



GRUPO PALACIO DE HIERRO

INFORME ANUAL | ANNUAL REPORT

2025



Nuestro propósito de enriquecer a las personas a través de experiencias únicas, y nuestra forma de operar con el cliente siempre al centro, han sido clave para enfrentar los retos y aprovechar las oportunidades de este año.

Our purpose of enriching people through unique experiences, and our operating model with the customer always at the center, have been key to facing the challenges and seizing the opportunities of this year.

Alejandro Baillères



2025

06 INFORME DEL CONSEJO A LA ASAMBLEA
REPORT OF THE BOARD OF DIRECTORS TO THE ASSEMBLY

19 GRUPO PALACIO DE HIERRO
GRUPO PALACIO DE HIERRO

- TRANSFORMACIÓN
TRANSFORMATION
- OPERACIÓN
OPERATION
- PROYECTOS INMOBILIARIOS
REAL-ESTATE PROJECTS
- LA SOSTENIBILIDAD EN EL PALACIO DE HIERRO
SUSTAINABILITY AT EL PALACIO DE HIERRO
- COLABORADORES
EMPLOYEES
- EXPERIENCIA DEL CLIENTE
CUSTOMER EXPERIENCE

40 DIVISIÓN COMERCIAL
COMMERCIAL DIVISION

- LUJO MODA
LUXURY FASHION
- JOYERÍA, RELOJERÍA Y ESCRITURA
JEWELRY, WATCHMAKING & HANDWRITING
- BELLEZA
BEAUTY
- MODA
FASHION
- TECNOLOGÍA Y HOGAR
TECHNOLOGY AND HOME
- PERSONAL SHOPPING
PERSONAL SHOPPING
- MARCAS PROPIAS
PRIVATE LABELS
- BOUTIQUES
BOUTIQUES
- VIAJES PALACIO
VIAJES PALACIO
- RESTAURANTES PALACIO
PALACIO RESTAURANTS

70 SERVICIOS FINANCIEROS
FINANCIAL SERVICES

75 CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
BOARD OF DIRECTORS

78 DIRECTORIO
DIRECTORY

10
AÑOS
EL PALACIO DE
LOS PALACIOS



GRUPO PALACIO DE HIERRO, S.A.B. DE C.V.

INFORME ANUAL DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN A LA ASAMBLEA
DE ACCIONISTAS, CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO FISCAL DE 2025

COMPANY PERFORMANCE REPORT PRESENTED TO THE SHAREHOLDERS'
ASSEMBLY, CORRESPONDING TO THE 2025 FISCAL YEAR





Señoras y señores accionistas:

En mi carácter de Presidente del Consejo de Administración de Grupo Palacio de Hierro, S.A.B. de C.V. y en su nombre, me complace presentar a ustedes este Informe Anual, basado en la información proporcionada por la Directora General en su Informe Anual sobre la marcha de la sociedad, los resultados más relevantes y los elementos sobresalientes del ejercicio fiscal de 2025. También se consideró el informe de las principales actividades del Consejo de Administración.

Durante 2025, en Grupo Palacio de Hierro reafirmamos que el trabajo en equipo es un pilar fundamental de nuestra identidad y piedra angular del crecimiento sostenido. Nuestro propósito de enriquecer a las personas a través de experiencias únicas, ha sido clave para enfrentar los retos y aprovechar las oportunidades de este año.

Esteemed shareholders:

In my capacity as Chairman of the Board of Directors of Grupo Palacio de Hierro, S.A.B. de C.V., and on its behalf, I am pleased to present this Annual Report, which is based on the information provided by the CEO in her Annual Report on the Company's performance, the most relevant results, and the key highlights of fiscal year 2025. The report on the main activities carried out by the Board of Directors has also been taken into consideration.

During 2025, at Grupo Palacio de Hierro, we reaffirmed that teamwork is a fundamental pillar of our identity and the cornerstone of our sustained growth. Our purpose of enriching people through unique experiences has been key to addressing this year's challenges and capitalizing on its opportunities.



En Grupo Palacio de Hierro reafirmamos que nuestro propósito y el trabajo en equipo son pilares fundamentales de nuestra identidad.

At Grupo Palacio de Hierro, we reaffirm that our purpose and teamwork are fundamental pillars of our identity.

2025 estuvo marcado por un entorno mundial complejo, con desaceleración económica, conflictos geopolíticos y una rápida evolución de las innovaciones tecnológicas. Para Grupo Palacio de Hierro, este panorama desafiante también constituyó un terreno fértil para la innovación y el crecimiento. Nuestro enfoque en el trabajo colaborativo, la adaptación constante y la mejora continua nos han permitido convertir este contexto en oportunidades que fortalecen nuestra posición y visión de largo plazo.

The year 2025 was marked by a complex global environment, characterized by economic slowdown, geopolitical conflicts, and the rapid evolution of technological innovation. For Grupo Palacio de Hierro, this challenging landscape also represented fertile ground for innovation and growth. Our focus on collaborative work, continuous adaptation, and ongoing improvement has enabled us to turn this environment into opportunities that strengthen our position and long-term vision.





Al cierre de 2025, los ingresos totales consolidados de Grupo Palacio de Hierro alcanzaron un incremento del **8.3%** respecto del 2024.

As of year-end 2025, Grupo Palacio de Hierro's consolidated total revenues increased by **8.3%** compared to 2024.

Sin duda, 2025 fue un año de retos para la economía mexicana: alcanzó un crecimiento de 0.7%, una reducción de la inflación que finalizó el periodo en 3.69% y un tipo de cambio fortalecido.

El crecimiento nominal de las ventas anuales en el segmento de tiendas departamentales reportado por la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) fue de 4.8% a tiendas iguales y de 6.3% considerando tiendas totales, con respecto a 2024.

Undoubtedly, 2025 was a challenging year for the Mexican economy: it recorded growth of 0.7%, a decline in inflation, which closed the period at 3.69%, and a strengthened exchange rate.

Nominal annual sales growth in the department store segment, as reported by the National Association of Tiendas de Servicios y Departamentales (ANTAD), was 4.8% on a same-store basis and 6.3% considering total stores, compared to 2024.

Al cierre de 2025, los ingresos totales consolidados de Grupo Palacio de Hierro alcanzaron un incremento de 8.3% respecto de 2024, lo que significa \$60,748 millones de pesos (mdp). El margen de Utilidad Antes de Financiamiento, Impuestos, Depreciación y Amortización (UAFIDA) observó un incremento de 7.4% con respecto a 2024, para situarse en \$8,521 mdp, y la utilidad neta del ejercicio fue de \$3,029 mdp, un incremento de 1.4% con respecto al año anterior.

Basados en la premisa de seguir consolidando el ecosistema de lujo, en Grupo Palacio de Hierro continuamos transformándonos para elevar aún más nuestros estándares y fortalecer la cultura organizacional, así como nuestros procesos y metodologías. De esta manera, en la era omnicanal, nos empeñamos en superar cualquier expectativa de nuestros clientes, colaboradores, socios y accionistas.

Asimismo, avanzamos de manera decidida en los pilares estratégicos que fortalecen a Grupo Palacio de Hierro como un Palacio Sostenible, para cumplir con el propósito de “enriquecer y satisfacer a las personas a través de experiencias únicas de lujo”. generando un impacto social positivo.

La utilidad neta del ejercicio se situó en **\$3,029 mdp**, lo que representa un incremento de **1.4%** respecto del 2024.

Net profit for the year stood at **mxn 3.029 billion**, representing a **1.4%** increase compared to 2024.

As of year-end 2025, Grupo Palacio de Hierro's consolidated total revenues increased by 8.3% compared to 2024, reaching MXN 60.748 billion. EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) margin increased by 7.4% versus 2024, totaling MXN 8.521 billion, while net income for the year amounted to MXN 3.029 billion, which represents a 1.4% increase compared to the last year.

Guided by the premise of continuing to consolidate our luxury ecosystem, at Grupo Palacio de Hierro we have continued transforming ourselves to further elevate our standards and strengthen our organizational culture, as well as our processes and methodologies. In this omnichannel era, we remain committed to exceeding the expectations of our customers, employees, partners, and shareholders.

Likewise, we made decisive progress on the strategic pillars that strengthen Grupo Palacio de Hierro as a Sustainable Palacio, in order to fulfill our purpose of “enriching and delighting people through unique luxury experiences,” while generating a positive social impact.





Un aspecto clave para Grupo El Palacio de Hierro en 2025 fue la realización de una transición ejemplar de la Dirección General.

A key aspect for Grupo El Palacio de Hierro in 2025 was the execution of an exemplary transition of the General Management.

En 2025, Grupo Palacio de Hierro llevó a cabo una importante transición en la Dirección General, como resultado de la jubilación de Juan Carlos Escribano tras una década de logros relevantes y crecimiento sostenido. Conforme a las prácticas de gobierno corporativo de la empresa, después una amplia búsqueda de perfiles y un plan de sucesión estructurado, se designó a Eléonore de Boysson como Directora General, a partir de junio de 2025. Su nombramiento responde a su sólida trayectoria internacional en el sector de comercio de lujo y de tiendas departamentales, así como a sus capacidades ejecutivas, de liderazgo y su alineación con los valores de la empresa, elementos clave para continuar fortaleciendo el lugar de Grupo Palacio de Hierro como referente internacional en el segmento de tiendas departamentales de lujo.

In 2025, Grupo Palacio de Hierro carried out an important leadership transition following the retirement of Juan Carlos Escribano after a decade of significant achievements and sustained growth. In accordance with the Company's corporate governance practices, and after conducting a broad executive search and implementing a structured succession plan, Eléonore de Boysson was appointed Chief Executive Officer, effective June 2025. Her appointment reflects her strong international track record in the luxury retail and department store sectors, as well as her executive and leadership capabilities and her alignment with the Company's values, key elements in further strengthening Grupo Palacio de Hierro's position as an international benchmark in the luxury department store segment.



El Consejo de Administración presenta para consideración de la Asamblea de Accionistas el Informe en el que se detallan y se explican las políticas y los criterios contables que sirvieron de base para la preparación de los estados financieros y que comprenden, entre otros, las bases de presentación, la consolidación, las políticas contables significativas y los nuevos pronunciamientos contables, los cuales fueron dictaminados por los auditores externos y forman parte integral de este Informe.

The Board of Directors submits to the Shareholders' Meeting, for its consideration, the report detailing and explaining the accounting policies and criteria used as the basis for preparing the financial statements, including, among others, the basis of presentation, consolidation principles, significant accounting policies, and new accounting pronouncements. These were audited by the external auditors and form an integral part of this Report.





El Consejo de Administración se reunió en cuatro ocasiones durante 2025 para tratar diversos temas estratégicos.

The Board of Directors met on four occasions during 2025 to address various strategic matters.

En opinión del Consejo de Administración, el Informe de la Directora General que se presenta a la Asamblea de Accionistas refleja, de forma apropiada y razonable, la situación financiera, los resultados obtenidos y los aspectos más sobresalientes de la marcha del negocio en el ejercicio de 2025.

El Consejo de Administración se apega a sólidas prácticas de gobierno corporativo. Para el desempeño de sus funciones, cuenta con el apoyo de comités recomendados en el Código de Principios y Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo.

In the opinion of the Board of Directors, the Chief Executive Officer's report presented to the Shareholders' Meeting appropriately and reasonably reflects the Company's financial position, the results achieved, and the most significant aspects of business performance during fiscal year 2025.

The Board of Directors adheres to solid corporate governance practices and, in the performance of its duties, is supported by committees recommended in the Code of Corporate Governance Principles and Best Practices.



Durante el ejercicio fiscal de 2025, el Consejo se reunió en cuatro ocasiones. Entre los temas que se trataron y se aprobaron en estas sesiones destacan los siguientes: el reforzamiento de los programas de gestión laboral y ambiental; el conocimiento y la ratificación de los acuerdos del Comité Ejecutivo; la estrategia corporativa; el seguimiento de las distintas iniciativas estratégicas; el programa de endeudamiento, así como las inversiones y los presupuestos de la sociedad. Asimismo, se revisaron y se aprobaron los estados financieros presentados en los diferentes periodos intermedios del ejercicio.

Las actividades más relevantes de los comités, cuyos miembros se presentan en la sección de gobierno corporativo del Informe Anual, se detallan a continuación:

Comité Ejecutivo. Revisó los presupuestos y el desempeño operativo y financiero de los negocios de Grupo Palacio de Hierro, así como la estrategia comercial y de digitalización; además, validó las bases del Plan Estratégico y les dio seguimiento.

Comité de Auditoría y Prácticas Societarias. Revisó los resultados operativos y financieros, su desempeño, los planes de auditoría interna y externa, así como el de la Dirección de Cumplimiento. También el estado que guarda el control interno de la sociedad. Evaluó los servicios de auditoría externa y validó que se cumplieran los requisitos regulatorios. También revisó las políticas contables, las operaciones con partes relacionadas y los asuntos legales y fiscales más relevantes.

During fiscal year 2025, the Board met on four occasions. Key matters discussed and approved at these meetings included the strengthening of labor and environmental management programs; review and ratification of the Executive Committee's resolutions; corporate strategy; monitoring of strategic initiatives; the debt program; as well as the Company's investments and budgets. In addition, the interim financial statements presented during the year were reviewed and approved.

The most relevant activities of the committees, whose members are listed in the corporate governance section of the Annual Report, are summarized below:

Executive Committee. Reviewed budgets and the operational and financial performance of Grupo Palacio de Hierro's businesses, as well as the commercial and digital strategy; validated the foundations of the Strategic Plan and monitored its progress.

Audit and Corporate Practices Committee. Reviewed operational and financial results, performance, internal and external audit plans, as well as those of the Compliance function. It also assessed the status of the Company's internal controls, evaluated external audit services, and confirmed compliance with regulatory requirements. In addition, it reviewed accounting policies, related-party transactions, and the most relevant legal and tax matters.





EL PALACIO DE HIERRO POLANCO



Comité de Finanzas y Planeación. Revisó los cierres mensuales y las proyecciones financieras, la evaluación realizada por la empresa de los proyectos de inversión, así como la situación y la estructura financiera de la sociedad.

Comité de Nominación, Evaluación y Compensaciones. Realizó la evaluación anual del desempeño de los funcionarios de alto nivel, y autorizó los incrementos de sueldos y beneficios, así como de los bonos y reconocimientos con base en los resultados obtenidos.

Finance and Planning Committee. Reviewed monthly closings and financial projections, the Company's evaluation of investment projects, and the financial position and structure of the Company.

Nominations, Evaluation and Compensation Committee. Conducted the annual performance evaluation of senior executives and authorized salary and benefits increases, as well as bonuses and recognition based on achieved results.





**Grupo Palacio de Hierro
presentó una evolución
financiera positiva,
superior a la del sector
departamental.**

**Grupo Palacio de Hierro
delivered positive financial
performance, outperforming
the department store sector.**

Durante 2025, el desempeño financiero de Grupo Palacio de Hierro tuvo una evolución positiva, superior a la del sector departamental, lo que nos ha permitido seguir adelante con los planes de crecimiento y expansión.

During 2025, Grupo Palacio de Hierro's financial performance evolved positively, outperforming the department store sector, allowing us to continue advancing our growth and expansion plans.





Señoras y señores accionistas:

Agradezco a todos nuestros colaboradores por su dedicación y desempeño. Al Consejo de Administración, al Comité Ejecutivo y a los otros comités del Consejo, por sus ideas y contribuciones en la marcha del negocio, y a ustedes, señoras y señores accionistas, por su confianza que nos permite seguir por esta senda de incesante dedicación y esmero. Sin duda, esta empresa sigue representando lo que somos y lo que seguiremos siendo: *Totalmente Palacio*.

Esteemed shareholders:

I would like to thank all our employees for their dedication and performance; the Board of Directors, the Executive Committee, and the other Board Committees for their ideas and contributions to the business; and you, our shareholders, for the trust that enables us to continue on this path of unwavering dedication and commitment. Undoubtedly, this Company continues to represent who we are and who we will continue to be: *Totalmente Palacio*.

Alejandro Baillères

Presidente del Consejo de Administración
Chairman of the Board of Directors
Grupo Palacio de Hierro, S.A.B. de C.V.

LO QUE VISTO
NUNCA QUEDA
EN VISTO
SÍ SOY
SOY TOTALMENTE PALACIO



CHRISTIAN DIOR
PARIS





GRUPO PALACIO DE HIERRO, S.A.B. DE C.V.

INFORME SOBRE LA MARCHA DE LA SOCIEDAD PRESENTADO
POR LA DIRECTORA GENERAL AL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN,
CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO FISCAL DE 2025

COMPANY PERFORMANCE REPORT, PRESENTED BY THE CEO
TO THE BOARD OF DIRECTORS, CORRESPONDING
TO THE 2025 FISCAL YEAR





**Señor Presidente del Consejo de Administración;
señoras y señores consejeros:**

En mi carácter de Directora General de Grupo Palacio de Hierro, S.A.B. de C.V., presento ante ustedes el Informe Anual correspondiente al desempeño y los resultados obtenidos durante el ejercicio fiscal de 2025, así como las políticas y los criterios contables y de información seguidos en su preparación.

En Grupo Palacio de Hierro nuestro propósito es enriquecer y satisfacer a las personas a través de experiencias únicas de lujo, mediante una atención y un servicio omnicanal, con la calidad y altura de la confianza que depositan en nosotros.

Con base en nuestro posicionamiento y en la oferta de ecosistema de lujo que nos ha caracterizado, continuamos transformándonos y mejorando nuestros estándares de excelencia en la operación, teniendo siempre en consideración el impacto social y medioambiental. Asimismo, seguimos fortaleciendo la cultura organizacional, los procesos y las metodologías, para superar todas las expectativas de nuestros clientes, colaboradores, socios y accionistas.

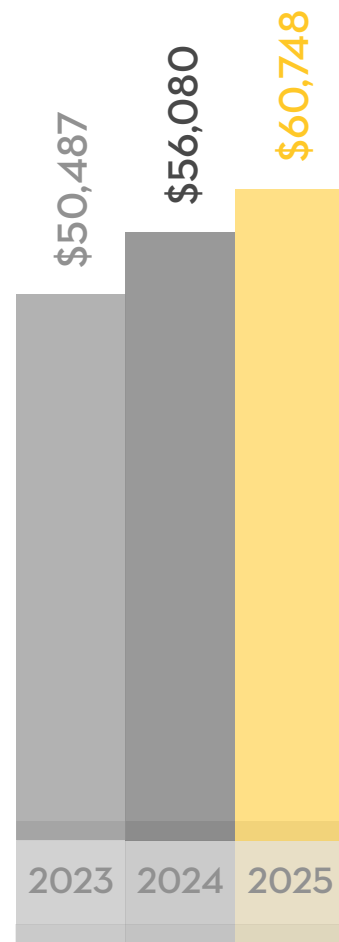
**Esteemed Chairman and Members
of the Board of Directors:**

In my capacity as CEO of Grupo Palacio de Hierro, S.A.B. de C.V., I hereby present the Annual Report regarding the performance and results achieved during the 2025 fiscal year, as well as the accounting and reporting policies and criteria followed in its preparation.

At Grupo Palacio de Hierro, our purpose is to enrich and delight people through unique luxury experiences, delivered through omnichannel service and care, with the quality and level of excellence that reflect the trust placed in us.

Building on our positioning and the luxury ecosystem that has long defined us, we continue to transform and enhance our operational standards of excellence, always taking into account our social and environmental impact. At the same time, we further strengthen our organizational culture, processes, and methodologies in order to exceed the expectations of our customers, employees, partners, and shareholders.





**Ingresos totales
en millones de pesos.**

**Total revenue
in millions of pesos.**

En 2025 México mostró un crecimiento de 0.7%, con una inflación de 3.69% y un tipo de cambio fortalecido. De acuerdo con datos de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), el incremento nominal de las ventas en el segmento de tiendas departamentales, a tiendas iguales, fue de 4.8%, y de 6.3% considerando tiendas totales, con respecto a 2024.

Con un enfoque de creación de valor a largo plazo, los ingresos totales de la sociedad alcanzaron \$60,748 millones de pesos (mdp) en 2025, lo que representa un incremento de 8.3% con respecto al año anterior. En los últimos cinco años, se ha mantenido un crecimiento sostenido, gracias a una excelente ejecución y a una estrategia de control en

In 2025, Mexico's economic growth reached 0.7%, with an inflation at 3.69% and a strengthened exchange rate. According to data from the Asociación Nacional de Tiendas de Servicios y Departamentales (ANTAD), there is a nominal increase of sales in the department stores segment, on a same-store basis, in the range of 4.8%, and 6.3% when considering all stores, in comparison to 2024.

With a long-term value creation focus, total revenues reached MXN 60.748 billion in 2025, representing an 8.3% increase over the previous year. Over the past five years, the Company has maintained sustained growth driven by strong execution and disciplined control of operating expenses.





los gastos operativos. Todo ello ha conducido a una Utilidad Antes de Financiamiento, Impuestos, Depreciación y Amortización (UAFIDA) de \$8,521 mdp, un aumento de 7.4% con respecto a 2024 y una utilidad neta de \$3,029 mdp, lo que representa un aumento de 1.4%, comparado con el año anterior.

Nuestros resultados confirman que las innovaciones que se han implementado han sido adecuadas. Continuamos vinculando la estrategia omnicanal con las tiendas físicas, fortaleciendo los procesos de soporte al negocio para habilitar la expansión y el futuro de la compañía mediante sistemas tecnológicos con mayores capacidades para el análisis y la hiperpersonalización de datos, así como la introducción de inteligencia artificial en algunos de nuestros procesos.

Se presentan a continuación los aspectos más relevantes de la operación de Grupo Palacio de Hierro durante el ejercicio de 2025.

El futuro es un Palacio.

This resulted in EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) of MXN 8.521 billion, an increase of 7.4% versus 2024, and net income of MXN 3.029 billion, representing a 1.4% increase compared to the prior year.

Our results confirm that the innovations implemented have been effective. We continued to integrate our omnichannel strategy with physical stores, strengthening business support processes to enable expansion and the Company's future through technology systems with enhanced capabilities for data analysis and hyper-personalization, as well as the introduction of artificial intelligence into selected processes.

Presented hereafter are the most relevant operational highlights for Grupo Palacio de Hierro regarding the 2025 fiscal year.

The future is a Palacio.

En 2025 se registró una utilidad neta de **\$3,029** mdp, lo que representa un aumento de **1.4%** respecto al 2024.

In 2025, net income reached mxn **3.029** billion, representing a **1.4%** increase compared to 2024.

TRANSFORMACIÓN

En 2025, nuestra transformación ha iniciado una fase de aceleración en la que se ha reforzado el modelo omnicanal. Manteniendo la alineación con nuestra estrategia 4D (digitalización, diferenciación, diversificación y diseño), nos hemos enfocado no sólo en responder, sino en anticiparnos a las necesidades de nuestros clientes y consolidar nuestro liderazgo en el sector del lujo.

TRANSFORMATION

In 2025, our transformation entered an accelerated phase, further strengthening our omnichannel model. Remaining aligned with our 4D strategy (digitization, differentiation, diversification, and design) we have focused not only on responding to, but anticipating our clients' needs, further consolidating our leadership in the luxury sector.



Los más recientes avances tecnológicos y las necesidades de nuestros clientes han acelerado algunos aspectos de nuestra estrategia 4D.

The latest technological advancements and our customers' evolving needs have accelerated certain aspects of our 4D strategy.



EL PALACIO DE HIERRO





Estamos construyendo
El Palacio del futuro por medio
de la personalización, el uso
de datos y la creación
de experiencias memorables.

We are developing the future of
El Palacio through customization,
data and the design
of memorable experiences.

Entre los principales logros del periodo se encuentra la personalización omnicanal. Mediante iniciativas estratégicas en el uso de datos, hemos comenzado a traducir nuestro conocimiento del cliente en experiencias únicas y a la medida. Esto nos permite ofrecer una experiencia sin fricciones a través de diversos puntos de contacto, fortaleciendo la lealtad y el valor para nuestros clientes.

Nuestra visión consiste en construir hoy las capacidades para El Palacio del futuro, con equipos que ejecuten una estrategia centrada en el cliente para enriquecer su vida con experiencias memorables. Así, para continuar con el crecimiento del canal digital de lujo, en 2025 se lanzó la estrategia de *e-concession*.

Asimismo, con el lanzamiento de “*Fast Delivery - Promesa de Entrega*”, mejoramos la experiencia de compra digital de nuestros clientes al garantizar entregas más ágiles y ofrecer mayor claridad, seguridad y confianza durante todo el proceso.

Among the key achievements of this period is omnichannel personalization. Through strategic data-driven initiatives, we have begun translating our customer insights into unique, bespoke experiences. This allows us to offer a frictionless journey across all touchpoints, strengthening both loyalty and value for our clients.

Our vision is focused on building the capabilities today for ‘El Palacio’ of the future, driven by teams that execute a customer-centric strategy to enrich lives through memorable experiences.

Furthermore, to continue growing our digital luxury channel, we launched the e-concession strategy in 2025. Similarly, with the rollout of the “Fast Delivery - Delivery Promise,” we enhanced our clients’ digital shopping experience by ensuring swifter deliveries and providing greater clarity, security, and confidence throughout the entire process.



**UN PALACIO
SIEMPRE
ABIERTO**





OPERACIÓN

Se implementó un nuevo modelo de servicio en nuestras tiendas de Perisur y Polanco, para brindar una mejor experiencia de lujo a los clientes. Al fortalecer los diferentes momentos clave y de deleite en la atención al cliente, se mejoró la experiencia de lujo y se superaron las expectativas del cliente en el servicio.

Para 2026, se tiene planeado replicar este modelo de servicio en todas nuestras tiendas.

OPERATIONS

A new service model was implemented in our Perisur and Polanco stores to deliver an enhanced luxury experience by strengthening key and delight moments in customer service. This elevated the luxury experience and exceeded customer expectations.

For 2026, the plan is to scale this service model and replicate it across our entire fleet of stores.

Dentro del modelo operativo de las tiendas, se ha reforzado la estandarización de rutinas enfocadas en la acción, así como en los procesos ágiles de *back*, recibo, *picking* y resurtido, lo que optimiza actividades y tiempos de cada área.

Within the store operating model, we reinforced the standardization of action-oriented routines, as well as agile back-end, receiving, picking, and replenishment processes, optimizing activities and timelines across these areas.



**Innovar es transformar
el presente.**

To innovate is to transform
the present.



PROYECTOS INMOBILIARIOS

En 2025, El Palacio de Hierro inauguró la remodelación del segundo nivel de El Palacio de Hierro Guadalajara, en el que se encuentran las áreas de Caballeros, Hogar, Tecnología y Servicios. En septiembre, se concluyó la remodelación del nuevo nivel Sótano de El Palacio de Hierro Monterrey, en donde se ofrecen experiencias únicas de lujo.

Los nuevos diseños de El Palacio de Hierro Guadalajara y Monterrey responden al concepto de “tiendas de comunidad”, que buscan rendir un homenaje a los habitantes y a las ciudades donde se ubican las tiendas, a través de su arquitectura y diseño interior. En Guadalajara, **“Orgullo Jalisciense, Totalmente Palacio”**, honra la cultura del Mariachi, producción y el auge del tequila. Por su parte, en Monterrey **“El Arte de la Industria”** evoca la gran manufactura de materiales como el acero, el vidrio y el cemento, que se conjugan con la sofisticación, la elegancia y la modernidad que caracterizan a El Palacio de Hierro.

El Palacio de Hierro honra la grandeza,
la historia y la esencia de México.

El Palacio de Hierro honors the greatness,
history, and essence of Mexico.

REAL ESTATE PROJECTS

In 2025, El Palacio de Hierro inaugurated the remodeling of the second level of El Palacio de Hierro Guadalajara, housing the Men's, Home, Technology, and Services departments. In September, the remodeling of the new Basement level at El Palacio de Hierro Monterrey was completed, offering unique luxury experiences.

The new designs in Guadalajara and Monterrey reflect the “community store” concept, paying tribute to the people and cities where the stores are located through architecture and interior design. In Guadalajara, **“Orgullo Jalisciense, Totally Palacio”** honors the mariachi heritage and the prestige of the booming tequila industry. Meanwhile, in Monterrey, **“The Art of Industry”** evokes the large-scale manufacture of materials such as steel, glass, and cement, which combine with the sophistication, elegance, and modernity that characterize El Palacio de Hierro.







LA SOSTENIBILIDAD EN EL PALACIO DE HIERRO

En 2025, se lograron importantes avances para seguir fortaleciendo a la empresa como un Palacio Sostenible. Con este enfoque, se busca equilibrar el impacto de las operaciones actuales y futuras con decisiones integrales que contribuyan de manera responsable y activa en materia ambiental, social y de gobernanza.

La sostenibilidad ya es parte fundamental de la cultura de Grupo Palacio de Hierro y está presente de manera transversal en todo el negocio. Para ello, se han adoptado los más altos estándares internacionales de medición y reporte.

Esta información se encuentra más detallada en el Informe Anual de Sostenibilidad, que se puede consultar en nuestra página web.



El Palacio de Hierro continúa fortaleciendo su compromiso con la sostenibilidad como eje de transformación.

El Palacio de Hierro continues to reinforce its commitment to sustainability as a core pillar of transformation.

SUSTAINABILITY AT EL PALACIO DE HIERRO

Significant progress was achieved to further strengthen the Company as a Sustainable Palacio. This approach seeks to balance the impact of current and future operations through comprehensive decisions that contribute responsibly and proactively across environmental, social, and governance (ESG) dimensions.

Sustainability is now an integral part of Grupo Palacio de Hierro's culture and is embedded transversally across the business. To this end, the highest international standards for measurement and reporting have been adopted.

Further details are available in the Annual Sustainability Report, accessible on our website.



La sostenibilidad ya es parte fundamental de la cultura de Grupo Palacio de Hierro y está presente de manera transversal en todo el negocio.

Sustainability is already a fundamental part of Grupo Palacio de Hierro's culture and is present across the entire business.



SOSTENIBILIDAD EN EL PALACIO DE HIERRO





COLABORADORES

En 2025, El Palacio de Hierro reafirmó su compromiso con el desarrollo del talento, la excelencia operativa y el bienestar integral. Guiados por nuestros cuatro pilares culturales, hemos transformado la manera en que trabajamos y hacemos las cosas en el día a día.

EMPLOYEES

In 2025, El Palacio de Hierro reaffirmed its commitment to talent development, operational excellence, and holistic well-being. Guided by our four cultural pillars, we transformed the way we work and operate on a daily basis:



El Palacio de Hierro reafirmó su compromiso con el desarrollo del talento, la excelencia operativa y el bienestar integral.

El Palacio de Hierro reaffirmed its commitment to talent development, operational excellence, and comprehensive well-being.





Nuestros cuatro pilares transforman y guían la manera en que trabajamos día a día.

Our four pillars transform and guide the way we work every day.

- **Excelencia:** buscamos resultados sobresalientes en todo lo que hacemos, con responsabilidad, calidad y atención al detalle.
 - **Estilo:** ofrecemos experiencias memorables a través de nuestra manera de trabajar; nuestro estilo es buscar siempre el “cómo sí.”
 - **Calidez:** buscamos un trato humano y cercano, asegurando que cada persona se sienta valorada por ser única.
 - **Alegría de vivir:** fomentamos la alegría en todo momento; nuestra pasión es transmitir la energía positiva de la marca a clientes y colaboradores.
-
- **Excellence:** We pursue outstanding results in everything we do, with responsibility, quality, and attention to detail.
 - **Style:** We deliver memorable experiences through our way of working; our style is always to find the “How to” (solution-oriented mindset).
 - **Warmth:** We foster a human and close approach, ensuring each individual feels valued for their uniqueness.
 - **Joy of Life:** We promote joy at all times, transmitting the brand's positive energy to customers and employees alike.



COLABORADORES DE EL PALACIO DE HIERRO





Generamos proyectos que incentiven las competencias, movilidad y crecimiento interno de nuestro talento.

We develop initiatives that foster the skills, mobility, and internal growth of our talent.

Desarrollo de talento y liderazgo de vanguardia

- Para reafirmar nuestro compromiso de poner al cliente en el centro, se trabajó en el nuevo **modelo de servicio** alineado con nuestra cultura.
- Fortalecimos las capacidades de más de 600 líderes, alineando sus competencias con la estrategia de negocio y con nuestro pilar de excelencia.
- Evaluamos el potencial y desempeño de más de 1,400 colaboradores y líderes, con el objetivo de fomentar la movilidad y el crecimiento interno.
- Capacitamos a los equipos de tienda, enriquecimos su conocimiento con una robusta biblioteca de marcas y productos, y potenciamos sus habilidades humanas mediante una oferta diversa de formación presencial y en línea.
- Lanzamos con éxito la primera generación de la **Academia de Gestión del Cambio**, para desarrollar en nuestros líderes nuevas habilidades que les permitan impulsar, acelerar y facilitar la adopción de nuevas herramientas de trabajo, así como la transformación y mejora de los procesos.

Talent Development and Forward-Thinking Leadership

- To reaffirm our commitment to putting the customer at the center, we developed a new **service model** aligned with our culture.
- We strengthened the capabilities of more than 600 leaders, aligning competencies with business strategy and our excellence pillar.
- We assessed the potential and performance of more than 1,400 employees and leaders to promote internal mobility and growth.
- Store teams were trained through a robust library of brands and products, and their human skills were enhanced through a diverse offering of in-person and online training.
- We successfully launched the first generation of the **Change Management Academy**, designed to equip our leaders with new skills to accelerate drive, and facilitate the adoption of new work tools, as well as the transformation and optimization of our processes.



Un Palacio para todos: nuestro compromiso con la inclusión

Hemos creado una cultura de igualdad de oportunidades que nos posiciona como un grupo innovador y equitativo. A través del comité “Un Palacio para Todos”, trabajamos en cuatro enfoques prioritarios:

- **Personas con discapacidad:** les dimos la bienvenida a nuevos colaboradores/as gracias a convenios con instituciones especializadas y adaptamos nuestras políticas para garantizar una inclusión laboral plena.
- **Diversidad e inclusión:** construimos espacios seguros, donde cada persona puede ser auténtica; asimismo, fomentamos diálogos abiertos y un liderazgo que escucha, aprende y celebra la diversidad.
- **Igualdad de género:** alcanzamos una representación femenina del 50.17% en nuestra plantilla, un equilibrio que se refleja también en los roles directivos.
- **Capacidad organizacional:** actualizamos nuestras políticas internas para darle soporte a esta estrategia y asegurar el cumplimiento de las certificaciones que nos avalan como una marca empleadora de vanguardia.

A Palacio for Everyone: Our Commitment to Inclusion

We have fostered a culture of equal opportunity, positioning us as an innovative and equitable group. Through the “*Un Palacio para Todos*”, committee, we focus on four priority areas:

- **People with disabilities:** We welcomed new employees through partnerships with specialized institutions and adapted policies to ensure full labor inclusion.
- **Diversity and inclusion:** We build safe environments where every individual can be their authentic self; furthermore, we foster open dialogue and a leadership style that listens, learns, and celebrates diversity.
- **Gender equality:** We achieved 50.17% female representation across our workforce, reflected as well in leadership roles.
- **Organizational capability:** Internal policies were updated to support this strategy and ensure compliance with certifications recognizing us as a leading employer brand.





El Palacio de Hierro avanza hacia nuevos estándares de excelencia mediante el desarrollo y bienestar de sus colaboradores.

El Palacio de Hierro advances toward new standards of excellence through employee development and well-being.

Bienestar y Responsabilidad Social

Realizamos la primera edición del **“Mes del bienestar Palacio”**, una iniciativa dirigida a fomentar una cultura de cuidado integral en tres ejes: salud física, salud mental/emocional y salud financiera. Mantuvimos programas consolidados, como campañas de vacunación, apoyo psicológico y telemedicina, además de promover actividades deportivas y culturales.

A través del programa **“Voluntariado de Hierro”** y nuestra alianza con la **Fundación Alberto Baillères**, reforzamos nuestro compromiso de generar un impacto positivo, contribuyendo al desarrollo de comunidades y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Well-Being and Social Responsibility

We held the inaugural edition of ‘Palacio Wellness Month,’ an initiative designed to foster a culture of holistic care across three pillars: physical, mental/emotional, and financial health. We also maintained our well-established programs, such as vaccination campaigns, psychological support, and telemedicine, while continuing to promote various sporting and cultural activities.

Through the **“Voluntariado de Hierro”** program and our alliance with the **Alberto Baillères Foundation**, we reinforced our commitment to generating positive impact, contributing to community development and the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs).



EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Grupo Palacio de Hierro está en una etapa clave de transformación hacia la consolidación de un ecosistema de lujo, al ofrecer experiencias hiperpersonalizadas que fortalecen los vínculos con sus clientes.

En 2025, lideramos iniciativas que confirmaron nuestro lugar como tienda departamental de lujo en México, creando experiencias únicas que van más allá de la compra.

El décimo aniversario de **El Palacio de los Palacios** marcó uno de los momentos cumbre del año. Durante un mes, se celebraron actividades que reunieron a las marcas de lujo más importantes del mundo, se creó un pabellón itinerante inspirado en la Ciudad de México, nos visitaron pilotos de la Fórmula 1 y se expusieron 10 piezas de lujo únicas en el mundo, entre otras. Los festejos de aniversario cerraron con una noche de gala, un evento exclusivo en el que recibimos a más de 3,800 invitados y donde confluyó la moda, el arte, la gastronomía, la elegancia y la inspiración.

CUSTOMER EXPERIENCE

Grupo Palacio de Hierro is undergoing a key transformation toward consolidating a luxury ecosystem by offering hyper-personalized experiences that strengthen ties with its customers.

In 2025, we led initiatives that confirmed our position as Mexico's luxury department store, creating unique experiences that go beyond shopping.

The tenth anniversary of **“El Palacio de los Palacios”** marked one of the year's defining highlights. For an entire month, we hosted activities that brought together the world's most prestigious luxury brands, featuring a traveling pavilion inspired by Mexico City, visits from Formula 1 drivers, and the exhibition of ten unique luxury pieces found nowhere else in the world. The anniversary celebrations culminated in a gala night, an exclusive event where we welcomed over 3,800 guests for a spectacular evening where fashion, art, gastronomy, elegance, and inspiration converged.





El lujo tiene nombre en México: El Palacio de Hierro. Líder indiscutible en experiencias excepcionales y dedicación absoluta a sus clientes.

Luxury has a name in Mexico: El Palacio de Hierro an undisputed leader in exceptional experiences and absolute dedication to its customers.

Asimismo, celebramos el primer año de **El Palacio de Hierro León**, con diversas actividades para la comunidad del Bajío y la exposición “**El Palacio de Hierro, una historia extraordinaria**”, que narra los principales momentos de nuestra empresa desde 1888 hasta nuestros días.

Seguimos fortaleciendo nuestra oferta omnicanal, con la que redujimos la brecha entre lo presencial y lo digital. Ambiciosos proyectos, como “Personalización”, han permitido que medio millón de clientes reciban comunicación y una experiencia de compra diseñada especialmente para ellos.

La Súper App fortaleció su adopción y desempeño: creció 57.8% en descargas y alcanzó 1.2 millones de instalaciones.

Additionally, we celebrated the first anniversary of **El Palacio de Hierro León** with various activities for the Bajío community and the exhibition “**El Palacio de Hierro: An Extraordinary History**”, which chronicles our company’s defining milestones from 1888 to the present day.

We continue to strengthen our omnichannel offering, effectively bridging the gap between the physical and digital worlds. Ambitious projects, such as “Personalization,” have enabled half a million clients to receive communications and a shopping experience designed bespoke for them.

The Super App increased adoption with 57.8% growth in downloads, reaching 1.2 million installations.



PURIFICACION GARCIA





DIVISIÓN COMERCIAL COMMERCIAL DIVISION





El Palacio de Hierro trabaja muy de cerca con sus socios comerciales, para consolidar estrategias que redefinen la excelencia en el mercado.

El Palacio de Hierro works closely with its business partners to develop strategies that redefine excellence in the market.

LUJO MODA

En 2025 lanzamos nuevas marcas como Tod's, Roger Vivier, Brunello Cucinelli, Margiela, Missoni, La DoubleJ y Victoria Beckham; entre otras.

En noviembre, dentro de El Palacio de los Palacios se abrió el primer Ferragamo Café del mundo, lo cual consolida a El Palacio como una sede internacional de experiencias que sigan sorprendiendo a los clientes.

LUXURY FASHION

In 2025, we expanded our portfolio with the launch of several prestigious brands, including Tod's, Roger Vivier, Brunello Cucinelli, Margiela, Missoni, La DoubleJ, and Victoria Beckham, among others.

Furthermore, November marked the global debut of the world's first Ferragamo Café within El Palacio de los Palacios, further solidifying our flagship's standing as an international destination for extraordinary experiences that continue to captivate our clients.



COLABORADOR DE EL PALACIO DE HIERRO POLANCO



This year, we added new brands to our Fashion portfolio and surprised customers with experiences such as the world's first Ferragamo Café.







EL PALACIO DE HIERRO LEÓN



JOYERÍA, RELOJERÍA Y ESCRITURA

De la mano de nuestro socio histórico Tous, se inauguró en Perisur la primera tienda en Latinoamérica de “House of the Brands”, un espacio de experiencias que reúne a los tres conceptos de joyería de la marca.

En el marco de la celebración del décimo aniversario de El Palacio de los Palacios, celebramos la octava edición de *Piezas del Tiempo* bajo la temática de “Iconos de la alta relojería”, una experiencia única y dedicada a nuestros clientes coleccionistas y amantes de la relojería. En paralelo celebramos los 80 años de HStern y los 40 años del icónico oso de Tous.

El año cerró con el lanzamiento de la categoría de diamantes de laboratorio en una pop-up cocreada con Swarovski, un concepto exclusivo en el continente americano enfocado en la sostenibilidad para las nuevas generaciones.

JEWELRY, WATCHES, AND WRITING INSTRUMENTS

In collaboration with our long-standing partner, Tous, we inaugurated the first ‘House of the Brands’ in Latin America at our Perisur location, an experiential space housing the brand’s three distinct jewelry concepts.

Furthermore, as part of the tenth-anniversary celebrations of El Palacio de los Palacios, we hosted the eighth edition of *Piezas del Tiempo* (Pieces of Time). Themed “Icons of Haute Horlogerie,” this unique experience was dedicated to our collectors and watch enthusiasts. Concurrently, we celebrated the 80th anniversary of HStern and the 40th anniversary of the iconic Tous bear.

The year concluded with the launch of the lab-grown diamond category through a pop-up co-created with Swarovski, an exclusive concept in the Americas focused on sustainability for future generations.



EL PALACIO DE HIERRO PERISUR





Gracias a alianzas estratégicas con marcas de renombre internacional, la categoría de Joyería, Relojería y Escritura de El Palacio de Hierro consolidó su posición como referente del lujo.

Thanks to strategic alliances with internationally renowned brands, El Palacio de Hierro's Jewelry, Watches, and Writing Instruments category solidified its position as a benchmark of luxury.



BELLEZA

Durante 2025, la división de Belleza consolidó su liderazgo al transformar la promesa de “ofrecer experiencias” en una realidad tangible, con hitos estratégicos diseñados para fascinar a nuestra clientela y capturar la lealtad de nuevas generaciones. Prueba de ello fue el lanzamiento de marcas icónicas como Charlotte Tilbury, la creación de conceptos inmersivos como el café de D&G, la inauguración de la primera Galería Olfativa en México y la apertura de la innovadora clínica de alta cosmética con Maribel Yébenes. Esta visión se complementó con el lanzamiento de un canal de TikTok de Belleza Palacio.

BEAUTY

Throughout 2025, our Beauty division solidified its leadership by transforming the promise of “Providing experiences” into a tangible reality. This was achieved through strategic milestones designed to captivate our clientele and secure the loyalty of younger generations. Key highlights included the launch of iconic brands such as Charlotte Tilbury, the creation of immersive concepts like the D&G Café, the inauguration of Mexico’s first “Galería Olfativa” (Olfactory Gallery), and the opening of the innovative high-end cosmetics clinic in partnership with Maribel Yébenes. This vision was further amplified by the launch of the “Belleza Palacio” TikTok channel.





Por tercer año consecutivo, Dior encendió la magia de las fiestas decembrinas con un icónico árbol de Navidad.

For the third consecutive year, Dior ignited the holiday magic with an iconic Christmas tree.





EL PALACIO DE HIERRO



Belleza Palacio se ha transformado a partir de crear muchas más experiencias y hacer su oferta más tangible.

Belleza Palacio has evolved by creating more immersive experiences and making its offering more tangible.





La división de Calzado para hombre se sigue manteniendo como la líder en México gracias a su amplia oferta.

The men's footwear division continues to lead the market in Mexico, supported by its broad and compelling assortment.

MODA

La división de **Caballeros** impulsó su crecimiento gracias a la ampliación de distribución de marcas exclusivas como Hackett, Boggi, Façonnable y Barbour. En calzado se mantuvo como la categoría líder en crecimiento gracias a que apostó por marcas exclusivas y amplió el catálogo de marcas de *sneakers*.

FASHION

The **Menswear** division accelerated its growth by expanding the distribution of exclusive brands such as Hackett, Boggi, Façonnable, and Barbour. Footwear remained our leading category in terms of growth, driven by a strategic commitment to exclusive brands and an expanded assortment of sneaker labels.



Como cada año, se amplió el repertorio de marcas en el departamento, para responder a más estilos de nuestros clientes.

As every year, we expanded the department's brand portfolio to respond to a wider range of customer styles.

EL PALACIO DE HIERRO MONTERREY





En el departamento de Hombres también se siguen generando nuevas experiencias, acordes con el estilo de vida de nuestros clientes.

In the Men's department, we continue to develop new experiences aligned with our customers' lifestyles.







Juguetería expandió sus conceptos diferenciadores, como Build a Bear, así como el relanzamiento en exclusiva de American Girl y la apuesta por franquicias de juguetes como Sylvanian Families.

The **Toys** department expanded its distinctive concepts, such as Build-A-Bear, alongside the exclusive relaunch of American Girl and a strategic focus on toy franchises like Sylvanian Families.

En juguetería se ha apostado por traer marcas de vanguardia que amplíen el catálogo usual.

In the toy department, we have focused on introducing cutting-edge brands that expand our traditional assortment.



La división de **Deportes** consolidó la nueva estrategia de marcas *premium* en la categoría como Lululemon, On, Hoka, Vuori y Salomon. Asimismo, cambió de concepto/imagen en las tiendas de Guadalajara, Monterrey, Querétaro y Acoxa.

The **Sports division** consolidated its new premium brand strategy, featuring labels such as Lululemon, On, Hoka, Vuori, and Salomon. Additionally, it underwent a comprehensive concept and image re-branding across our Guadalajara, Monterrey, Querétaro, and Acoxa locations.

Wellness Palacio se fortalece con la introducción de Running Palacio y Yoga Palacio.

Wellness Palacio was further strengthened by the introduction of Running Palacio and Yoga Palacio.



EL PALACIO DE HIERRO





Integramos cada vez más marcas de vanguardia en la categoría de Hogar.
We continue to incorporate leading-edge brands into the Home category.

TECNOLOGÍA Y HOGAR

En 2025, impulsamos la consolidación de marcas de alto impacto como Shark y Ninja, así como la incorporación de prestigiosas firmas de audio Hi-Fi, como Bang & Olufsen y Devialet.

TECHNOLOGY AND HOME

In 2025, we drove the consolidation of high-impact brands like Shark and Ninja, alongside the incorporation of prestigious Hi-Fi audio firms such as Bang & Olufsen and Devialet.

Se ofreció una experiencia inmersiva y personalizada de compra, a través de las Pop Up Stores de Nespresso y JBL, al conectar con los clientes de manera personal y directa, apelando a sus sentidos y generando un impacto emocional.

Generamos experiencias que conecten al aspecto funcional de la tecnología con el ámbito de satisfacción personal.

We create experiences that connect the functional aspects of technology with personal fulfillment.

We delivered an immersive and personalized shopping experience through Nespresso and JBL Pop-Up Stores, connecting with clients on a direct, emotional level by appealing to their senses.





Este año lanzamos la marca propia **Rostán**, que ofrecerá un punto de vista **Totalmente Palacio** sobre interiorismo.

This year we launched our private label **Rostán**, offering a 'Totally Palacio' perspective on interior design.

Hogar | Casa Palacio

En Hogar, el 2025 ha sido un año de evolución y homenaje. El hito más significativo fue el lanzamiento de **Rostán**, una nueva marca propia, que representa un paso audaz hacia la diferenciación y la consolidación de nuestro legado.

Más que una colección de muebles y accesorios, **Rostán** es un tributo a Marguerite Rostan, figura clave en la historia del diseño en México y arquitecta silenciosa del estilo de vida que define a El Palacio de Hierro.

Home | Casa Palacio

2025 was a year of evolution and tribute for our Home division. The most significant milestone was the launch of **Rostán**, a new proprietary brand that represents a bold step toward differentiation and the consolidation of our legacy.

More than a collection of furniture and accessories, **Rostán** is a tribute to Marguerite Rostan, a pivotal figure in the history of Mexican design and the silent architect of the lifestyle that defines El Palacio de Hierro.



Con esta iniciativa, honramos su trayectoria, al crear atmósferas únicas y espacios que cuentan historias. **Rostán** se consolida como nuestro nuevo estandarte de interiorismo, que ofrece un equilibrio entre detalles modernos y materiales cuidadosamente seleccionados, reafirmando nuestro compromiso con la sofisticación, la calidad y el diseño.



Rostán toma su nombre de un personaje icónico de la historia de El Palacio de Hierro: Marguerite Rostan.

Rostán takes its name from an iconic figure in the history of El Palacio de Hierro: Marguerite Rostan.

With this initiative, we honor her trajectory by creating unique atmospheres and spaces that tell a story. **Rostán** establishes itself as our new flagship for interior design, offering a perfect balance between modern details and carefully curated materials, reaffirming our commitment to sophistication, quality, and design.



ROSTÁN EN EL PALACIO DE HIERRO





PERSONAL SHOPPING

Para estrechar las relaciones con los clientes y reforzar su lealtad, mejoramos la comprensión de sus necesidades y patrones de compra.

De la mano del equipo de Lujo, nos expandimos hacia ciudades donde no contamos con una tienda física de El Palacio de Hierro. A pesar de la distancia, atendemos a una amplia base de clientes y les llevamos los artículos de su preferencia.

Nos enfocaremos en el servicio de ultra-lujo, para asegurar que cada *Personal Shopper* cuente con las herramientas y el conocimiento necesario para ofrecer a los clientes el servicio y la atención que cada uno de ellos merece.

PERSONAL SHOPPING

To deepen customer relationships and reinforce loyalty, we have enhanced our understanding of their needs and purchasing patterns.

In collaboration with the Luxury team, we expanded our reach to cities where we do not have a physical presence, serving a broad client base and delivering their preferred items regardless of distance.

Moving forward, we will focus on ultra-luxury services, ensuring every Personal Shopper is equipped with the tools and expertise required to provide the world-class attention our clients deserve.



MARCAS PROPIAS

2025 ha sido un año de transformación y fortalecimiento, pues hemos sentado bases sólidas para el futuro mediante la conexión con las nuevas generaciones (Gen Z y Alpha) y hemos dirigido grandes esfuerzos en nuestras marcas para jóvenes y niños.

PRIVATE LABELS

2025 has been a year of transformation and consolidation, as we have laid a solid foundation for the future by connecting with new generations (Gen Z and Alpha), dedicating significant efforts to our youth and children's brands.

Este año buscamos generar mayor conexión con las nuevas generaciones a través de la oferta y las experiencias.

This year, we sought to build stronger connections with new generations through our offerings and experiences.



EL PALACIO DE HIERRO



KURT GEIGER



Continuamos con la apertura de nuevas boutiques, con lo que llegamos a 156 en todo el país.

We continued opening new boutiques, reaching a total of 156 nationwide.

BOUTIQUES

En este año se abrieron 18 ubicaciones nuevas; hoy contamos con 156 *Boutiques Stand Alone* en el país.

BOUTIQUES

This year, we opened 18 new locations; today, we operate a network of 156 stand-alone boutiques across the country.



CENTRO COMERCIAL PLAZA ANDARES





VIAJES PALACIO

Se sentaron las bases para la creación de una nueva área especializada en viajes de lujo, dirigida a clientes de alto valor que buscan experiencias exclusivas y personalizadas.

VIAJES PALACIO

The foundations were laid for the creation of a new specialized luxury travel division, tailored to high-value clients seeking exclusive and hyper-personalized experiences.



A través de innovaciones y la oferta de experiencias de alta gama, Viajes Palacio continúa alineándose con las expectativas de los viajeros actuales.

Through innovation and a refined high-end portfolio, Viajes Palacio continues to evolve in alignment with the expectations of today's modern travelers.

RESTAURANTES PALACIO

Durante 2025, aceleramos la transformación digital de alimentos y bebidas con el nuevo menú en nuestros restaurantes, para volver a posicionarnos como la opción *top of mind* para nuestros clientes.

Se renovaron seis conceptos y se sentó un precedente de innovación con la negociación de la nueva Terraza Palacio Monterrey, que se convertirá en el destino gastronómico de la región. Además, se obtuvo la recertificación del “Distintivo H” en El Palacio de Hierro Polanco y la continuidad del programa en otras 10 tiendas, lo que refuerza nuestro inquebrantable compromiso con la excelencia.

PALACIO RESTAURANTS

In 2025, we accelerated the digital transformation of our Food and Beverage division with the launch of new menus across our restaurants, re-establishing ourselves as the top-of-mind choice for our clients.

Six concepts were renovated, and a new benchmark for innovation was set with the negotiation of the new Terraza Palacio Monterrey, destined to become the region’s premier gastronomic destination. Furthermore, we achieved the “Distintivo H” recertification for El Palacio de Hierro Polanco and ensured program continuity across ten other stores, reinforcing our unwavering commitment to excellence.

Nuevas regiones descubren el sabor y la experiencia gastronómica de la Terraza Palacio.

New regions are now discovering the signature flavors and elevated dining experience of la Terraza Palacio.







RESTAURANTES EN EL PALACIO DE HIERRO



El Palacio de Hierro



A large advertisement for 'Noches Palacio Dolce Vita' featuring a woman in a white lace dress and sunglasses sitting in a red convertible car. The text 'NOCHES PALACIO Dolce Vita' is prominently displayed in white and yellow. Below it, 'POLANCO' and 'MAYO 8 AL 12 DE 2025' are written. At the bottom, there are icons for the 'MI PALACIO APP' and a phone number '555-PALACIO' with a WhatsApp icon.



SERVICIOS FINANCIEROS

FINANCIAL SERVICES





Hemos transformado las diversas plataformas para tarjetahabientes Palacio con el fin de crear un punto de acceso único.

We have transformed the various platforms for Palacio cardholders in order to create a single point of access.

Con el compromiso de fortalecer la experiencia del cliente, hemos mejorado la atención en nuestros canales presenciales y digitales, ofreciendo soluciones y servicios más ágiles y sin fricciones que mejoran la vida de nuestros clientes.

Así, se rediseñó la aplicación de “Mi Palacio App” para que sea más intuitiva, accesible y segura. Además, se actualizó y se mejoró la plataforma en línea de la Tarjeta Palacio, integrándola a elpalaciodehierro.com, lo que permitió ofrecer un punto de acceso único para la consulta de información y la interacción con los servicios financieros.

Guided by our commitment to enhancing the customer experience, we have optimized our service across both in-person and digital channels, offering more agile and frictionless solutions that simplify our clients' lives.

Thus, the *Mi Palacio App* was redesigned to be more intuitive, accessible, and secure. Furthermore, the *Tarjeta Palacio* online platform was upgraded and integrated into elpalaciodehierro.com, providing a single point of entry for information queries and interaction with our financial services.



**BOTTEGA
VENETA**





Se han implementado servicios para tarjetahabientes por medio de Mi Palacio App, como el pago de servicios, pago de seguros y la tarjeta digital, entre otros.

New services for Palacio cardholders have been implemented through *Mi Palacio App*, including bill payments, insurance payments, and a digital card, among others.

Lanzamos productos digitales innovadores para facilitar la experiencia de nuestros clientes, como el alta digital o la tarjeta digital para poder realizar pagos ágiles y seguros, tanto en tienda como en canales digitales.

Con el objetivo de adaptarnos a las nuevas necesidades de los clientes y poder ofrecerles nuevas soluciones, se lanzaron algunos productos personalizados, como el pago de servicios y el pago de seguros en “Mi Palacio App”.

We launched innovative digital products to streamline the customer experience, such as digital onboarding and digital cards, enabling agile and secure payments across both in-store and digital channels.

In order to adapt to evolving customer needs and offer new solutions, we launched several value-added products, such as in-app utility and insurance payments within the *Mi Palacio App*.

Mensaje final

Este año, hemos llegado a más clientes y a diferentes segmentos con una experiencia personalizada. Este nivel de hipersegmentación, apoyado en datos avanzados y tecnología de análisis, nos ha permitido responder de manera precisa a las necesidades de cada uno de nuestros clientes.

Desde el punto de vista de la infraestructura tecnológica, se han reforzado las arquitecturas y los sistemas para ofrecer una mejor experiencia omnicanal a nuestros clientes, con altos estándares de seguridad. También se han automatizado procesos y herramientas para reducir tiempos de respuesta en la atención de clientes.

Final Message

This year, we reached more clients across diverse segments through a personalized experience. This level of hyper-segmentation, powered by advanced data and analytics technology has enabled us to respond with precision to each client's specific needs.

From a technological infrastructure perspective, we have reinforced our architectures and systems to deliver a superior omnichannel experience, backed by the highest security standards. Furthermore, we have automated key processes and tools to streamline response times in customer service.





Grupo Palacio de Hierro reafirma su compromiso con el crecimiento sostenido y la innovación tecnológica, mediante la implementación de herramientas basadas en inteligencia artificial, lo que nos permite contar con una estructura financiera sólida y adaptable a los retos del entorno actual.

Hago llegar mi profundo agradecimiento y sincero reconocimiento a nuestras colaboradoras y colaboradores por su compromiso, lealtad y excelencia. Asimismo, reconozco y agradezco el apoyo, la confianza y la dirección del Presidente del Consejo y de sus integrantes.

Grupo Palacio de Hierro reaffirms its commitment to sustained growth and technological innovation through the implementation of AI-driven tools, ensuring a robust financial structure capable of adapting to the challenges of today's environment.

I wish to extend my deepest gratitude and sincere recognition to our team members for their commitment, loyalty, and excellence. Likewise, I acknowledge and appreciate the support, trust, and guidance provided by the Chairman of the Board and its members.

Eléonore de Boysson.

Eléonore de Boysson

Directora General

Chief Executive Officer

Grupo Palacio de Hierro, S.A.B. de C.V.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
BOARD OF DIRECTORS

PRESIDENTE | CHAIRMAN
ALEJANDRO BAILLÈRES

CONSEJEROS PROPIETARIOS
DIRECTORS

Alejandro Baillères Gual* (PAT. REL.) (2) (3)
Presidente de Grupo BAL y Presidente del Consejo de Administración de Grupo Palacio de Hierro; Industrias Peñoles; Fresnillo plc; Grupo Nacional Provincial; Grupo Profuturo; Profuturo Afore y Profuturo Pensiones.

Tomás Lozano Molina (IND.) (1)
Notario Público N°10 de la Ciudad de México.

Fernando Benjamín Ruiz Sahagún (IND.) (1)
Asesor de Chevez, Ruiz, Zamarripa y Cía.

Juan Bordes Aznar* (REL.) (2) (3)
Director Corporativo de Grupo BAL.

Raúl Carlos Obregón del Corral (IND.)
Socio Director de Alianzas, Estrategia y Gobierno Corporativo.

Arturo Manuel Fernández Pérez* (REL.) (2) (3)
Rector del Instituto Tecnológico Autónomo de México.

Víctor Alberto Tiburcio Celorio (IND.) (1)
Consultor Independiente.

CONSEJEROS SUPLENTE
ALTERNATE DIRECTORS

Gabriel Eugenio Kuri Labarthe (REL.)
Director General de Actividades Financieras de Servicios Corporativos BAL, S.A. de C.V.

Ernesto Vega Velasco (IND.)
Consultor Independiente.

Dolores Alicia Martin Cartmel (IND.)
Consejera.

Alejandro Díaz de León Carrillo* (REL.) (3)
Director Corporativo de Grupo BAL.

Jaime Cortés Rocha (IND.)
Consejero del Despacho Mijares, Angoitia, Cortés y Fuentes.

CONSEJEROS PROPIETARIOS
DIRECTORS

Juan Pablo Baillères Gual (PAT. REL.)
Director Corporativo de Grupo BAL.

José Octavio Figueroa García* (REL.) (3)
Director Corporativo de Grupo BAL.

Francisco Javier Simón Havaux (IND.)
Presidente de Formas para Negocios, Formas y Sistemas Mexicanos, Compañía Litográfica y Tipográfica América y Servisim.

Eduardo Cepeda Fernández* (REL.) (3)
Asesor Financiero de Presidencia de Grupo BAL.

Juan Carlos Escribano García (REL.)
Consultor Independiente.

Roberto Palacios Prieto* (REL.) (3)
Director Corporativo de Grupo BAL.

Anna Paola Simón Gálvez
Secretaria del Consejo.

CONSEJEROS SUPLENTE
ALTERNATE DIRECTORS

Jorge Rico Núñez (REL.)
Director de Área de Servicios Corporativos BAL.

José Luis Alfonso Simón Havaux (IND.)
Director General de Formas para Negocios, Formas y Sistemas Mexicanos y Compañía Litográfica y Tipográfica América.

Mariana Orozco Aragón (REL.)
Subdirectora de Análisis de Servicios Corporativos BAL.

Jaime Lomelín Guillén* (REL.)
Director Corporativo de Grupo BAL.

Luis Manuel Murillo Peñaloza (REL.)
Director General de Valores Mexicanos Casa de Bolsa.

(1) Comité de Auditoría y Prácticas Societarias | Auditing and Corporate Governance Committee.
(2) Comité de Nominación, Evaluación y Compensaciones | Appointment, Evaluation, and Compensation Committee.
(3) Comité de Finanzas y Planeación | Finance and Planning Committee.
* Miembros del Comité Ejecutivo | Members of the Executive Committee.

(PAT.) Patrimonial Proprietary. (IND.) Independiente Independent. (REL.) Relacionado Related. (PAT. REL.) Patrimonial Relacionado Related Proprietary.



PRESENCIA

Contamos con 21 tiendas
El Palacio de Hierro, en sus diferentes
formatos, repartidas a lo largo
del territorio nacional.

PRESENCE

We have 21 El Palacio de Hierro
stores, in their different formats,
distributed throughout
the national territory.





EL PALACIO DE HIERRO COYOACÁN



EL PALACIO DE HIERRO POLANCO



EL PALACIO DE HIERRO MONTERREY



EL PALACIO DE HIERRO VERACRUZ



CASA PALACIO ANTARA FASHION HALL



EL PALACIO DE HIERRO DURANGO



EL PALACIO DE HIERRO SANTA FE



EL PALACIO DE HIERRO LEÓN



EL PALACIO DE HIERRO VILLAHERMOSA



CASA PALACIO SANTA FE



EL PALACIO DE HIERRO INTERLOMAS



EL PALACIO DE HIERRO SATELITE



EL PALACIO DE HIERRO PUEBLA



LA BOUTIQUE PALACIO ACOXPA



PALACIO OUTLET LERMA



EL PALACIO DE HIERRO PERISUR



EL PALACIO DE HIERRO GUADALAJARA



EL PALACIO DE HIERRO QUERÉTARO



LA BOUTIQUE PALACIO CANCÚN



PALACIO OUTLET PUNTA NORTE



elpalaciodehierro.com

EL PALACIO DE HIERRO CENTRO

Av. 20 de Noviembre no. 3,
Ciudad de México, 06060

EL PALACIO DE HIERRO COYOACÁN

Centro Mítikah
Av. Río Churubusco no. 601,
Ciudad de México, 03330

EL PALACIO DE HIERRO DURANGO

Durango no. 230,
Ciudad de México, 06700

EL PALACIO DE HIERRO INTERLOMAS

Centro Comercial Paseo Interlomas
Av. de la Barranca no. 6,
Edo. de México, 52787

EL PALACIO DE HIERRO PERISUR

Centro Comercial Perisur
Periférico Sur no. 4690,
Ciudad de México, 04500

EL PALACIO DE HIERRO POLANCO

Moliere no. 222,
Ciudad de México, 11560

EL PALACIO DE HIERRO SANTA FE

Centro Comercial Santa Fe
Av. Vasco de Quiroga no. 3800,
Ciudad de México, 05109

EL PALACIO DE HIERRO SATÉLITE

Cto. Centro Comercial no. 2251,
Cd. Satélite,
Edo. de México, 05310

EL PALACIO DE HIERRO GUADALAJARA

Centro Comercial Andares
Av. Patria no. 2085,
Zapopan, Jalisco, 45116

EL PALACIO DE HIERRO LEÓN

Centro Plaza Mayor
Cerro Gordo, Blvd. Casa de Piedra
37150 León de los Aldama, Guanajuato.

EL PALACIO DE HIERRO QUERÉTARO

Centro Comercial Antea
Carretera Querétaro-San Luis Potosí
no. 12401,
Querétaro, 76127

EL PALACIO DE HIERRO PUEBLA

Centro Comercial Angelópolis
Blvd. del Niño Poblano no. 2510,
Puebla, 72450

EL PALACIO DE HIERRO MONTERREY

Centro Comercial Paseo San Pedro
Av. José Vasconcelos no. 402,
San Pedro Garza García, Nuevo León, 66220

EL PALACIO DE HIERRO VERACRUZ

Centro Comercial Andamar
Boulevard Adolfo Ruiz Cortines no. 4300,
Zona Hotelera,
Boca del Río, Veracruz, 94299

EL PALACIO DE HIERRO VILLAHERMOSA

Centro Comercial Plaza Altabrisa
Anillo Periférico Carlos Pellicer
Cámara no. 129,
Villahermosa, Tabasco, 86190

LA BOUTIQUE PALACIO CANCÚN

Fashion Harbour at La Isla
Blvd. Kukulcán km 12.5,
Cancún, Quintana Roo, 77500

LA BOUTIQUE PALACIO ACOXPA

Centro Comercial Paseo Acoxpa
Calzada Acoxpa no. 430,
Ciudad de México, 14300

CASA PALACIO ANTARA FASHION HALL

Centro Comercial Antara Fashion Hall
Av. Ejército Nacional no. 843,
Ciudad de México, 11520

CASA PALACIO SANTA FE

Centro Comercial Santa Fe
Av. Vasco de Quiroga no. 3800,
Ciudad de México, 05109

PALACIO OUTLET LERMA

Carretera Toluca - México km 50,
La Merced o El Calvario
Lerma de Villada,
Edo. de México, 52000

PALACIO OUTLET PUNTA NORTE

Sierra Vieja no. 2, Local no. 100 y 600,
Hacienda del Parque,
Cuautitlán Izcalli
Edo. de México, 54769





Nuestro enfoque en el trabajo colaborativo, la adaptación constante y la mejor continua nos ha permitido convertir este contexto en oportunidades que fortalecen nuestra posición y visión a largo plazo.

Our focus on collaborative work, continuous adaptation, and ongoing improvement has enabled us to turn this environment into opportunities that strengthen our position and long-term vision.

Alejandro Baillères