra de acciones

Al 30 de Junio de 2018, 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.

Estado de resultados trimestral 2T18 Y 2T17						
(Miles de pesos)	2T18	Margen%	2T17	Margen%	Var. %	pbs
Ventas netas	690,745	100.0%	679,383	100.0%	1.7%	0 bps
Costo de ventas	320,942	46.5%	316,961	46.7%	1.3%	-19 bps
Utilidad (Pérdida) bruta	369,803	53.5%	362,422	53.3%	2.0%	19 bps
SG&A	383,175	55.5%	369,462	54.4%	3.7%	109 bps
Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto	(13,372)	-1.9%	(7,040)	-1.0%	89.9%	-90 bps
Otros ingresos y (gastos), neto	2,216	-0.3%	(15,591)	2.3%	-114.2%	-262 bps
Utilidad (Pérdida) de operación	(11,156)	1.6%	(22,631)	3.3%	-50.7%	-172 bps
Resultado integral de financiamiento , neto	(16,819)	2.4%	(14,760)	2.2%	13.9%	26 bps
Intereses pagados	(16,413)	2.4%	(15,513)	2.3%	5.8%	9 bps
Intereses ganados	2,280	-0.3%	1,084	-0.2%	110.3%	-17 bps
Ganancia / pérdida cambiaria	(2,686)	0.4%	(331)	0.0%	711.5%	34 bps
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	(27,975)	-4.0%	(37,391)	-5.5%	25.2%	145 bps
Utilidad (Pérdida) antes de las operaciones discontinuadas	(27,975)	-4.0%	(37,417)	-5.5%	25.2%	146 bps
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	(27,975)	-4.0%	(37,417)	-5.5%	25.2%	146 bps
Participación minoritaria	-	0.0%	(1,271)	-0.2%	100.0%	19 bps
Resultado neto mayoritario	(27,975)	-4.0%	(36,146)	-5.3%	22.6%	127 bps
Depreciación & amortización	62,538	9.1%	59,929	8.8%	4.4%	23 bps
EBITDA	63,898	9.3%	55,492	8.2%	15.1%	108 bps

Relación con Inversionistas

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



Relaciones Públicas

María Elena Cisneros
 (55) 5263 6900 ext. 6971
mcisneros@cmr.mx

Estado de Situación Financiera al 30 de junio 2018 y al 31 de diciembre 2017		
(Miles de pesos)	JUN-18	DIC-17
ACTIVO		
Efectivo y equivalentes de efectivo	354,968	62,604
Instrumentos Financieros	5,285	5,285
Cuentas por cobrar	113,292	113,709
Inventarios	66,999	67,488
Pagos anticipados	25,779	15,899
Activo circulante	566,323	264,985
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	1,295,990	1,298,415
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	159,690	158,273
Impuestos diferidos	444,127	444,127
TOTAL ACTIVO	2,498,250	2,197,920
PASIVO		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	139,363	129,997
Instrumentos financieros	10,757	10,757
Cuentas por pagar a proveedores	258,488	241,292
Impuestos y gastos acumulados	260,823	265,281
Anticipos de clientes	15,738	10,953
Pasivo circulante	685,304	658,280
Pasivo a largo plazo	618,682	724,042
Beneficios a empleados	70,423	64,104
Impuestos a la utilidad diferidos	18,442	32,625
TOTAL PASIVO	1,392,851	1,479,051
CAPITAL CONTABLE	1,105,399	718,869
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	2,498,250	2,197,920

Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 141 restaurantes distribuidos en toda la República Mexicana. Ofrece un sólido portafolio de poderosas marcas, con diferentes propuestas gastronómicas y de ambiente: Wings, La Destilería, El Lago, Bistró Chapultepec, Nescafé, Chili's, Olive Garden, Red Lobster y The Capital Grille. 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

María Elena Cisneros
 (55) 5263 6900 ext. 6971
mcisneros@cmr.mx