EVENTO RELEVANTE

Bolsa Institucional de Valores BIVA

FECHA DE PUBLICACIÓN: 29/10/2026

DATOS GENERALES

CLAVE COTIZACIÓN	CMR
RAZÓN SOCIAL	CMR, S.A.B. DE C.V.
TIPO DE EVENTO RELEVANTE	Otros eventos relevantes

DETALLE DEL EVENTO

LUGAR	Ciudad de México, a 30 de septiembre de 2026.
ASUNTO	Resultados 3º Trimestre 2026



CMR, S.A.B. de C.V.

Resultados 3° Trimestre 2026

Índice

Comentarios de la Gerencia

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

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

- Estrategia
- Estandarización
- Mercadotecnia
- Financiamiento

Información a revelar sobre los recursos, riesgos y relaciones más significativos de la entidad

- Nuestros principales recursos se basan en
- Nuestros riesgos
- Relaciones más significativas de la entidad

Resultados de las operaciones y perspectivas

- Análisis de resultados correspondientes al tercer trimestre de 2026
- Análisis de resultados correspondientes al acumulado a septiembre de 2026
- Unidades

Situación financiera, liquidez y recursos de capital

- Pasivo con costo
- Inversiones
- Flujo de Efectivo
- Reconocimiento inicial IFRS 16 “Arrendamientos”

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

- Programa de recompra de acciones
- Analista independiente
- Declaraciones sobre expectativas

Acerca de CMR

Ciudad de México, a 30 de septiembre de 2026. CMR, S.A.B. de C.V. y subsidiarias (BMV: CMRB) (CMR o la Compañía), cadena líder en México en la industria restaurantera, anuncia sus resultados del Tercer Trimestre de 2026, con información preparada de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés) emitidas por el Consejo Internacional de Normas de Información Financiera (IASB por sus siglas en inglés).

Comentarios de la Gerencia

Entorno y Resultados

Durante el tercer trimestre de 2026, el entorno de consumo en México mostró señales de desaceleración comercial, aunado a una disminución en el tráfico de pasajeros en los aeropuertos del país, factores que moderaron el ritmo de crecimiento de las ventas. Ante este escenario, nuestros esfuerzos continúan enfocados en fortalecer la operación de los restaurantes, elevar la experiencia de nuestros invitados, avanzar en el programa de remodelaciones y consolidar las capacidades comerciales de Nova Foods.

A pesar de este entorno, CMR mantuvo un desempeño positivo durante el tercer trimestre del año. Los ingresos a mismas tiendas crecieron 1.9% respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que los ingresos totales alcanzaron Ps$1,036.4 millones, lo que representó un crecimiento de 6.8% anual.

El EBITDA del trimestre se ubicó en Ps$195.7 millones, equivalente al 18.9% de los ingresos totales. La Compañía continúa enfocada en fortalecer su eficiencia operativa, optimizar su estructura de costos y preservar la rentabilidad de sus operaciones.

Estrategias Comerciales

Comunicación

Chili's impulsó su plataforma "3 para Mí", con su ya reconocida oferta de bebida, sopa o ensalada y plato fuerte, manteniendo su precio de entrada de $169 pesos y fortaleciendo su difusión a través de diversos medios de comunicación masiva.

Wings robusteció su oferta de "Comidas Completas desde $199" mediante la incorporación de cuatro nuevos platillos, apoyándose en diversos canales de comunicación, desde pantallas en aeropuertos hasta colaboraciones con influencers, lo que permitió que más de 6 mil viajeros disfrutaran de esta oferta durante el periodo.

Innovación

Olive Garden renovó su menú, incorporando más de 15 nuevos productos en las categorías más relevantes de la marca. Entre las principales innovaciones destaca el lanzamiento del concepto "Crea tu propia Pasta", que permite a los invitados personalizar su platillo mediante la selección de pasta, salsa y proteína, propuesta que ha registrado una favorable aceptación entre los consumidores.

Sushiitto renovó su sitio web con el objetivo de fortalecer la cercanía con sus consumidores y mejorar su experiencia digital, facilitando la navegación y el acceso a su oferta gastronómica, contenidos, lanzamientos e información sobre franquicias. Asimismo, incorporó una plataforma de comercio electrónico y desarrolló WhatsApp como canal de comunicación para facilitar la generación de pedidos a domicilio.

Fundación CMR y ESG

CMR continuó impulsando iniciativas de gestión ambiental, destacando la recuperación de 42,318 litros de aceite vegetal usado y el reciclaje de 126,075 palillos en Sushiitto, acciones que representaron un ahorro reportado de 6.14 toneladas de CO□e.

Adicionalmente, se avanzó en la implementación de paneles solares en Sushiitto Olivar de los Padres, que se convertirá en el primer restaurante de CMR en incorporar esta tecnología, reafirmando el compromiso de la Compañía con la eficiencia energética y la sostenibilidad de sus operaciones.

En materia de responsabilidad social, Fundación CMR continúa beneficiando diariamente a más de 10 mil niños en situación vulnerable, logrando recaudar $9 millones de pesos mediante diversas actividades e iniciativas de apoyo.

Nova Foods

Durante el tercer trimestre de 2026, Novalimentos incrementó sus ventas en Ps$8.7 millones respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un crecimiento de 2.6%. Continuamos fortaleciendo las estrategias comerciales y de producción implementadas en 2025, cuya ejecución se mantiene durante 2026 como parte del Plan Maestro de

Crecimiento de Novalimentos, con el objetivo de impulsar su desarrollo comercial, fortalecer sus capacidades productivas y mejorar la eficiencia de sus operaciones.

Perspectivas

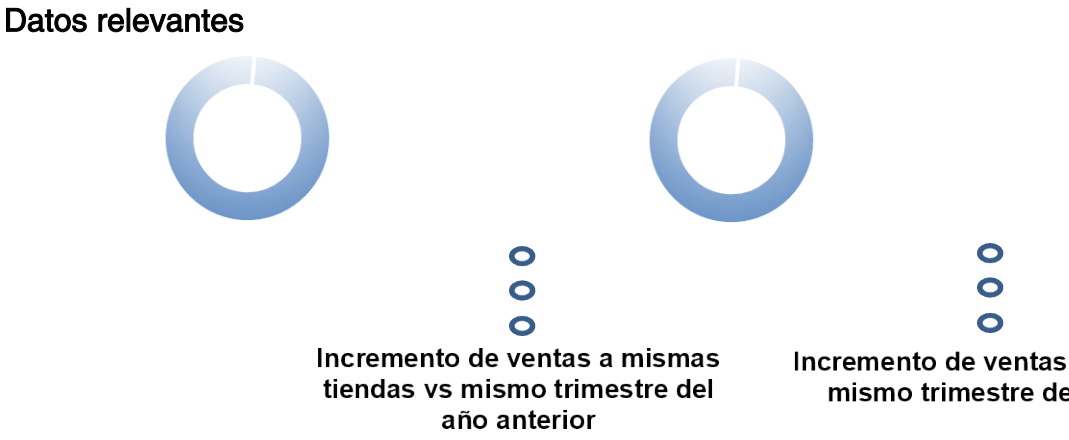
"Continuaremos enfocando nuestros esfuerzos en fortalecer el posicionamiento de nuestras marcas, optimizar la rentabilidad de nuestros activos e impulsar nuevas oportunidades de crecimiento rentable.

Nuestro compromiso es consolidar una compañía más eficiente, enfocada en la excelencia operativa y con una disciplina constante en la asignación de capital, con el objetivo de generar valor sostenible para nuestros accionistas.

Nuestra prioridad es fortalecer la competitividad de nuestras marcas, maximizar el potencial de nuestros activos y consolidar las bases para un crecimiento rentable y sostenible".

Declaró Alejandro Elizondo Rodríguez, Presidente Ejecutivo de CMR.

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



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

En CMR reiteramos nuestro compromiso con el crecimiento del negocio, así como del país, al desarrollar servicios que vayan dirigidos a satisfacer las principales necesidades y oportunidades de consumo de los comensales, sin perder de vista mejoras en rentabilidad y el bienestar de nuestros colaboradores y medio ambiente.

Estamos convencidos que el adoptar la responsabilidad social y sustentabilidad dentro de los ejes del negocio es fundamental para posicionarnos en un mundo altamente cambiante; por lo que se crearon iniciativas con esfuerzos transversales a las diferentes áreas de la compañía, a través de un armónico desempeño económico, social y ambiental; tales como el programa de eficiencia energética, uso de empaques biodegradables/reciclables, recolección de aceite quemado para transformarlo en biodiesel (un combustible amigable con el medio ambiente), el programa de inclusión laboral a personas con discapacidad e inmigrantes, entre otros.

De igual forma, continuamos con nuestro enfoque en el capital humano, reconociendo su vital importancia, ya que son quienes constituyen la fuerza de CMR, apegados a una Cultura Orientada a la Responsabilidad.

Ante los cambios ambientales, políticos, sociales y económicos cada día más retadores, el ingenio es un ingrediente clave que nos permite generar estrategias para hacer frente a estas problemáticas, fortaleciendo todas nuestras marcas con mejoras operativas, provenientes de la optimización de nuestra cadena de suministro, el comisariato y la consolidación de nuestras mediciones de desempeño operativo.

Estrategia:

Nuestra estrategia ha sido fortalecer los fundamentos de un crecimiento a largo plazo de manera sana, esto se refleja, entre otros factores, en el total de restaurantes de la Compañía, que al cierre del trimestre fueron 129 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.

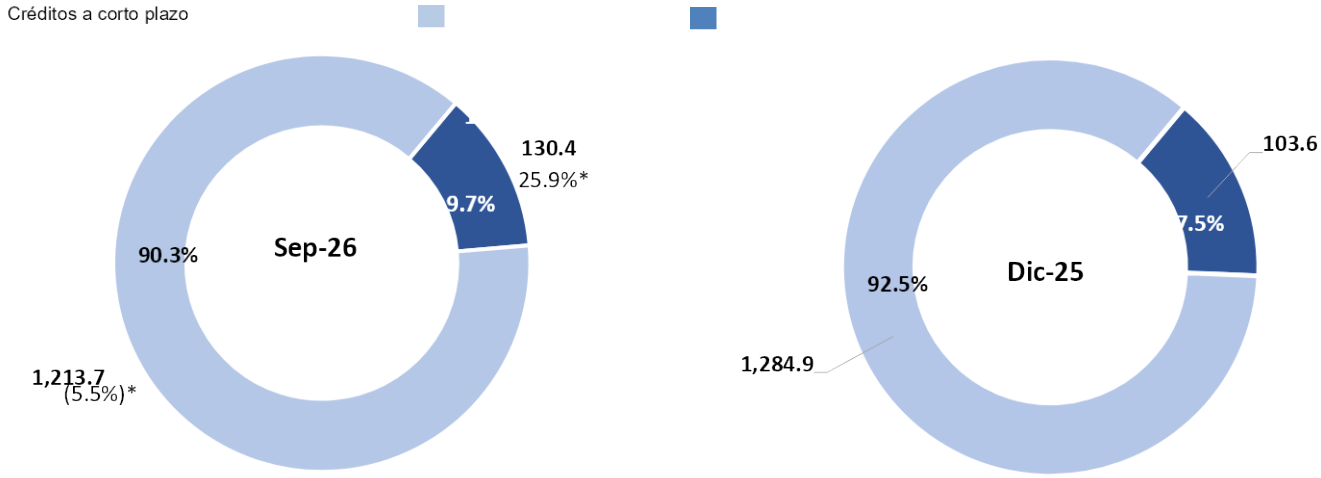
Mercadotecnia:

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

Financiamiento:

Al cierre del tercer trimestre de 2026, el pasivo con costo por créditos bancarios fue de Ps$1,344.0 mdp, monto 3.2% menor a los Ps$1,388.4 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 90.3% de la deuda con costo total.



*Crecimiento (Decremento) vs mismo periodo del año anterior

(en millones de pesos)

Pasivos con costo

Tipo de crédito	sep-26	Part. %	dic-25	Part. %	Var. %
Total, deuda con costo	$ 1,344.0	100.0%	$ 1,388.4	100.0%	(3.2%)

Información a revelar sobre los recursos, riesgos y relaciones más significativos de la entidad

Nuestros principales recursos se basan en:

- El desarrollo de nuestro talento interno
- El posicionamiento de nuestras marcas
- Nuestras campañas de lealtad
- Crecimiento en los niveles de servicio
- Exitosas campañas de publicidad
- La medición más exacta y continua del grado de satisfacción de nuestros clientes

•Los mejores sistemas informáticos
•Continuo mejoramiento operativo
• Fortalecimiento de alianzas estratégicas con nuestros proveedores

Nuestros riesgos:

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

Relaciones más significativas de la entidad:

Entidad	Fecha	Acuerdo	Segmento	Marcas	Territorio
Brinker International	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.
DARDEN	Agosto 2011	Desarrollo de franquicias.	Casual Dining.	Olive Garden y The Capital Grille.	Nacional.

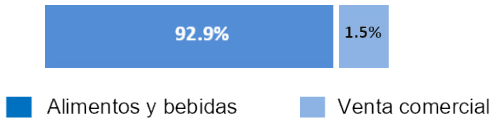
Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al tercer trimestre de 2026

Cifras relevantes al 3T26 y 3T25

($ en millones de pesos)	3T26		3T25		Cr.
	$	Margen%	$	Margen%	%
Ventas netas	1,036.4	100.0%	970.4	100.0%	6.8%
Utilidad (Pérdida) bruta	597.0	57.6%	547.3	56.4%	9.1%
Utilidad (Pérdida) de operación	52.8	5.1%	66.3	6.8%	(20.4%)
(Pérdida) Utilidad neta consolidada	(12.2)	(1.2%)	(37.8)	(3.9%)	67.8%
EBITDA	195.7	18.9%	292.3	30.1%	(33.1%)

Durante el tercer trimestre del año, las ventas netas registraron un incremento de 6.8% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps$1,036.4 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 92.9% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 1.5%. El resto de los ingresos se generaron por concepto de venta de otros, servicios de franquicias y arrendamiento.



El costo de ventas fue de Ps$439.4 mdp, 3.8% mayor en términos absolutos. El margen de costo de ventas alcanzó un 42.4%, menor en 121 bps comparado con el mismo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 9.1% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps$547.3 mdp a Ps$597.0 mdp.

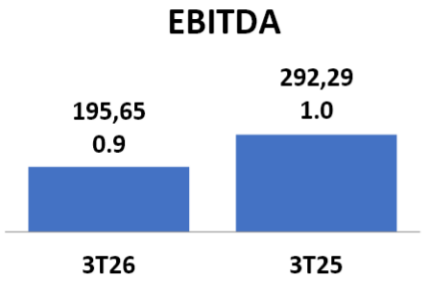
Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización— fueron de Ps$539.8 mdp, presentando un incremento de 21.6% respecto al mismo periodo del año anterior, presentamos un incremento en el margen por 634 bps, pasando de 45.7% a 52.1%.

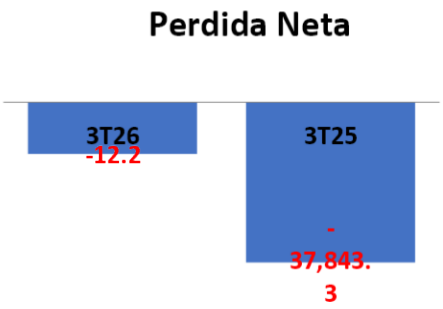
Por lo anterior, generamos una utilidad de operación de Ps$52.8 mdp, 20.4% menor a la utilidad de operación de Ps$66.3 mdp del mismo periodo del año anterior.

El EBITDA descendió a Ps$195.7 mdp respecto de los Ps$292.3 mdp del tercer trimestre del año anterior, presentando un decremento de 33.1%.

La pérdida neta se ubicó en -Ps$12.2 mdp, presentando un decremento contra la pérdida neta de Ps$37.8 mdp, 67.8% 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 a septiembre de 2026

Cifras relevantes acumulado a septiembre 2026 y 2025

($ en millones de pesos)	Acum Sep 26		Acum Sep 25		Cr.
	$	Margen%	$	Margen%	%
Ventas netas	2,982.3	100.0%	2,853.3	100.0%	4.5%
Utilidad (Pérdida) bruta	1,690.0	56.7%	1,604.8	56.2%	5.3%
Utilidad (Pérdida) de operación	154.3	5.2%	184.3	6.5%	(16.3%)
(Pérdida) Utilidad neta consolidada	(56.0)	(1.9%)	(40.2)	(1.4%)	(39.3%)
EBITDA	568.4	19.1%	599.8	21.0%	(5.2%)

Durante el periodo acumulado a septiembre 2026, las ventas netas registraron un incremento de 4.5% respecto al año anterior, alcanzando un monto de Ps$2,982.3 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 95.5% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 1.7% de los ingresos. El resto de los ingresos se generaron por concepto de servicios de franquicias, arrendamiento y otros.

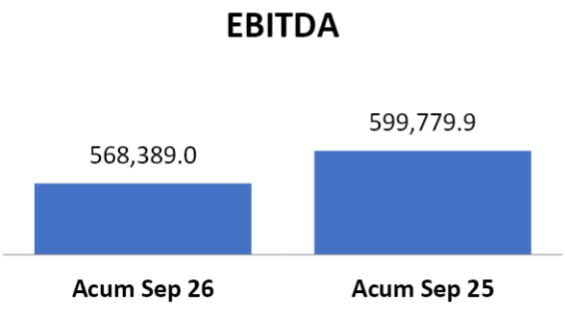
El costo de ventas fue de Ps$1,292.3 mdp, 3.5% mayor en términos absolutos. El margen en costo de ventas alcanzó un 43.3%, menor en 42 bps comparado con el mismo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 5.3% respecto al año anterior, pasando de Ps$1,604.8 mdp a Ps$1,690.0 mdp.

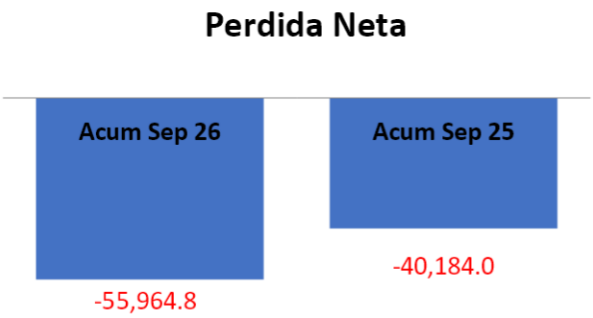
Los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización— fueron de Ps$1,536.4 mdp, presentando un incremento de 8.3% respecto al año anterior. Presentamos un incremento en el margen por 178 bps, pasando de 49.7% a 51.5%.

Al cierre de septiembre, generamos una utilidad de operación de Ps$154.3 mdp, 16.3% menor a la utilidad de operación de Ps$184.3 mdp del mismo periodo del año anterior, presentando un decremento en el margen de 129 bps, pasando de 6.5% a 5.2%.

El EBITDA descendió a Ps$568.4 mdp respecto de los Ps$599.8 mdp del año anterior, presentando un decremento de 5.2%.

La pérdida neta se ubicó en -Ps$56.0 mdp, mayor a la perdida de -Ps$40.2 mdp al cierre acumulado de septiembre de 2025.





Unidades

Durante el tercer trimestre de 2026 hubo un cierre de tienda de la división Red Lobster.

Divisiones	2T26	Apertura	Cierre	3T26
chili's	57	-	-	57
WINGS Aero / Fly by WINGS	17	-	-	17
La Destilería, Lago, Capital, Bistro, NUBE-7	8	-	-	8
WINGS Metro	2	-	-	2
Olive Garden	12	-	-	12
RED LOBSTER	1	-	1	-
sushiitto	33	-	-	33
cmr Propias	**130**	**-**	**1**	**129**
Franquicias Nacionales	88	-	6	82

Franquicias Internacionales	17	-	-	17
Total, Franquicias	105	-	6	99
Totales	**235**	**-**	**7**	**228**

Situación financiera, liquidez y recursos de capital

Pasivo con costo

Al cierre de septiembre de 2026, el pasivo con costo por créditos bancarios fue de Ps$1,344.0 mdp, monto (3.2%) menor a los Ps$1,388.4 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 90.3% de la deuda con costo total.

(en millones de pesos)

Pasivos con costo

Tipo de crédito	sep-26	Part. %	dic-25	Part. %	Var. %
Total, deuda con costo	$1,344.0	100.0%	$1,388.4	100.0%	(3.2%)

Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps$79.1 mdp. Este monto fue destinado a mantenimiento, reemplazo de equipos y remodelaciones.

Flujo de Efectivo

Flujo de efectivo al 30 de septiembre de 2026 y 2025

($ en millones de pesos)	2026	2025
(Pérdida) o utilidad neta	(56.0)	(40.2)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	544.4	449.1
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(74.8)	(103.3)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(481.8)	(393.0)
(Disminución) o Incremento de efectivo y equivalentes de efectivo	(12.2)	(47.2)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	81.4	124.1
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	**69.2**	**76.8**

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:

a) El reconocimiento del activo por derecho de uso es por Ps$731.8 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps$778.0 mdp.

b) Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps$283.9mdp y los intereses por Ps$72.9 mdp sobre los pasivos por arrendamiento en el estado consolidado de resultados;

c) Separará la cantidad total de efectivo pagado en una porción principal e intereses Ps$340.3 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 tercer trimestre de 2026, la deuda total de CMR se ubicó en Ps$1,344.0 mdp.

Indicadores financieros	3T26	3T25
EBITDA / Intereses pagados	3.2x	2.9x
Deuda neta / EBITDA (12M)	1.6x	1.6x
Pasivo total / Capital contable	9.1x	8.4x
Activo circulante / Pasivo circulante	0.6x	0.6x
Prueba ácida	0.5x	0.4x

Indicadores bursátiles	3T26	3T25

P / VL	2.1x	2.2x
EV / EBITDA (12M)	2.5x	2.7x
Valor en libros por acción al cierre (Ps$)	0.6	0.7
(Pérdida) Utilidad por acción (Ps$)	(0.10)	(0.07)
Precio por acción al cierre (Ps$) *	1.36	1.64
Acciones en circulación (millones)**	537.6	537.6

Notas:

** La acción presentó movimientos inusitados durante el año que responden a movimientos naturales del mercado bursátil, sin que existe información relevante no revelada por la compañía.*

*** Se refiere a las acciones que se encuentran en circulación en poder de casas de bolsa y no considera las acciones en el fondo de recompra*

Programa de recompra de acciones

Al 30 de septiembre de 2026, el Fondo de Recompra reportó 10,986,306 títulos.

Analista independiente

De conformidad con la reforma al reglamento interior de la Bolsa Mexicana de Valores en materia de analista independiente y cobertura de análisis, CMR, S.A.B. de C.V., informa que cuenta con cobertura de análisis por parte de GBM, Grupo Bursátil Mexicano, S.A.B. de C.V., Casa de Bolsa.

Declaraciones sobre expectativas

Este reporte puede incluir ciertas expectativas de resultados sobre CMR, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias y/o afiliadas. Dichas proyecciones dependen de las consideraciones de la Administración de CMR, S.A.B. de C.V. y están basadas en información actual y conocida; sin embargo, las expectativas podrían variar debido a hechos, circunstancias y eventos fuera del control de CMR, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias y/o afiliadas.

Estado de resultados trimestral 3T26 Y 3T25				
(Miles de pesos)	3T26	Margen%	3T25	Margen%
Ventas netas	**1,036,351**	**100.0%**	**970,443**	**100.0%**
Costo de ventas	439,395	42.4%	423,152	43.6%
Utilidad (Pérdida) bruta	**596,956**	**57.6%**	**547,291**	**56.4%**
SG&A	539,794	52.1%	443,917	45.7%
Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto	**57,162**	**5.5%**	**103,374**	**10.7%**
Otros ingresos y (gastos), neto	(4,337)	(0.4%)	(37,029)	(3.8%)
Utilidad (Pérdida) de operación	52,825	5.1%	66,345	6.8%
Resultado integral de financiamiento , neto	(56,708)	(5.5%)	(96,471)	(9.9%)
Intereses pagados	(56,145)	(5.4%)	(102,913)	(10.6%)
Intereses ganados	1,640	0.2%	2,403	0.2%
Ganancia / pérdida cambiaria	(4,417)	(0.4%)	(115)	(0.0%)
Otros gastos financieros	2,214	0.2%	4,154	0.4%
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	**(3,883)**	**(0.4%)**	**(30,126)**	**(3.1%)**
Impuestos a la utilidad	8,317	0.8%	7,717	0.8%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	**(12,200)**	**(1.2%)**	**(37,843)**	**(3.9%)**
Participacion minoritaria	-		-	
Resultado neto mayoritario	**(12,200)**	**(1.2%)**	(37,843)	**(3.9%)**
Depreciación & amortización	141,822	13.7%	217,212	22.4%
EBITDA	**195,651**	**18.9%**	**292,291**	**30.1%**

Estado de resultados acumulado a septiembre 2026 y 2025				
(Miles de pesos)	3T26 Acumulado	Margen%	3T25 Acumulado	Margen%
Ventas netas	**2,982,324**	**100.0%**	**2,853,278**	**100.0%**
Costo de ventas	1,292,336	43.3%	1,248,469	43.8%
Utilidad (Pérdida) bruta	**1,689,988**	**56.7%**	**1,604,809**	**56.2%**
SG&A	1,536,388	51.5%	1,419,166	49.7%
Utilidad (Pérdida) antes de otros ingresos y gastos, neto	**153,600**	**5.2%**	**185,643**	**6.5%**
Otros ingresos y (gastos), neto	713	0.0%	(1,301)	(0.0%)
Utilidad (Pérdida) de operación	154,313	5.2%	184,342	6.5%
Resultado integral de financiamiento , neto	(189,089)	(6.3%)	(204,537)	(7.2%)
Intereses pagados	(190,381)	(6.4%)	(227,056)	(8.0%)
Intereses ganados	4,256	0.1%	13,871	0.5%
Ganancia / pérdida cambiaria	(5,178)	(0.2%)	(625)	(0.0%)
Otros gastos financieros	2,214	0.1%	9,273	0.3%
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	**(34,776)**	**(1.2%)**	**(20,195)**	**(0.7%)**
Impuestos a la utilidad	21,189	0.7%	19,989	0.7%
Utilidad (Pérdida) antes de operaciones discontinuadas	**(55,965)**	**(1.9%)**	**(40,184)**	**(1.4%)**
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	**(55,965)**	**(1.9%)**	**(40,184)**	**(1.4%)**
Participación minoritaria	-		-	
Resultado neto mayoritario	**(55,965)**	**(1.9%)**	**(40,184)**	**(1.4%)**
Depreciación & amortización	400,593	13.4%	393,307	13.8%
EBITDA	**568,389**	**19.1%**	**599,780**	**21.0%**

Balance General al 30 de septiembre de 2026 y al 31 de diciembre de 2025		
(Miles de pesos)	SEP-26	DIC-25
ACTIVO		
Efectivo y equivalentes de efectivo	69,207	81,448
Cuentas por cobrar	468,907	416,006
Inventarios	168,850	161,221
Instrumentos Financieros	4,763	-
Pagos anticipados	52,968	23,637
Activo circulante	**764,695**	**682,312**
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	646,016	705,880
Activo por derecho de uso	731,784	989,226
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	767,908	764,775
Instrumentos Financieros	-	-
Impuestos diferidos	507,332	541,395
TOTAL ACTIVO	**3,449,855**	**3,715,708**
PASIVO		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	130,363	103,550
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	343,478	343,478
Instrumentos financieros	-	1,796
Cuentas por pagar a proveedores	592,727	499,245
Acreedores Diversos	-	-
Impuestos y gastos acumulados	222,263	253,472
Anticipos de clientes	2,813	3,087
Pasivo circulante	**1,291,644**	**1,204,628**
Pasivo a largo plazo	1,213,659	1,284,860
Acreedores diveros a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	434,519	681,593
Beneficios a empleados	148,300	127,807
Impuestos a la utilidad diferidos	20,783	20,783
TOTAL PASIVO	**3,108,905**	**3,319,671**
CAPITAL CONTABLE	**340,950**	**396,037**
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	**3,449,855**	**3,715,708**

Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 129 restaurantes propios y 99 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, Sala Gastronómica, The Capital Grille y Sushi Itto. CMR cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1997 bajo la clave de pizarra CMRB.

Documento adjunto



CMR, S.A.B. de C.V.

Resultados 3° Trimestre 2026

Relación con Inversionistas
Anabel Rios Bautista
(55) 5263 6900 ext. 1016
arios@cmr.mx

Relaciones Públicas
Adrian Armas Chavez
(55) 5263 6900
adrian.armas@cmr.mx

Índice

Comentarios de la Gerencia 3

CMR, S.A.B. de C.V. anuncia resultados del Tercer Trimestre de 2026 5

Información a revelar sobre los objetivos de la gerencia y sus estrategias para alcanzar esos objetivos 5

Estrategia 6

Estandarización 6

Mercadotecnia 6

Financiamiento 7

Información a revelar sobre los recursos, riesgos y relaciones más significativos de la entidad 7

Nuestros principales recursos se basan en 7

Nuestros riesgos 8

Relaciones más significativas de la entidad 8

Resultados de las operaciones y perspectivas 9

Análisis de resultados correspondientes al tercer trimestre de 2026 9

Análisis de resultados correspondientes al acumulado a septiembre de 2026 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” 12

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 30 de septiembre de 2026. CMR, S.A.B. de C.V. y subsidiarias (BMV: CMRB) (CMR o la Compañía), cadena líder en México en la industria restaurantera, anuncia sus resultados del Tercer Trimestre de 2026, con información preparada de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés) emitidas por el Consejo Internacional de Normas de Información Financiera (IASB por sus siglas en inglés).

Relación con Inversionistas
Anabel Rios Bautista
(55) 5263 6900 ext. 1016
arios@cmr.mx

Relaciones Públicas
Adrian Armas Chavez
(55) 5263 6900
adrian.armas@cmr.mx

Comentarios de la Gerencia

Entorno y Resultados

Durante el tercer trimestre de 2026, el entorno de consumo en México mostró señales de desaceleración comercial, aunado a una disminución en el tráfico de pasajeros en los aeropuertos del país, factores que moderaron el ritmo de crecimiento de las ventas. Ante este escenario, nuestros esfuerzos continúan enfocados en fortalecer la operación de los restaurantes, elevar la experiencia de nuestros invitados, avanzar en el programa de remodelaciones y consolidar las capacidades comerciales de Nova Foods.

A pesar de este entorno, CMR mantuvo un desempeño positivo durante el tercer trimestre del año. Los ingresos a mismas tiendas crecieron 1.9% respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que los ingresos totales alcanzaron Ps$1,036.4 millones, lo que representó un crecimiento de 6.8% anual.

El EBITDA del trimestre se ubicó en Ps$195.7 millones, equivalente al 18.9% de los ingresos totales. La Compañía continúa enfocada en fortalecer su eficiencia operativa, optimizar su estructura de costos y preservar la rentabilidad de sus operaciones.

Estrategias Comerciales

Comunicación

Chili's impulsó su plataforma "3 para Mí", con su ya reconocida oferta de bebida, sopa o ensalada y plato fuerte, manteniendo su precio de entrada de $169 pesos y fortaleciendo su difusión a través de diversos medios de comunicación masiva.

Wings robusteció su oferta de "Comidas Completas desde $199" mediante la incorporación de cuatro nuevos platillos, apoyándose en diversos canales de comunicación, desde pantallas en aeropuertos hasta colaboraciones con influencers, lo que permitió que más de 6 mil viajeros disfrutaran de esta oferta durante el periodo.

Innovación

Olive Garden renovó su menú, incorporando más de 15 nuevos productos en las categorías más relevantes de la marca. Entre las principales innovaciones destaca el lanzamiento del concepto "Crea tu propia Pasta", que permite a los invitados personalizar su platillo mediante la selección de pasta, salsa y proteína, propuesta que ha registrado una favorable aceptación entre los consumidores.

Sushiitto renovó su sitio web con el objetivo de fortalecer la cercanía con sus consumidores y mejorar su experiencia digital, facilitando la navegación y el acceso a su oferta gastronómica, contenidos, lanzamientos e información sobre franquicias. Asimismo, incorporó una plataforma de comercio electrónico y desarrolló WhatsApp como canal de comunicación para facilitar la generación de pedidos a domicilio.

Fundación CMR y ESG

CMR continuó impulsando iniciativas de gestión ambiental, destacando la recuperación de 42,318 litros de aceite vegetal usado y el reciclaje de 126,075 palillos en Sushiitto, acciones que representaron un ahorro reportado de 6.14 toneladas de CO_2e.

Adicionalmente, se avanzó en la implementación de paneles solares en Sushiitto Olivar de los Padres, que se convertirá en el primer restaurante de CMR en incorporar esta tecnología, reafirmando el compromiso de la Compañía con la eficiencia energética y la sostenibilidad de sus operaciones.

En materia de responsabilidad social, Fundación CMR continúa beneficiando diariamente a más de 10 mil niños en situación vulnerable, logrando recaudar $9 millones de pesos mediante diversas actividades e iniciativas de apoyo.

Nova Foods

Durante el tercer trimestre de 2026, Novalimentos incrementó sus ventas en Ps$8.7 millones respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un crecimiento de 2.6%. Continuamos fortaleciendo las estrategias comerciales y de producción implementadas en 2025, cuya ejecución se mantiene durante 2026 como parte del Plan Maestro de Crecimiento de Novalimentos, con el objetivo de impulsar su desarrollo comercial, fortalecer sus capacidades productivas y mejorar la eficiencia de sus operaciones.

Relación con Inversionistas
Anabel Rios Bautista
(55) 5263 6900 ext. 1016
arios@cmr.mx

Relaciones Públicas
Adrian Armas Chavez
(55) 5263 6900
adrian.armas@cmr.mx

Perspectivas
"Continuaremos enfocando nuestros esfuerzos en fortalecer el posicionamiento de nuestras marcas, optimizar la rentabilidad de nuestros activos e impulsar nuevas oportunidades de crecimiento rentable.

Nuestro compromiso es consolidar una compañía más eficiente, enfocada en la excelencia operativa y con una disciplina constante en la asignación de capital, con el objetivo de generar valor sostenible para nuestros accionistas.

Nuestra prioridad es fortalecer la competitividad de nuestras marcas, maximizar el potencial de nuestros activos y consolidar las bases para un crecimiento rentable y sostenible".

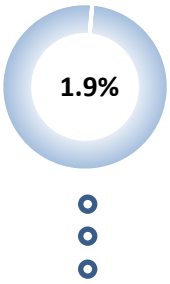
Declaró Alejandro Elizondo Rodríguez, Presidente Ejecutivo de CMR.

Relación con Inversionistas
Anabel Rios Bautista
(55) 5263 6900 ext. 1016
arios@cmr.mx

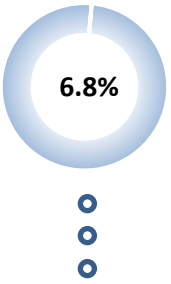
Relaciones Públicas
Adrian Armas Chavez
(55) 5263 6900
adrian.armas@cmr.mx

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

Datos relevantes



Incremento de ventas a mismas tiendas vs mismo trimestre del año anterior



Incremento de ventas netas vs mismo trimestre del 2025

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
Anabel Rios Bautista
(55) 5263 6900 ext. 1016
arios@cmr.mx

Relaciones Públicas
Adrian Armas Chavez
(55) 5263 6900
adrian.armas@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 129 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.

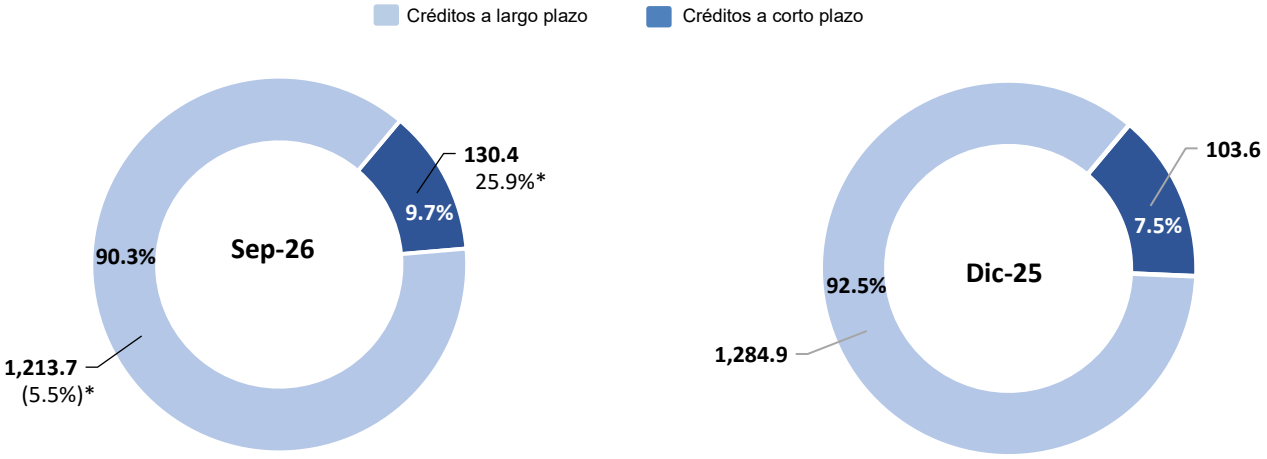
Mercadotecnia:

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

Financiamiento:

Al cierre del tercer trimestre de 2026, el pasivo con costo por créditos bancarios fue de Ps$1,344.0 mdp, monto 3.2% menor a los Ps$1,388.4 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 90.3% de la deuda con costo total.



*Crecimiento (Decremento) vs mismo periodo del año anterior

(en millones de pesos)

Pasivos con costo

Tipo de crédito	sep-26	Part. %	dic-25	Part. %	Var. %
Total, deuda con costo	**$ 1,344.0**	**100.0%**	**$ 1,388.4**	**100.0%**	**(3.2%)**

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
Anabel Rios Bautista
(55) 5263 6900 ext. 1016
arios@cmr.mx

Relaciones Públicas
Adrian Armas Chavez
(55) 5263 6900
adrian.armas@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
Brinker International	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.
Darden	Agosto 2011	Desarrollo de franquicias.	Casual Dining.	Olive Garden y The Capital Grille.	Nacional.

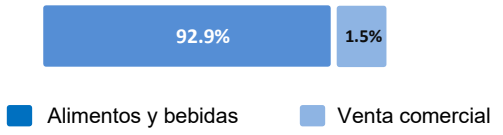
Resultados de las operaciones y perspectivas

Análisis de resultados correspondientes al tercer trimestre de 2026

Cifras relevantes al 3T26 y 3T25

($ en millones de pesos)	3T26		3T25		Cr.
	$	Margen%	$	Margen%	%
Ventas netas	1,036.4	100.0%	970.4	100.0%	6.8%
Utilidad (Pérdida) bruta	597.0	57.6%	547.3	56.4%	9.1%
Utilidad (Pérdida) de operación	52.8	5.1%	66.3	6.8%	(20.4%)
(Pérdida) Utilidad neta consolidada	(12.2)	(1.2%)	(37.8)	(3.9%)	67.8%
EBITDA	195.7	18.9%	292.3	30.1%	(33.1%)

Durante el tercer trimestre del año, las ventas netas registraron un incremento de 6.8% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando un monto de Ps$1,036.4 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 92.9% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 1.5%. El resto de los ingresos se generaron por concepto de venta de otros, servicios de franquicias y arrendamiento.



El costo de ventas fue de Ps$439.4 mdp, 3.8% mayor en términos absolutos. El margen de costo de ventas alcanzó un 42.4%, menor en 121 bps comparado con el mismo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 9.1% respecto al mismo trimestre del año anterior, pasando de Ps$547.3 mdp a Ps$597.0 mdp.

Al cierre del trimestre, los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización— fueron de Ps$539.8 mdp, presentando un incremento de 21.6% respecto al mismo periodo del año anterior, presentamos un incremento en el margen por 634 bps, pasando de 45.7% a 52.1%.

Por lo anterior, generamos una utilidad de operación de Ps$52.8 mdp, 20.4% menor a la utilidad de operación de Ps$66.3 mdp del mismo periodo del año anterior.

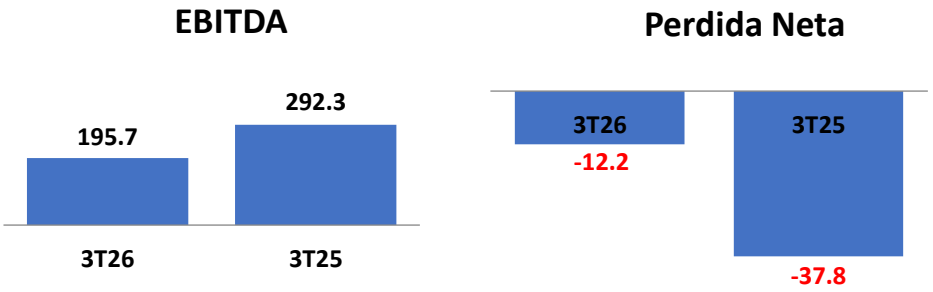
Relación con Inversionistas
Anabel Rios Bautista
(55) 5263 6900 ext. 1016
arios@cmr.mx

Relaciones Públicas
Adrian Armas Chavez
(55) 5263 6900
adrian.armas@cmr.mx

El EBITDA descendió a Ps$195.7 mdp respecto de los Ps$292.3 mdp del tercer trimestre del año anterior, presentando un decremento de 33.1%.

La pérdida neta se ubicó en -Ps$12.2 mdp, presentando un decremento contra la pérdida neta de Ps$37.8 mdp, 67.8% 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 a septiembre de 2026

Cifras relevantes acumulado a septiembre 2026 y 2025

($ en millones de pesos)	Acum Sep 26		Acum Sep 25		Cr.
	$	Margen%	$	Margen%	%
Ventas netas	2,982.3	100.0%	2,853.3	100.0%	4.5%
Utilidad (Pérdida) bruta	1,690.0	56.7%	1,604.8	56.2%	5.3%
Utilidad (Pérdida) de operación	154.3	5.2%	184.3	6.5%	(16.3%)
(Pérdida) Utilidad neta consolidada	(56.0)	(1.9%)	(40.2)	(1.4%)	(39.3%)
EBITDA	568.4	19.1%	599.8	21.0%	(5.2%)

Durante el periodo acumulado a septiembre 2026, las ventas netas registraron un incremento de 4.5% respecto al año anterior, alcanzando un monto de Ps$2,982.3 mdp. La venta de alimentos y bebidas en restaurantes propios representó el 95.5% de los ingresos, la venta comercial alcanzó un 1.7% de los ingresos. El resto de los ingresos se generaron por concepto de servicios de franquicias, arrendamiento y otros.

El costo de ventas fue de Ps$1,292.3 mdp, 3.5% mayor en términos absolutos. El margen en costo de ventas alcanzó un 43.3%, menor en 42 bps comparado con el mismo trimestre del año anterior. La utilidad bruta presentó un incremento de 5.3% respecto al año anterior, pasando de Ps$1,604.8 mdp a Ps$1,690.0 mdp.

Relación con Inversionistas
Anabel Rios Bautista
(55) 5263 6900 ext. 1016
arios@cmr.mx

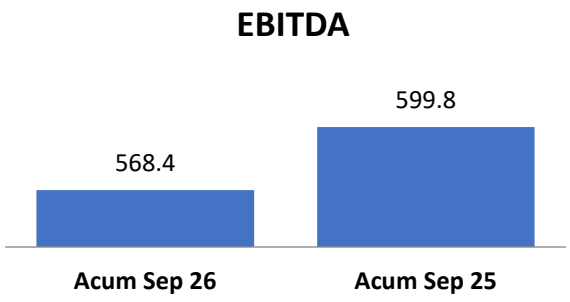
Relaciones Públicas
Adrian Armas Chavez
(55) 5263 6900
adrian.armas@cmr.mx

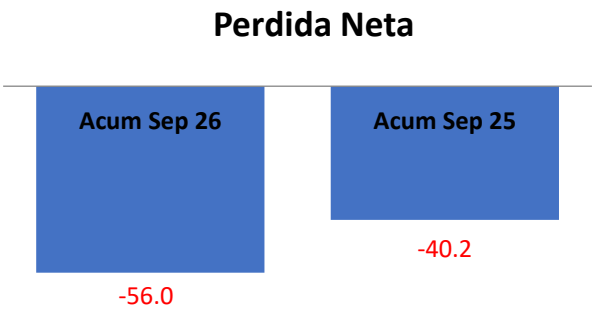
Los gastos de operación –incluyendo depreciación y amortización— fueron de Ps$1,536.4 mdp, presentando un incremento de 8.3% respecto al año anterior. Presentamos un incremento en el margen por 178 bps, pasando de 49.7% a 51.5%.

Al cierre de septiembre, generamos una utilidad de operación de Ps$154.3 mdp, 16.3% menor a la utilidad de operación de Ps$184.3 mdp del mismo periodo del año anterior, presentando un decremento en el margen de 129 bps, pasando de 6.5% a 5.2%.

El EBITDA descendió a Ps$568.4 mdp respecto de los Ps$599.8 mdp del año anterior, presentando un decremento de 5.2%.

La pérdida neta se ubicó en -Ps$56.0 mdp, mayor a la perdida de -Ps$40.2 mdp al cierre acumulado de septiembre de 2025.





Unidades

Durante el tercer trimestre de 2026 hubo un cierre de tienda de la división Red Lobster.

Divisiones	2T26	Apertura	Cierre	3T26
chili's	57	-	-	57
WINGS Aero / Fly by WINGS	17	-	-	17
BISTRÓ / lago algo / NUBE-7	8	-	-	8
WINGS Metro	2	-	-	2
Olive Garden	12	-	-	12
RED LOBSTER	1	-	1	-
sushiitto	33	-	-	33
cmr Propias	**130**	**-**	**1**	**129**
Franquicias Nacionales	88	-	6	82
Franquicias Internacionales	17	-	-	17
Total, Franquicias	105	-	6	99
cmr Totales	**235**	**-**	**7**	**228**

Relación con Inversionistas
Anabel Rios Bautista
(55) 5263 6900 ext. 1016
arios@cmr.mx

Relaciones Públicas
Adrian Armas Chavez
(55) 5263 6900
adrian.armas@cmr.mx

Situación financiera, liquidez y recursos de capital

Pasivo con costo

Al cierre de septiembre de 2026, el pasivo con costo por créditos bancarios fue de Ps$1,344.0 mdp, monto (3.2%) menor a los Ps$1,388.4 mdp al cierre del año anterior. El pasivo con costo a largo plazo representa el 90.3% de la deuda con costo total.

(en millones de pesos)

Pasivos con costo

Tipo de crédito	sep-26	Part. %	dic-25	Part. %	Var. %
Total, deuda con costo	**$1,344.0**	**100.0%**	**$1,388.4**	**100.0%**	**(3.2%)**

Inversiones

En lo que va del año, se llevaron a cabo inversiones por Ps$79.1 mdp. Este monto fue destinado a mantenimiento, reemplazo de equipos y remodelaciones.

Flujo de Efectivo

Flujo de efectivo al 30 de septiembre de 2026 y 2025

($ en millones de pesos)	2026	2025
(Pérdida) o utilidad neta	(56.0)	(40.2)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	544.4	449.1
Flujos de efectivo procedentes de inversión	(74.8)	(103.3)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiamiento	(481.8)	(393.0)
(Disminución) o Incremento de efectivo y equivalentes de efectivo	(12.2)	(47.2)
Efectivo y equivalentes al principio del periodo	81.4	124.1
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	**69.2**	**76.8**

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:

a) El reconocimiento del activo por derecho de uso es por Ps$731.8 mdp y un correspondiente pasivo de arrendamiento de Ps$778.0 mdp.

b) Se reconoce la depreciación de los activos por derecho de uso por Ps$283.9mdp y los intereses por Ps$72.9 mdp sobre los pasivos por arrendamiento en el estado consolidado de resultados;

c) Separará la cantidad total de efectivo pagado en una porción principal e intereses Ps$340.3 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 tercer trimestre de 2026, la deuda total de CMR se ubicó en Ps$1,344.0 mdp.

Indicadores financieros	3T26	3T25
EBITDA / Intereses pagados	3.2x	2.9x
Deuda neta / EBITDA (12M)	1.6x	1.6x
Pasivo total / Capital contable	9.1x	8.4x
Activo circulante / Pasivo circulante	0.6x	0.6x
Prueba ácida	0.5x	0.4x

Indicadores bursátiles	3T26	3T25
P / VL	2.1x	2.2x
EV / EBITDA (12M)	2.5x	2.7x
Valor en libros por acción al cierre (Ps$)	0.6	0.7
(Pérdida) Utilidad por acción (Ps$)	(0.10)	(0.07)
Precio por acción al cierre (Ps$) *	1.36	1.64
Acciones en circulación (millones)**	537.6	537.6

Notas:

** La acción presentó movimientos inusitados durante el año que responden a movimientos naturales del mercado bursátil, sin que existe información relevante no revelada por la compañía.*

*** Se refiere a las acciones que se encuentran en circulación en poder de casas de bolsa y no considera las acciones en el fondo de recompra*

Relación con Inversionistas
Anabel Rios Bautista
(55) 5263 6900 ext. 1016
arios@cmr.mx

Relaciones Públicas
Adrian Armas Chavez
(55) 5263 6900
adrian.armas@cmr.mx

Programa de recompra de acciones
Al 30 de septiembre de 2026, el Fondo de Recompra reportó 10,986,306 títulos.

Analista independiente

De conformidad con la reforma al reglamento interior de la Bolsa Mexicana de Valores en materia de analista independiente y cobertura de análisis, CMR, S.A.B. de C.V., informa que cuenta con cobertura de análisis por parte de GBM, Grupo Bursátil Mexicano, S.A.B. de C.V., Casa de Bolsa.

Declaraciones sobre expectativas
Este reporte puede incluir ciertas expectativas de resultados sobre CMR, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias y/o afiliadas. Dichas proyecciones dependen de las consideraciones de la Administración de CMR, S.A.B. de C.V. y están basadas en información actual y conocida; sin embargo, las expectativas podrían variar debido a hechos, circunstancias y eventos fuera del control de CMR, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias y/o afiliadas.

Estado de resultados trimestral 3T26 Y 3T25

(Miles de pesos)	3T26	Margen%	3T25	Margen%
Ventas netas	**1,036,351**	**100.0%**	**970,443**	**100.0%**
Costo de ventas	439,395	42.4%	423,152	43.6%
Utilidad (Pérdida) bruta	**596,956**	**57.6%**	**547,291**	**56.4%**
SG&A	539,794	52.1%	443,917	45.7%
Utilidad (Pérdida) antes de otros Ingresos y Gastos, neto	**57,162**	**5.5%**	**103,374**	**10.7%**
Otros ingresos y (gastos), neto	(4,337)	(0.4%)	(37,029)	(3.8%)
Utilidad (Pérdida) de operación	52,825	5.1%	66,345	6.8%
Resultado integral de financiamiento , neto	(56,708)	(5.5%)	(96,471)	(9.9%)
Intereses pagados	(56,145)	(5.4%)	(102,913)	(10.6%)
Intereses ganados	1,640	0.2%	2,403	0.2%
Ganancia / pérdida cambiaria	(4,417)	(0.4%)	(115)	(0.0%)
Otros gastos financieros	2,214	0.2%	4,154	0.4%
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	**(3,883)**	**(0.4%)**	**(30,126)**	**(3.1%)**
Impuestos a la utilidad	8,317	0.8%	7,717	0.8%
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	**(12,200)**	**(1.2%)**	**(37,843)**	**(3.9%)**
Participacion minoritaria	-		-	
Resultado neto mayoritario	**(12,200)**	**(1.2%)**	(37,843)	**(3.9%)**
Depreciación & amortización	141,822	13.7%	217,212	22.4%
EBITDA	**195,651**	**18.9%**	**292,291**	**30.1%**

Relación con Inversionistas
Anabel Rios Bautista
(55) 5263 6900 ext. 1016
arios@cmr.mx

Relaciones Públicas
Adrian Armas Chavez
(55) 5263 6900
adrian.armas@cmr.mx

Estado de resultados acumulado a septiembre 2026 y 2025

(Miles de pesos)	3T26 Acumulado	Margen%	3T25 Acumulado	Margen%
Ventas netas	**2,982,324**	**100.0%**	**2,853,278**	**100.0%**
Costo de ventas	1,292,336	43.3%	1,248,469	43.8%
Utilidad (Pérdida) bruta	**1,689,988**	**56.7%**	**1,604,809**	**56.2%**
SG&A	1,536,388	51.5%	1,419,166	49.7%
Utilidad (Pérdida) antes de otros ingresos y gastos, neto	**153,600**	**5.2%**	**185,643**	**6.5%**
Otros ingresos y (gastos), neto	713	0.0%	(1,301)	(0.0%)
Utilidad (Pérdida) de operación	154,313	5.2%	184,342	6.5%
Resultado integral de financiamiento , neto	(189,089)	(6.3%)	(204,537)	(7.2%)
Intereses pagados	(190,381)	(6.4%)	(227,056)	(8.0%)
Intereses ganados	4,256	0.1%	13,871	0.5%
Ganancia / pérdida cambiaria	(5,178)	(0.2%)	(625)	(0.0%)
Otros gastos financieros	2,214	0.1%	9,273	0.3%
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos a la utilidad	**(34,776)**	**(1.2%)**	**(20,195)**	**(0.7%)**
Impuestos a la utilidad	21,189	0.7%	19,989	0.7%
Utilidad (Pérdida) antes de operaciones discontinuadas	**(55,965)**	**(1.9%)**	**(40,184)**	**(1.4%)**
Utilidad (Pérdida) neta consolidada	**(55,965)**	**(1.9%)**	**(40,184)**	**(1.4%)**
Participación minoritaria	-		-	
Resultado neto mayoritario	**(55,965)**	**(1.9%)**	**(40,184)**	**(1.4%)**
Depreciación & amortización	400,593	13.4%	393,307	13.8%
EBITDA	**568,389**	**19.1%**	**599,780**	**21.0%**

Relación con Inversionistas
Anabel Rios Bautista
(55) 5263 6900 ext. 1016
arios@cmr.mx

Relaciones Públicas
Adrian Armas Chavez
(55) 5263 6900
adrian.armas@cmr.mx

Balance General al 30 de septiembre de 2026 y al 31 de diciembre de 2025		
(Miles de pesos)	SEP-26	DIC-25
ACTIVO		
Efectivo y equivalentes de efectivo	69,207	81,448
Cuentas por cobrar	468,907	416,006
Inventarios	168,850	161,221
Instrumentos Financieros	4,763	-
Pagos anticipados	52,968	23,637
Activo circulante	**764,695**	**682,312**
Inmuebles, maquinaria y equipo (neto)	646,016	705,880
Activo por derecho de uso	731,784	989,226
Crédito mercantil	32,120	32,120
Otros activos (neto, incluye marcas)	767,908	764,775
Instrumentos Financieros	-	-
Impuestos diferidos	507,332	541,395
TOTAL ACTIVO	**3,449,855**	**3,715,708**
PASIVO		
Porción circulante del pasivo a largo plazo	130,363	103,550
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	343,478	343,478
Instrumentos financieros	-	1,796
Cuentas por pagar a proveedores	592,727	499,245
Acreedores Diversos	-	-
Impuestos y gastos acumulados	222,263	253,472
Anticipos de clientes	2,813	3,087
Pasivo circulante	**1,291,644**	**1,204,628**
Pasivo a largo plazo	1,213,659	1,284,860
Acreedores diveros a largo plazo	-	-
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	434,519	681,593
Beneficios a empleados	148,300	127,807
Impuestos a la utilidad diferidos	20,783	20,783
TOTAL PASIVO	**3,108,905**	**3,319,671**
CAPITAL CONTABLE	**340,950**	**396,037**
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	**3,449,855**	**3,715,708**

Acerca de CMR

CMR es una compañía de capital mexicano que opera 129 restaurantes propios y 99 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, 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
Anabel Rios Bautista
(55) 5263 6900 ext. 1016
arios@cmr.mx

Relaciones Públicas
Adrian Armas Chavez
(55) 5263 6900
adrian.armas@cmr.mx