



The background of the image is a vibrant, abstract mural covering the ceiling and walls of a modern architectural space. The mural features swirling patterns in shades of orange, red, blue, and green, with some text elements like "TOUR" and "KID" visible. The ceiling is made of large glass panels supported by a steel frame.

GRUPO
PALACIO DE HIERRO

INFORME ANUAL • ANNUAL REPORT

2022

El Palacio de Hierro
®

SOY TOTALMENTE PALACIO

EL **FUTURO**
ES **UN PALACIO**

elpalaciodehierro.com

O4

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

15

GRUPO PALACIO DE HIERRO
GRUPO PALACIO DE HIERRO

- TRANSFORMACIÓN
TRANSFORMATION
- INDICADORES OPERATIVOS
OPERATIONAL INDICATORS
- PROYECTOS INMOBILIARIOS
REAL-ESTATE PROJECTS
- RECURSOS HUMANOS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL
HUMAN RESOURCES AND SOCIAL RESPONSIBILITY
- RELACIÓN CON EL CLIENTE
CUSTOMER RELATIONS

28

DIVISIÓN COMERCIAL
COMMERCIAL DIVISION

- LUJO Y EXPERIENCIAS EN EL PALACIO DE HIERRO
LUXURY AND EXPERIENCES AT EL PALACIO DE HIERRO
- RELOJERÍA Y JOYERÍA
WATCHES AND JEWELRY
- PERFUMERÍA
BEAUTY
- BOUTIQUES
BOUTIQUES
- VIAJES PALACIO
VIAJES PALACIO
- MODA: PILAR DE CRECIMIENTO
FASHION: A PILLAR FOR GROWTH
- TECNOLOGÍA, HOGAR Y CASA PALACIO
CASA PALACIO, HOME AND TECHNOLOGY
- RESTAURANTES
RESTAURANTS

54

FINANZAS
FINANCE

59

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
BOARD OF DIRECTOR

60

DIRECTORIO
DIRECTORY



GRUPO PALACIO DE HIERRO

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 2022.

COMPANY PERFORMANCE REPORT PRESENTED TO THE SHAREHOLDERS'
ASSEMBLY, CORRESPONDING TO THE 2022 FISCAL YEAR



ALEJANDRO BAILLÈRES

“Grupo Palacio de Hierro se distingue por contar con un excelente capital humano y una sólida cultura organizacional. En 2022, se fortalecieron los pilares culturales que nos permitirán seguir enriqueciendo la identidad organizacional”.

“Grupo Palacio de Hierro characterizes itself for its outstanding human capital and solid organizational culture. During 2022, we consolidated the cultural pillars that will allow us to continue enriching our organizational identity”.



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, presento a ustedes este informe basado en el análisis de la información proporcionada por el Director General en su Informe Anual sobre la marcha de la Sociedad, de los principales resultados obtenidos y de los aspectos sobresalientes del ejercicio fiscal de 2022, así como un informe de las principales actividades del Consejo de Administración.

En 2022, la apertura del Totalmente nuevo Palacio de Hierro Coyoacán nos llenó de orgullo, luego de que la tienda ubicada en el Centro Coyoacán cerrara sus puertas para dar paso al futuro: un flamante establecimiento de cinco pisos y 40,000 metros cuadrados, con una gran diversidad de servicios. Construimos verdaderos palacios y este, en particular, resulta singular y entrañable.

En 2022, la economía de México no fue ajena al escenario macroeconómico mundial; no obstante, consiguió un crecimiento de 3.0%, un resultado mejor de lo esperado, aunque la inflación —igual que en el resto del mundo— llegó al punto más alto en 20 años, al alcanzar 7.82% en el año. El Banco de México reaccionó con diligencia y oportunidad ante al fenómeno inflacionario e incrementó la tasa de interés de 5.5% a 10.5%.



Esteemed shareholders:

As Chairman of the Board of Directors of *Grupo Palacio de Hierro, S.A.B. de C.V.*, and on behalf of the company, it is my pleasure to present this report, which is based on data provided by the CEO in his Annual Report regarding the company's performance, its results and the milestones reached during the 2022 fiscal year, in addition to a report detailing the activities of the Board of Directors.

In 2022, the opening of our new Palacio de Hierro store in Coyoacán was a great source of pride for all of us after our store located in the center of Coyoacán closed its doors in order to allow us to focus on the future: a brand-new five-story building covering 40,000 square meters and offering a wide range of services. We have built veritable palaces in the past, and this one, in particular, is both charming and unique.

In 2022, the Mexican economy was not unaffected by the global macroeconomic panorama; however, it grew by 3.0%, a better-than-expected result, although inflation – as in the rest of the world – reached its highest level in 20 years, hitting 7.82% during the year. The Bank of Mexico reacted diligently and opportunely to this inflationary growth, increasing interest rates from 5.5% to 10.5%.





“EN 2022 NOS LLENÓ DE ORGULLO LA APERTURA DEL TOTALMENTE NUEVO PALACIO DE HIERRO COYOACÁN... UN PALACIO SINGULAR Y ENTRAÑABLE”.

“IN 2022, THE OPENING OF OUR NEW PALACIO DE HIERRO STORE IN COYOACÁN WAS A GREAT SOURCE OF PRIDE FOR ALL OF US ... A CHARMING AND UNIQUE PALACIO”.

De acuerdo con datos de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), el crecimiento real de las ventas del sector minorista —a tiendas iguales— fue de 2.5% y el incremento —si se consideran tiendas totales— fue de 4.8%. En el segmento de tiendas departamentales —a tiendas iguales— el crecimiento fue de 3.8% y de 5.7%, considerando tiendas totales.

En este complejo entorno económico, al cierre del ejercicio de 2022, los ingresos totales de Grupo Palacio de Hierro alcanzaron el monto de \$45,632 millones de pesos (mdp), lo que significó un incremento del 22.6% respecto de 2021. El margen de Utilidad Antes de Financiamiento, Impuestos, Depreciación y Amortización (UAFIDA) observó un incremento de 37.8%, para situarse en \$5,902 mdp. La utilidad neta del ejercicio fue de \$1,726 mdp, un incremento de 58% respecto de 2021.

Asimismo, en 2022, se realizó una emisión de certificados bursátiles por \$2,000 mdp con vencimiento a tres años. Estos recursos se destinaron a la amortización anticipada de una emisión previa de bonos por \$1,000 mdp, con fecha de vencimiento en abril de 2023, así como a los planes de inversión y creci-

miento de la compañía para los próximos años. Las calificadoras de riesgo crediticio HR Ratings y Fitch Ratings ratificaron a Grupo Palacio de Hierro su calificación “AAA”, la máxima posible en escala nacional.

Grupo Palacio de Hierro se distingue por contar con un excelente capital humano y una sólida cultura organizacional. En 2022, se fortalecieron los pilares culturales que nos permitirán seguir enriqueciendo la identidad organizacional. La cuádruple conformada por Excelencia / Estilo / Calidez / Alegría de Vivir será la base para la transformación de la empresa en los próximos años.



EL PALACIO DE HIERRO COYOACÁN

LOS INGRESOS TOTALES DE GRUPO PALACIO DE HIERRO ALCANZARON **\$45,632 MDP.**

EL MARGEN DE UAFIDA OBSERVÓ UN INCREMENTO DE 37.8%, PARA SITUARSE EN **\$5,902 MDP.**

GRUPO PALACIO DE HIERRO'S TOTAL REVENUE REACHED MXN \$45.632 BILLION.

THE EBITDA MARGIN INCREASED BY 37.8%, REACHING MXN \$5.902 BILLION.

creased by 37.8%, reaching MXN \$5.902 billion. Accounting income for the year stood at MXN \$1.726 billion, a 58% increase compared to 2021.

Furthermore, in 2022 we issued three-year bonds worth MXN \$2 billion, the funds from which were earmarked for the early amortization of bonds totaling MXN \$1 billion, which mature in April 2023, as well as for the company's investment and growth plans for the coming years. Ratings agencies Fitch Ratings and HR Ratings assigned *Grupo Palacio de Hierro* a rating of AAA, the highest possible rating in Mexico.

Based on data from the *Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales* (ANTAD), the real growth of same-store sales reached 2.5%, while total store growth stood at 4.8%. Within the department store segment, same-store sales grew by 3.8% and total store sales by 5.7%.

In light of this challenging economic scenario, at the end of the 2022 fiscal year, *Grupo Palacio de Hierro*'s total revenue reached MXN \$45.632 billion, a 22.6% increase compared to 2021. Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization (EBITDA) in-



EL PALACIO DE HIERRO COYOACÁN

EN EL PALACIO DE HIERRO
QUEREMOS ATRAER Y APOYAR
EL DESARROLLO DE
PERSONAS TALENTOSAS,
SIN DISTINCIÓNES.

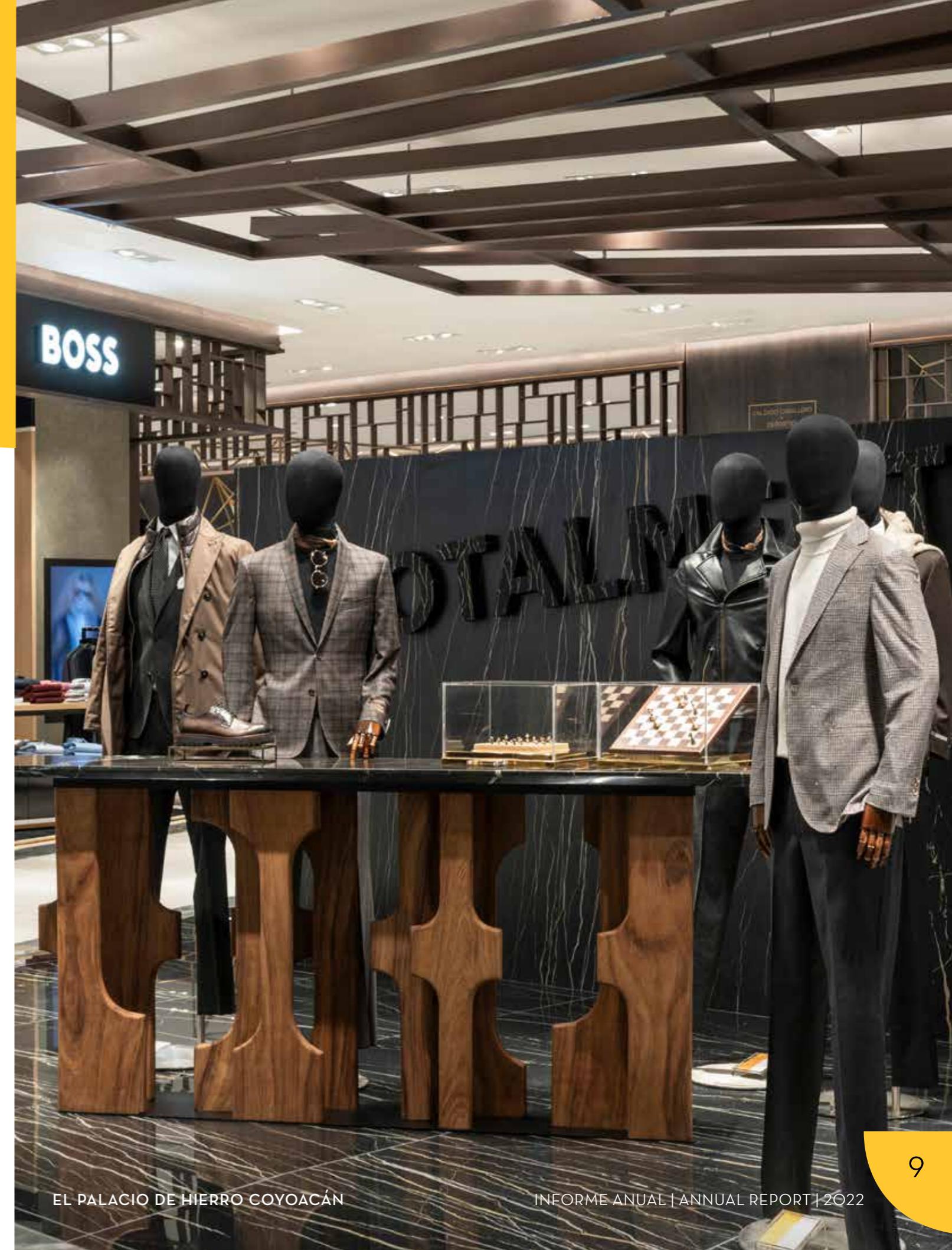
AT EL PALACIO DE HIERRO,
OUR GOAL LIES IN ATTRACTING
AND SUPPORTING
THE DEVELOPMENT OF
TALENTED PEOPLE
WITHOUT DISTINCTION.

En El Palacio de Hierro queremos atraer y apoyar el desarrollo de personas talentosas, sin distinciones. Estamos convencidos de que cada persona tiene el potencial de brillar, y por eso valoramos la diversidad y abrazamos las diferencias; así, enriquecemos a nuestros equipos, estimulamos la innovación y dinamizamos a la organización. Durante 2022, continuamos consolidando nuestra cultura de diversidad, equidad e inclusión, para garantizar la retención y atracción de talento diverso y mantenernos a la vanguardia. En este periodo mantuvimos el distintivo de "Empresa Socialmente Responsable", recibimos el reconocimiento de "Empresas Excepcionales 2022", así como el de "Prácticas con Dimensión Social".

En 2022, fortalecimos nuestra estrategia en materia ambiental, social y de gobierno corporativo (ASG); para ello, definimos una nueva y más sólida estructura de gobernanza, con una dirección dentro del Comité Ejecutivo que conducirá esta iniciativa. Entre sus funciones estarán las siguientes: presidir el Comité de Sustentabilidad (de reciente creación); monitorear y fortalecer sus actividades; darle seguimiento a la estrategia de sostenibilidad; reportar avances a la Dirección General y a los órganos de gobierno en forma periódica, y coordinar la comunicación con grupos de interés, inversionistas y accionistas a través del Informe Anual de Sustentabilidad.

At El Palacio de Hierro, our goal lies in attracting and supporting the development of talented people without distinction. We are convinced that every individual has the potential to shine, which is why we value diversity and embrace differences, allowing us to enrich our teams, drive innovation and make our organization more dynamic. During 2022, we continued consolidating our culture of diversity, equality and inclusion to guarantee the attraction and retention of diverse talent and ensure we remain at the forefront. During 2022, we maintained our Socially Responsible Company (ESR) certification, and we were presented with the 2022 Exceptional Companies award and the Social Practices award.

In 2022, we bolstered our Environmental, Social and Governance (ESG) strategy by defining a new and more robust governance structure that includes an area within the Executive Committee that will oversee this initiative, the functions of which will include presiding over the (recently created) Sustainability Committee; monitoring and bolstering its activities; tracking the sustainability strategy; providing periodic reports regarding advances to senior management and governance bodies; and coordinating communication with stakeholders, investors and shareholders through the Annual Sustainability Report.



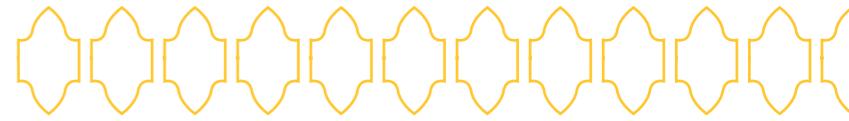


MOMENTUM,
EL PALACIO DE HIERRO COYOACÁN

El Consejo de Administración presenta a consideración de la Asamblea de Accionistas el Informe en el que se declaran 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. Estos fueron dictaminados por los auditores externos y forman parte integral de este Informe.

En opinión del Consejo de Administración, el informe del Director 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 2022.

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. El Consejo se reunió en cuatro ocasiones durante el ejercicio fiscal de 2022. Entre los temas tratados y aprobados en estas sesiones, destacan los siguientes: el reforzamiento de los programas de gestión laboral y ambiental; la actualización del Plan Estratégico; 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 presu-



The Board of Directors presents this report for the consideration of the Shareholder's Meeting, in which it declares and explains the accounting policies and criteria used to prepare the Financial Statements, including, among others: the bases of presentation, the principles of consolidation, significant accounting policies and new accounting pronouncements, which were determined by external auditors and form an integral part of this Report.

In the opinion of the Board of Directors, the CEO's Report presented to the Shareholders Meeting appropriately and reasonably reflects the financial situation, results and milestones of the business during the 2022 fiscal year.

The Board of Directors acts in full compliance with solid corporate governance practices, and its work is supported by committees, as stipulated in the Code of Best Corporate Practices and Principles. The Board met four times during the 2022 fiscal year. The most relevant issues discussed and approved by the Board of Directors include the bolstering of occupational and environmental safety programs; updates to the Strategic Plan; the reception and ratification of agreements of the Executive Committee; the corporate strategy; the monitoring of numerous strategic initiatives; the debt issuance program; and, the company's investments and budgets. Furthermore,

“EN ESTE PERÍODO MANTUVIMOS EL DISTINTIVO DE ‘EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE’, RECIBIMOS EL RECONOCIMIENTO DE ‘EMPRESAS EXCEPCIONALES 2022’, ASÍ COMO EL DE ‘PRÁCTICAS CON DIMENSIÓN SOCIAL’.

“DURING 2022, WE MAINTAINED OUR SOCIALLY RESPONSIBLE COMPANY (ESR) CERTIFICATION, AND WE WERE PRESENTED WITH THE 2022 EXCEPTIONAL COMPANIES AWARD AND THE SOCIAL PRACTICES AWARD”.

puestos de la Sociedad. De igual forma, se revisaron y se aprobaron los Estados Financieros presentados en los diferentes períodos del ejercicio, y se aprobó el presupuesto para 2023.

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

El Comité Ejecutivo revisó los presupuestos y el desempeño operativo y financiero de los negocios, así como la estrategia de digitalización. Asimismo, validó las bases del Plan Estratégico y les dio seguimiento.

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

the Financial Statements presented during the fiscal year were reviewed and approved, and the 2023 budget was also approved.

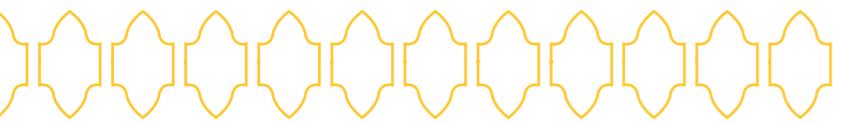
The most relevant activities of each Committee, whose members are detailed in the Corporate Governance section of the Annual Report, are outlined below.

The Executive Committee reviewed the budgets and operational and financial performance of each business, in addition to the digitalization strategy. Furthermore, it validated and monitored the foundations for the Strategic Plan.

The Audit and Corporate Practices Committee reviewed both operational and financial performance and the internal and external audit plans, as well as those of the Compliance Department, in addition to reviewing the state of internal controls. Furthermore, it assessed external audit services and validated compliance with regulatory requirements. It also reviewed accounting policies, transactions with related parties, and all relevant legal and fiscal affairs.



SALÓN CANTINA PALACIO,
EL PALACIO DE HIERRO COYOACÁN



El Comité de Finanzas y Planeación revisó las proyecciones financieras, la evaluación realizada por la empresa de los proyectos de inversión, supervisó la emisión de los nuevos certificados bursátiles, así como la situación financiera de la Sociedad.

El Comité de Nominación, Evaluación y Compensaciones realizó, de acuerdo con las políticas correspondientes, 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. El paquete de remuneración de los funcionarios de alto nivel se compone de un sueldo base, prestaciones de ley y de otros elementos comunes a la industria nacional. También validó la capacidad y la experiencia de los miembros del Consejo de Administración y recomendó su retribución.

El desempeño financiero de Grupo Palacio de Hierro durante 2022 tuvo una estupenda evolución, superior a la del sector. En todo momento, se ha mantenido la fortaleza financiera de la Sociedad, lo que ha permitido seguir adelante con los planes de crecimiento y expansión.

The Finance and Planning Committee assessed financial projections, assessed the company's investment projects, and oversaw the issuance of new bonds and the Company's financial situation.

Pursuant to the corresponding policies, the annual performance of high-level executives is evaluated by the Nomination, Evaluation and Compensation Committee, and it authorized salary increases and bonuses based on the results of these evaluations. The executive benefits package comprises base salary, benefits required by law and other common elements found within the domestic industry. This Committee also validated the skills and experience of the members of the Board of Directors, in addition to recommending its compensation.

The financial performance of *Grupo Palacio de Hierro* during 2022 evolved extremely well and at a rate higher than the sector as a whole. The robust financial position of the Company has remained throughout, enabling us to continue driving plans for growth and expansion.



PERSONAL SHOPPING,
EL PALACIO DE HIERRO COYOACÁN



Señoras y señores accionistas:

En nombre del Consejo de Administración, y del mío propio, quiero reconocer y agradecer a todos los clientes por su patrocinio y lealtad; a los colaboradores, por su esfuerzo, su pasión y su profesionalismo; a nuestros múltiples proveedores, por su calidad y permanente apoyo, y a nuestros accionistas, por su invaluable confianza. El legado y el dinamismo de esta Sociedad representan lo que somos y, a la vez, sustentan nuestro futuro para que, con visión, inteligencia y constante esfuerzo, sigamos siendo Totalmente Palacio.

Esteemed shareholders:

On behalf of the Board of Directors and myself, I would like to thank our customers for their trust and loyalty; our employees for their hard work, passion and professionalism; our multiple suppliers for their ongoing support and quality; and our shareholders for their invaluable trust. The legacy and dynamic nature of our company represents who we are today, and it is through our vision, intelligence and hard work that we can continue being *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.





GRUPO PALACIO DE HIERRO

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

INFORME SOBRE LA MARCHA DE LA SOCIEDAD PRESENTADO
POR EL DIRECTOR GENERAL AL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN,
CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO FISCAL DE 2022.

COMPANY PERFORMANCE REPORT, PRESENTED
BY THE CEO TO THE BOARD OF DIRECTORS,
CORRESPONDING TO THE 2022 FISCAL YEAR.



**VENTAS
COMERCIALES
EN MILLONES
DE PESOS.**
RETAIL SALES
IN MILLIONS
OF PESOS.



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

En mi carácter de Director General de Grupo Palacio de Hierro, S.A.B. de C.V. someto a su consideración el Informe Anual correspondiente al desempeño y a los resultados obtenidos durante el ejercicio fiscal de 2022, así como las políticas y los criterios contables y de información seguidos en su preparación.

En 2022, en un contexto macroeconómico mundial muy incierto, la actividad económica mexicana experimentó una desaceleración, con un crecimiento del PIB de 3.0%, con una inflación anual de 7.82% —la más alta registrada en veinte años— y con tasas de interés que llegaron a 10.5%.

En 2022, el sector comercial minorista, a tiendas iguales, mostró un moderado crecimiento. De acuerdo con datos de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), el

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

In my role as CEO of Grupo Palacio de Hierro, SAB de CV, I submit for your consideration this Annual Report, detailing our performance and results during the 2022 fiscal year, in addition to the Financial Statements and accounting and data criteria and policies used to draft this report.

In 2022, and within an extremely unstable global macroeconomic outlook, the Mexican economy underwent a downturn, with GDP growth standing at 3.0%, annual inflation at 7.82% - the highest it has been in 20 years - and interest rates reaching 10.5%.

In 2022, same-store-sales within the retail sector recorded moderate growth. Based on data from the *Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales* (ANTAD), the real growth of same-store sales, in a year-on-year comparison,





POP-UP HOFF,
EL PALACIO DE HIERRO POLANCO

incremento real de las ventas del sector a tiendas iguales, con respecto al ejercicio anterior, fue de 2.5%, y de 4.8% si se consideran tiendas totales. En el segmento de tiendas departamentales, a tiendas iguales, el crecimiento fue de 3.8%, y de 5.7% considerando tiendas totales.

Teniendo en cuenta el complejo entorno económico, los resultados financieros de *El Palacio de Hierro* muestran un importante crecimiento con respecto a 2021. Los ingresos totales de la sociedad, en términos nominales, mostraron un crecimiento anual de 22.6%; destaca el crecimiento de las divisiones de Lujo, Moda, Restaurantes, Viajes y Experiencias.

El margen de Utilidad Antes de Financiamiento, Impuestos, Depreciación y Amortización (UAFIDA) tuvo un crecimiento de 37.8% en el último año, para llegar a \$5,902 millones de pesos (mdp), y se alcanzó una utilidad neta de \$1,755 mdp en 2022, es decir, un aumento de 61% con respecto a 2021.

A continuación, se detallan los aspectos más relevantes de la operación de Grupo Palacio de Hierro durante el ejercicio de 2022.

reached 2.5%, while total store growth stood at 4.8%. Within the department store segment, same-store sales grew by 3.8% and total store sales by 5.7%.

Taking into account the complex economic outlook, the financial results of *El Palacio de Hierro* grew significantly compared to 2021. The Company's net revenue, in nominal terms, saw an annual increase of 22.6%. with the Luxury, Fashion, Restaurants, Travel, and Experiences divisions posting outstanding results.

Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization (EBITDA) increased by 37.8% over the past year, reaching MXN \$5.902 billion. Net earnings reached MXN \$1.755 billion in 2022, a 61% increase in a year-on-year comparison.

Below are some of the most relevant operational milestones reached by *Grupo Palacio de Hierro* during the 2022 fiscal year.

EL CRECIMIENTO DE LAS VENTAS DE LA COMPAÑÍA EN 2022 SUPERÓ EL PROMEDIO DE LA INDUSTRIA; ADEMÁS, LAS VENTAS SUPERARON EN 28% EL NIVEL DE 2019, ANTES DE LA PANDEMIA.

THE INCREASE IN THE COMPANY'S SALES DURING 2022 EXCEEDED THE INDUSTRY AVERAGE, AND SALES INCREASED BY 28% COMPARED TO ITS PRE-PANDEMIC LEVELS IN 2019.



EL PALACIO DE HIERRO COYOACÁN

TRANSFORMACIÓN

El Palacio de Hierro se ha destacado por su solidez y su capacidad de adaptación ante diferentes retos. 2022 fue un año de mirar hacia adelante, de romper las barreras para establecer nuevos retos e imaginar, de la mano de nuestros clientes, un futuro espléndido, enriquecedor y Totalmente Palacio. Nos hemos propuesto como visión convertirnos en el único ecosistema de lujo omnicanal en Latinoamérica, que excede cualquier expectativa de nuestros clientes, socios, colaboradores y accionistas.

En septiembre celebramos la apertura del Totalmente nuevo Palacio de Hierro Coyoacán, en el centro comercial Mítikah, que remplazó a la tienda que formaba parte del tradicional Centro Coyoacán. Esta nueva tienda recrea la herencia de mexicanos ilustres, recupera la iconografía de figuras del arte y la cultura de Coyoacán, y se engalana con dieciocho murales de artistas plásticos mexicanos. En la última planta, bajo un enorme domo de cristal de 1,270 metros cuadrados, el área de restaurantes ofrece una experiencia única. La apertura de este centro convocó a más de 500,000 visitantes el primer fin de semana, con lo que rompimos todos los récords históricos.

Por otro lado, la venta digital ha adquirido mayor relevancia gracias a la estrategia omnicanal. Se le dio prioridad al tratamiento de ciertas marcas, mediante algoritmos para identificar las de mayor impacto y representatividad en la demanda del consumidor. Además, se optimizó el tiempo de carga en el buscador para mejorar los resultados. En posventa, se redujeron los tiempos de entrega mediante un gestor *multicourier*, lo que nos permitió situarnos entre los mejores estándares de mercado.

TRANSFORMATION

El Palacio de Hierro has excelled thanks to its robust structure and its capacity to adapt when faced with a range of different challenges. 2022 was a year for looking forward; a year to break down barriers and create new challenges; a year to imagine, alongside our customers, a splendid, enriching and *Totalmente Palacio* future. We have created a vision of becoming the only luxury omni-channel ecosystem in Latin America that exceeds the expectations of our customers, partners, employees and shareholders.

In September, we celebrated the opening of the totally new *Palacio de Hierro* in Coyoacán, located within the *Mítikah* mall, replacing the store that was a key part of the traditional downtown area of Coyoacán. This new store recreates the legacies of illustrious Mexican figures, reclaims the iconography of Coyoacán's art and culture, and is adorned with eighteen murals from Mexican artists. On the top floor, an enormous 1,270-square-meter glass dome houses the restaurant area and offers a totally unique experience. More than 500,000 visitors flocked to the opening of this center during its first weekend, breaking all previous records.

Furthermore, online sales have taken on a more relevant role thanks to our omni-channel strategy. Priority treatment was given to certain brands through algorithms to identify those with the greatest impact and demand among consumers. We also streamlined load times in our search engine to improve results. In terms of after-sales service, we reduced delivery times through a multi-courier solution, which has positioned us among the best options on the market.

COYOACÁN

TIENE UNA NUEVA LEYENDA



INDICADORES OPERATIVOS

En tiendas físicas, se logró un crecimiento sobresaliente en ventas y mejoraron los indicadores operativos de precio promedio, ticket promedio, cantidad de transacciones. Además, se mejoró el servicio y con ello mejoró aún más el indicador NPS (Net Promoter Score), para situarnos en los más altos estándares de mercado.

En los canales digitales, el crecimiento de las ventas siguió siendo superior al del promedio del resto de la compañía. Asimismo, se introdujeron mejoras en los procesos de surtido, embalaje y confirmación; esto permitió brindar una mejor experiencia a los clientes y mantener tiempos promedios de despacho inferiores a 48 horas.

OPERATIONAL INDICATORS

Bricks-and-mortar stores recorded outstanding sales growth and improved operational indicators, including average price, average ticket and transaction volume. They also saw improvements to customer service and the NPS indicator (Net Promoter Score), ranking us among the highest on the market.

In terms of online channels, sales growth exceeded the average for the rest of the company, and we also rolled out improvements to order fulfilment, packaging and confirmation processes, allowing us to offer our customers a better service and keep turnaround times below 48 hours.

“EL PALACIO DE HIERRO SE HA DESTACADO POR SU SOLIDEZ Y SU CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN ANTE DIFERENTES RETOS. 2022 FUE UN AÑO DE MIRAR HACIA ADELANTE”.

“EL PALACIO DE HIERRO HAS EXCELLED THANKS TO ITS ROBUST STRUCTURE AND ITS CAPACITY TO ADAPT WHEN FACED WITH A RANGE OF DIFFERENT CHALLENGES. 2022 WAS A YEAR FOR LOOKING FORWARD”.

PROYECTOS INMOBILIARIOS

La cartera inmobiliaria impulsó diversos proyectos relevantes para la compañía, entre los que destacó la relocalización de la tienda de Coyoacán. Además, se iniciaron las tareas de adecuación, reestructuración y ampliación de la tienda de Satélite, que concluirán a finales del 2023.

De esta manera, se sigue consolidando el liderazgo de la marca El Palacio de Hierro en el mercado de la Ciudad de México y en su área metropolitana, mediante nuestra estrategia de diferenciación y pertenencia a la comunidad, con la creación de nuevos espacios y la actualización de una oferta comercial adecuada a las necesidades del cliente.

REAL-ESTATE PROJECTS

The real-estate portfolio has been the driving force behind a number of major projects for the company, including the relocation of our store in Coyoacán. We also began restructuring, adapting and expanding our store in Satélite, a process that will be completed by the end of 2023.

This is how we are continuing to consolidate the leadership of the *El Palacio de Hierro* brand in Mexico City and the metropolitan area as a whole, focusing on our community engagement and differentiation policy by creating new spaces and updating our offering to continue meeting the needs of our customers.

EL PALACIO DE HIERRO COYOACÁN INICIA UNA NUEVA ETAPA:
ESTA AVENTURA SE GESTÓ A LO LARGO DE MUCHOS AÑOS
DE CUIDADOSA PLANEACIÓN, CON EL PROPÓSITO
DE GENERAR EXPERIENCIAS ÚNICAS PARA EL CLIENTE.

*EL PALACIO DE HIERRO IN COYOACÁN HAS EMBARKED
ON A NEW JOURNEY - ONE THAT IS THE RESULT
OF MANY YEARS OF CAREFUL PLANNING -
TO CREATE UNIQUE CUSTOMER EXPERIENCES.*



EXCELENCIA, ESTILO,
CALIDEZ Y ALEGRÍA DE VIVIR
SON LOS NUEVOS PILARES
DE LA RENOVADA CULTURA
DE EL PALACIO DE HIERRO.

EXCELLENCE, STYLE, WARMTH
AND JOIE DE VIVRE
ARE THE NEW PILLARS
OF OUR UPDATED
EL PALACIO DE HIERRO
CULTURE.

RECURSOS HUMANOS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Sabemos que la transformación del negocio solo puede darse cuando la empresa tiene como prioridad a los colaboradores y si nuestra gente se siente considerada y acompañada.

Durante 2022, se fortalecieron nuestros cuatro pilares culturales:

- **Excelencia**, porque nos comprometemos a lograr resultados sobresalientes de principio a fin, para crear experiencias de calidad
- **Estilo**, ya que creamos experiencias de lujo únicas
- **Calidez**, debido a que conectamos con las personas, porque nos interesamos auténticamente en ellas
- **Alegría de vivir**, porque conformamos un espacio donde disfrutamos y crecemos como personas.

Asimismo, trabajamos en nuestros pilares de diversidad para seguir consolidándolos y fortaleciéndolos:

HUMAN RESOURCES AND SOCIAL RESPONSIBILITY

We can only successfully transform our business when we as a company prioritize our employees and ensure they feel listened to and supported.

During 2022, we consolidated our four cultural pillars:

- **Excellence** because we are committed to delivering outstanding results and creating quality experiences, from start to finish.
- **Style** because we create unique luxury experiences.
- **Warmth** because we connect people, because we are genuinely interested in them.
- **Joie de Vivre** because we create spaces that allow us to enjoy ourselves and grow as people.

We have also been working on our diversity in order to continue consolidating and bolstering our position:





COLABORADORA DE EL PALACIO DE HIERRO

Inclusión y diversidad: Hemos iniciado la incorporación de todos nuestros Palacios a la certificación de la Norma Mexicana en Igualdad Laboral y No Discriminación, que obtuvimos en 2021 con nivelación oro y con alcance a nuestras oficinas corporativas. Entre otras acciones, actualizamos la política de igualdad laboral y establecimos un comité de diversidad, equidad e inclusión.

Personas con discapacidad: Incrementamos en 20% el número de colaboradores con discapacidad con respecto al año anterior.

Equidad de género: 632 de nuestros colaboradores fueron promovidos a una mejor posición y, entre ellos, 60% fueron mujeres.

LGBT+: Capacitamos a nuestros líderes para evitar sesgos inconscientes, lo que nos permitirá valorar la importancia de la diversidad y la inclusión para crear un ambiente de compromiso, innovación y generación de ideas.

En 2022, fortalecimos nuestra estrategia en materia ambiental, social y de gobierno corporativo (ASG); para lo cual se ha definido una nueva estructura de gobernanza, con una dirección dentro del Comité Ejecutivo que conducirá esta iniciativa.

Diversity and Inclusion: We have begun incorporating the Mexican Workplace Equality and Non-Discrimination Standard, for which we received a Gold Certification in 2021, at all our stores and corporate offices. Among other measures, we updated our Workplace Equality Policy and created a Diversity, Equality and Inclusion Committee.

People with Disabilities: We increased the number of our employees who have a disability by 20% compared to last year.

Gender Equality: We promoted 632 of our employees, 60% of whom were women.

LGBT+: We provided our leaders with training on how to avoid unconscious bias, highlighting the importance that diversity and inclusion play in creating an environment that drives commitment, innovation and the generation of ideas.

During 2022, we bolstered our Environmental, Social and Governance (ESG) strategy, defining a new governance structure that includes an area within the Executive Committee that will oversee this initiative.

Además, se implantó el *Campus Palacio*, nuestro nuevo ecosistema de aprendizaje que emplea modernas metodologías multiformato.

El respeto es uno de nuestros valores fundamentales; por eso, nos hemos centrado en acciones de desarrollo de liderazgo y en la creación de ambientes libres de acoso y violencia. Para ello, dedicamos más de 900 horas de capacitación dirigida a los responsables operativos de los diferentes formatos de negocio, en las que se abordaron temas como adopción del cambio, estrategia, enfoque a resultados, apoderamiento, influencia y colaboración, entre otros.

Asimismo, se puso en marcha el nuevo modelo de competencias organizacionales, que hace énfasis en los comportamientos que vuelven exitosa a una persona dentro de la organización y, en consecuencia, elevan la competitividad de la empresa frente al mercado. Además, se implantó el sistema de e-learning en “Competencias organizacionales” para toda la empresa, y con ello se han capacitado 47 directivos, 300 gerentes y 6,338 colaboradores.



We also rolled out Campus Palacio, our new learning ecosystem that employs multi-format modern methodologies.

Respect is one of our fundamental values, which is why we have focused our efforts on developing leadership and creating environments that are free from harassment and violence. To do so, we have offered more than 900 training hours for operational leaders from our different business units focusing on results, empowerment, influence and collaboration, among other issues.

We also rolled out a new Organizational Competencies model, which focuses on behaviors that make a person successful within an organization and, as a result, help to increase the company's market competitiveness. We also implemented our Organizational Competencies e-learning system for the entire company, training 47 directors, 300 managers and 6,338 employees.





EL PALACIO DE HIERRO POLANCO

EXCELENCIA, ESTILO, CALIDEZ Y ALEGRÍA DE VIVIR SON LOS NUEVOS PILARES DE LA RENOVADA CULTURA DE EL PALACIO DE HIERRO. RECIBIMOS EL RECONOCIMIENTO DE “EMPRESAS EXCEPCIONALES 2022”, EL DE “PRÁCTICAS CON DIMENSIÓN SOCIAL” Y EL CERTIFICADO “HRC EQUIDAD MX 2023” DE LA FUNDACIÓN HUMAN RIGHTS CAMPAIGN. TAMBÍEN FUIMOS CONSIDERADOS UNO DE LOS “MEJORES LUGARES PARA TRABAJAR LGBTQ+”.

EXCELLENCE, STYLE, WARMTH AND JOIE DE VIVRE ARE THE NEW PILLARS OF OUR UPDATED *EL PALACIO DE HIERRO* CULTURE.

WE WON THE 2022 EXCEPTIONAL COMPANIES AWARD AND THE SOCIAL PRACTICES AWARD, AND WE WERE PRESENTED WITH THE 2023 HRC EQUIDAD MX CERTIFICATION BY THE HUMAN RIGHTS CAMPAIGN FOUNDATION. WE WERE ALSO RANKED ONE OF THE BEST LGBTQ+ PLACES TO WORK.



RELACIÓN CON EL CLIENTE

En 2022, la Oficina de Relación con el Cliente creó experiencias únicas de lujo para satisfacer a nuestros clientes. Destaca el Festival de Belleza, donde desarrollamos una campaña que incluyó como protagonistas a distintas personalidades de la industria de la belleza y la moda. Asimismo, creamos experiencias únicas para más de 5,500 clientes mediante la instalación del primer *Beauty Lab* en Polanco, Monterrey y Guadalajara, donde, junto con socios comerciales, celebridades e influencers, ofrecimos clases y asesorías en la materia.

En 2022 se diseñaron experiencias únicas de lujo para distintos perfiles. Tal es el caso del nuevo concepto de *The Selfie Experience*, que se presentó durante el verano en las tiendas de Polanco y Santa Fe. Esta experiencia tuvo un gran impacto en redes sociales y logró un tráfico en tienda de más de 27,000 personas.

Para seguir mejorando la experiencia del cliente, desarrollamos una atención diferenciada e inmediata para clientes Socios y Totales. Se puso a disposición de los clientes el número 555-PALACIO, en WhatsApp, donde además de hacer compras, nuestros clientes pueden consultar su saldo, sus órdenes y recibir su estado de cuenta.



THE SELFIE EXPERIENCE SE PRESENTÓ DURANTE EL VERANO EN LAS TIENDAS DE POLANCO Y SANTA FE. ESTA EXPERIENCIA TUVO UN GRAN IMPACTO EN REDES SOCIALES Y LOGRÓ UN TRÁFICO EN TIENDA DE MÁS DE 27 MIL PERSONAS”

“THE SELFIE EXPERIENCE WAS LAUNCH DURING THE SUMMER AT OUR STORES IN POLANCO AND SANTA FE. THIS EXPERIENCE HAD A WIDE-RANGING IMPACT ON SOCIAL NETWORK AND BROUGHT MORE THAN 27,000 PEOPLE INTO THE STORES”

CUSTOMER RELATIONS

During 2022, our Customer Relations Office created unique luxury experiences to help meet the demands of our customers. These included our *Festival de Belleza* a campaign involving celebrities from the beauty and fashion industries. We also created unique experiences for more than 5,500 customers through the installation of our first *Beauty Lab* in Polanco, Monterrey and Guadalajara, where, alongside business partners, celebrities and influencers, we offered beauty classes and advice.

Throughout 2022, we designed unique luxury experiences for a range of profiles, such as the new *The Selfie Experience*, which was launched during the summer at our stores in Polanco and Santa Fe. This experience had a wide-ranging impact on social networks and brought more than 27,000 people into the stores.

In order to continue improving customer experience, we have developed a differentiated and immediate service for our *Socio* and *Total* customers. We also rolled out our 555-PALACIO number via WhatsApp, where, in addition to shopping, our customers can check their balance, orders and account statements.



**THE SELFIE EXPERIENCE,
EL PALACIO DE HIERRO SANTA FE**

El Palacio de Hierro
®

SOY TOTALMENTE PALACIO

GALA
de
PRIMAVERA

SAVE THE DATE MARZO

elpalaciodehierro.com



DIVISIÓN COMERCIAL

COMMERCIAL DIVISION

EL LUJO SIGUE
CONSOLIDANDO A
EL PALACIO DE HIERRO
COMO UN DESTINO
ÚNICO EN
EL MERCADO.

LUXURY CONTINUED
TO CONSOLIDATE *EL PALACIO
DE HIERRO*'S POSITION AS
A ONE-OF-A-KIND
DESTINATION WITHIN
THE MARKET.

LUJO Y EXPERIENCIAS EN EL PALACIO DE HIERRO

Esta división mostró una tendencia de crecimiento de doble dígito con respecto a 2021, gracias a la consolidación de marcas nuevas, como Isabel Marant, Stella McCartney, Palm Angels, Alevi, entre otras.

Dado que el servicio personalizado y la experiencia de compra son la parte medular de la estrategia de la división, se siguieron reforzando las ventas a distancia, en sinergia con el área de *Personal Shopping*, de manera que cualquier cliente que busque un artículo de lujo lo pueda adquirir por la vía omnicanal.

LUXURY AND EXPERIENCES AT EL PALACIO DE HIERRO

This division posted double-digit growth compared to 2021 thanks to the consolidation of new brands, such as Isabel Marant, Stella McCartney, Palm Angels, and Alevi, among others.

Given that a tailor-made service and shopping experience are at the heart of this division's strategy, we continued consolidating remote shopping, in conjunction with our Personal Shopping area, allowing customers to find luxury articles and acquire them via an omni-channel experience.





EL PALACIO DE HIERRO POLANCO



EL PALACIO DE HIERRO POLANCO



“EL SERVICIO PERSONALIZADO Y LA EXPERIENCIA DE COMPRA SON LA PARTE MEDULAR DE LA DIVISIÓN DE LUJO”.

“A TAILOR-MADE SERVICE AND SHOPPING EXPERIENCE ARE AT THE HEART OF THE LUXURY DIVISION”.



El
Palacio de Hierro

SOY TOTALMENTE PALACIO®

NOCHES PALACIO CINEMA

elpaciodehierro.com



LA NUEVA DIVISIÓN
DE RELOJERÍA Y JOYERÍA
SE PRESENTA COMO
UN GRAN DIFERENCIADOR
DE LA COMPAÑÍA.

THE NEW WATCHES AND JEWELRY
DIVISION IS A MAJOR DIFFERENTIATOR
FOR THE COMPANY.

RELOJERÍA Y JOYERÍA

La recién creada división de Relojería y Joyería cerró el año con una tendencia muy positiva de crecimiento, gracias a la expansión de sus marcas exclusivas, la apertura de nuevos espacios y la llegada de nuevas marcas. Destaca en el periodo la apertura de las boutiques IWC y Jaeger-LeCoultre en la tienda Polanco; la apertura de Suárez en Coyoacán; Damiani en Santa Fe, y Panerai en Monterrey, entre otras.

WATCHES AND JEWELRY

The recently created Watches and Jewelry division ended the year with extremely positive growth thanks to the expansion of its exclusive brands, the opening of new spaces, and the arrival of new brands. Some milestones during the year include the opening of the IWC and Jaeger-LeCoultre boutiques at our store in Polanco; the opening of Suárez in our store in Coyoacán; Damiani, in Santa Fe; and Panerai, in Monterrey, among others .



EL PALACIO DE HIERRO POLANCO



EL PALACIO DE HIERRO POLANCO

INFORME ANUAL | ANNUAL REPORT | 2022

**EL PALACIO DE HIERRO
REFRENDA SU LIDERAZGO EN
TRATAMIENTOS Y PERFUMERÍA
DE NICHO, MOSTRANDO UN
CRECIMIENTO CONSTANTE.**

*EL PALACIO DE HIERRO
HAS REAFFIRMED ITS LEADERSHIP
IN THE AREA OF NICHE PERFUMES
AND TREATMENTS,
RECORDING CONSTANT
GROWTH.*

PERFUMERÍA

La Perfumería ha logrado un crecimiento constante gracias a la consolidación y a la expansión de marcas nuevas, así como a las activaciones únicas de marcas “top” y a la creación de experiencias exclusivas. Esto refrenda nuestro liderazgo en tratamientos y perfumería de nicho.

BEAUTY

The Beauty division has experienced constant growth through the consolidation and expansion of new brands, in addition to unique top-brand activations and the creation of unique experiences. This has reaffirmed our leadership in the area of niche perfumes and treatments.



EN LA DIVISIÓN DE BELLEZA
SEGUIMOS GENERANDO
EXPERIENCIAS ÚNICAS, QUE
ATIENDEN A MERCADOS
NUEVOS Y DIVERSIFICADOS.

THE BEAUTY DIVISION CONTINUES
CREATE UNIQUE EXPERIENCES
FOR NEW AND DIVERSIFIED
MARKETS.



EN 2023 SE DIO LA APERTURA
DE 8 NUEVAS BOUTIQUES,
CON LO QUE CONTINÚA
LA ESTRATEGIA DE SERVICIO
DIFERENCIADO EN
ESTA DIVISIÓN.

IN 2023 WE OPENED
8 NEW BOUTIQUES,
DRIVING THIS DIVISION'S
DIFFERENTIATED-SERVICE
STRATEGY.

BOUTIQUES

La división de Boutiques sigue fortaleciendo las marcas actuales y ha ampliado su huella comercial con la apertura de ocho nuevas boutiques. La división trabaja con una estrategia de servicio diferenciado para brindar una experiencia única.



BOUTIQUES

The Boutiques division continues to perform well through its current brands, in addition to increasing its retail footprint through the opening of 8 new boutiques. This division operates under a differentiated-service strategy in order to offer a completely unique experience.

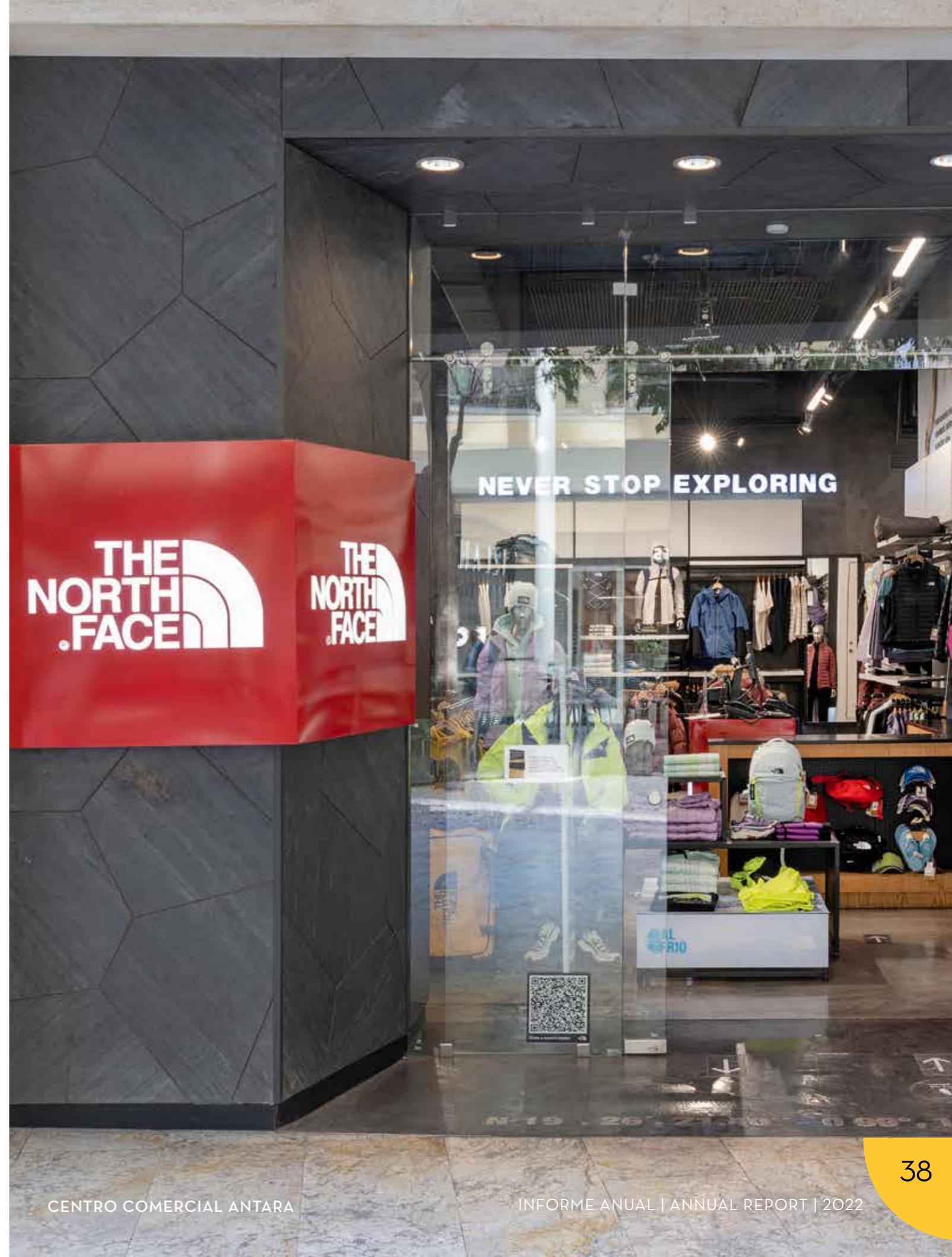


CENTRO COMERCIAL ANTARA

INFORME ANUAL | ANNUAL REPORT | 2022

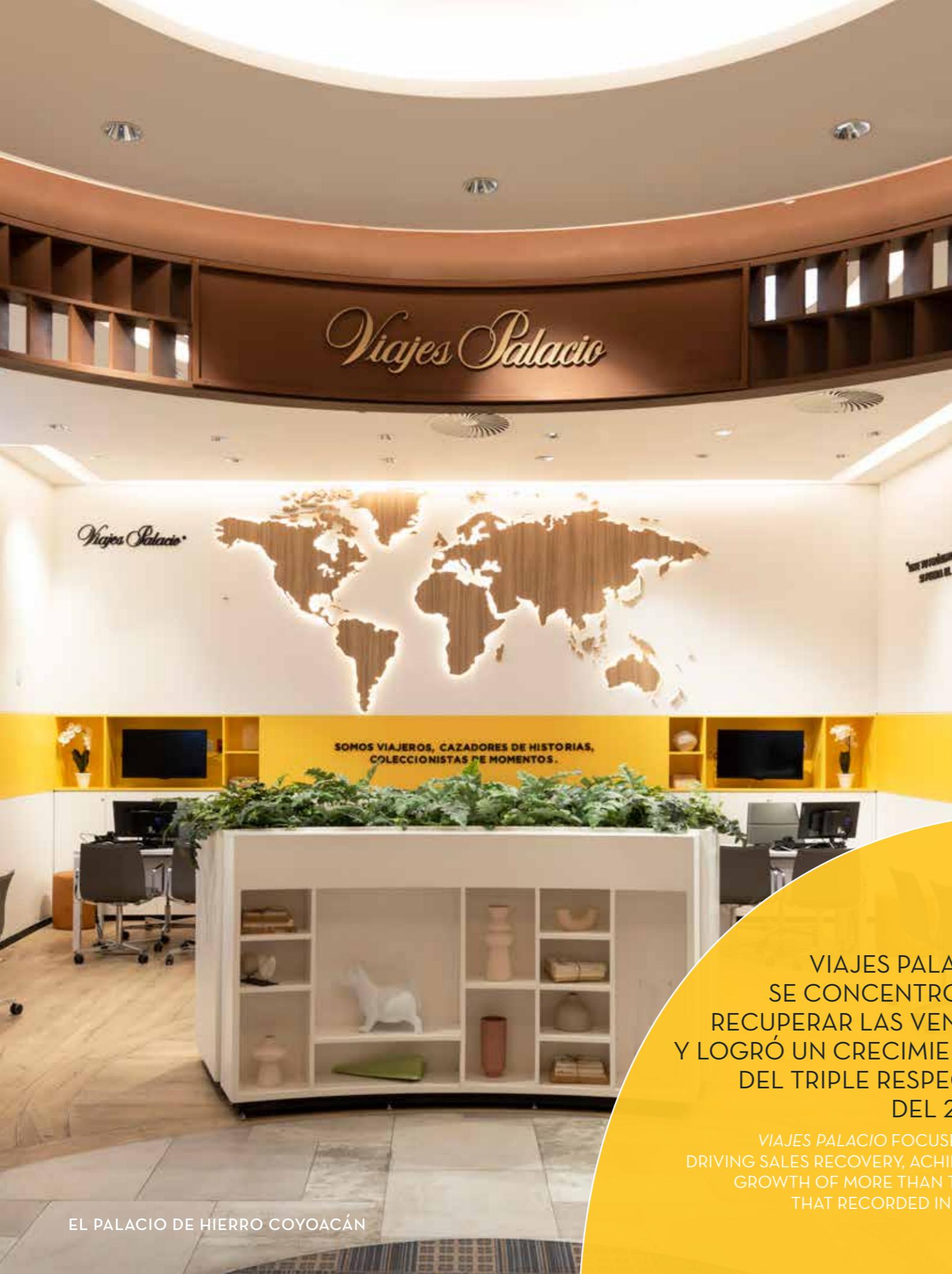


CENTRO COMERCIAL ANTARA



CENTRO COMERCIAL ANTARA

INFORME ANUAL | ANNUAL REPORT | 2022



VIAJES PALACIO
SE CONCENTRÓ EN
RECUPERAR LAS VENTAS
Y LOGRÓ UN CRECIMIENTO
DEL TRIPLE RESPECTO
DEL 2021.

VIAJES PALACIO FOCUSED ON
DRIVING SALES RECOVERY, ACHIEVING
GROWTH OF MORE THAN TRIPLE
THAT RECORDED IN 2021".

EL PALACIO DE HIERRO COYOACÁN

VIAJES PALACIO

En 2022, Viajes Palacio se concentró en recuperar las ventas y logró un crecimiento de más del triple respecto de 2021. Principalmente, se trabajó en mejorar los márgenes de utilidad y en el control de gastos operativos.

VIAJES PALACIO

During 2022, Viajes Palacio focused on driving sales recovery, achieving growth of more than triple that recorded in 2021. More focus was placed on improving profit margins and controlling operating costs.

A LO LARGO DEL 2022
SE INTRODUJERON NUEVAS
MARCAS EN CABALLEROS,
DAMAS, LUJO E INFANTILES.

THROUGHOUT 2022,
NEW MEN'S, WOMEN'S,
LUXURY AND CHILDREN'S
BRANDS WERE LAUNCHED.

MODA: PILAR DE CRECIMIENTO

La división de **Caballeros** mostró crecimientos importantes en sus marcas más relevantes, además de que se incorporaron algunas nuevas, como Christian Louboutin, Veja, Amiri, entre otras. En el segmento de Lujo, se capitalizó el regreso de las categorías formales.

FASHION: A PILLAR FOR GROWTH

Our **Men's** division saw major growth in its leading brands, in addition to the incorporation of new brands, including Christian Louboutin, Veja, and Amiri, among others. In the Luxury segment, it capitalized on a return to formal categories.



*I soy mi propia musa, soy la persona que mejor conozco,
soy la persona que quiero mejorar*

FRIDA KAHLO



En la división de **Damas**, se renovaron todos los departamentos y se incorporaron 38 marcas nuevas y exclusivas que, entre marcas y departamentos, suman 55 combinaciones.

In the **Women's** division, all departments underwent refurbishment, and 38 new and exclusive brands were incorporated, which, between brands and departments, led to the creation of 55 combinations.

En la división de **Marcas Propias**, se dio un paso importante con la nueva imagen de Chester & Peck, en Coyoacán.

In our **Private Labels** division, we took a major step forward by unveiling the new image of Chester & Peck at Coyoacán.





En la división de **Infantiles**, se fortaleció el departamento de Lujo, al incorporar nuevas marcas como Kenzo, Michael Kors y Dolce & Gabbana, entre otras.

In the **Childrenswear** division, we consolidated our Luxury department through the incorporation of brands such as Kenzo, Michael Kors, and Dolce & Gabbana, among others.

LA MODA LE DIO UN GRAN
IMPULSO AL CRECIMIENTO,
GRACIAS A LAS MARCAS
ACTUALES Y A LA LLEGADA
DE NUEVAS MARCAS
EXCLUSIVAS.

FASHION HELPED DRIVE GROWTH
THANKS TO OUR CURRENT BRANDS
AND THE ARRIVAL OF NEW
AND EXCLUSIVE BRANDS.

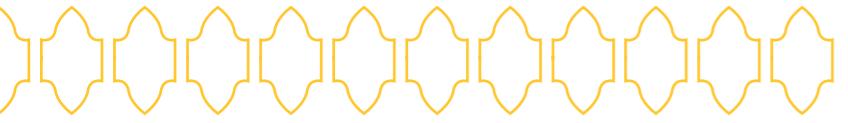




En la división de **Juguetería**, se habilitaron las boutiques de la marca FAO Schwarz; además, se lanzó en exclusiva la “Barbie, Día de Muertos” diseñada por Benito Santos.

In our **Toys** division, we rolled out FAO Schwarz boutiques and launched the exclusive *Barbie, Día de Muertos*, designed by Benito Santos.



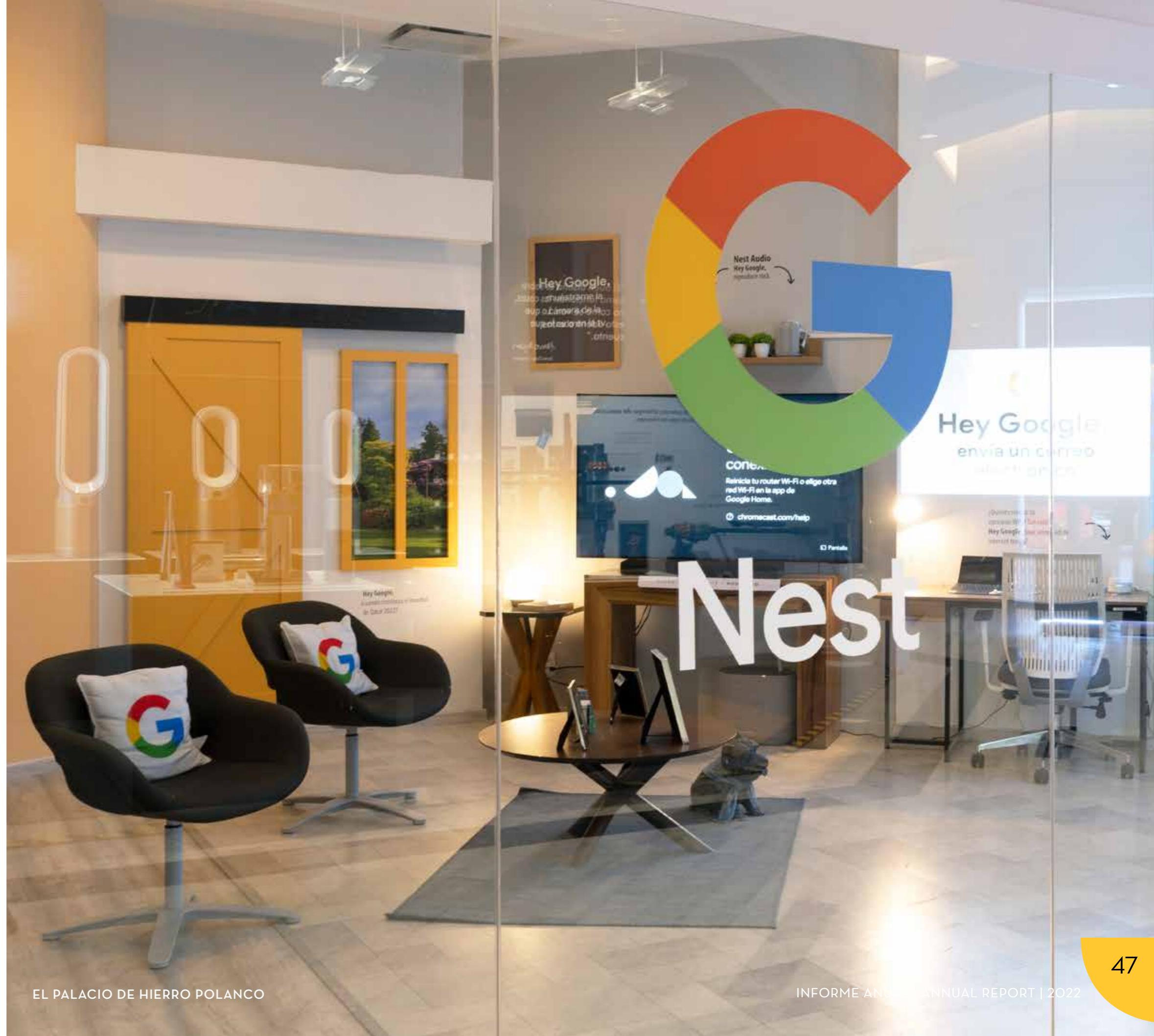


TECNOLOGÍA, HOGAR Y CASA PALACIO

En **Tecnología**, se ofrecieron cabinas de experiencia *Home Automation* con Google, en las que nuestros clientes pudieron experimentar con dispositivos y equipos para la automatización en el hogar.

CASA PALACIO, HOME AND TECHNOLOGY

In our **Technology** division, we installed a number of Google Home Automation cabins, where our customers were able to interact with home automation devices and equipment.

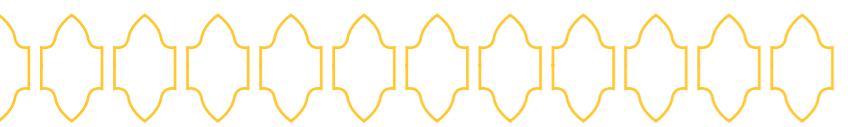




En **Hogar**, inauguramos el espacio Palacio del Descanso, un espacio holístico dedicado al descanso y al buen dormir, mediante experiencias, marcas y conceptos; este espacio incorpora y personaliza los mejores consejos para cada uno de nuestros clientes.

In our **Home** department, we launched our *Palacio del Descanso* area, a holistic space focusing on helping our customers rest and get a good night's sleep through experiences, brands and concepts; this space offers tailor-made tips for each of our customers.

EL SANTUARIO DEL DESCANSO



En **Casa Palacio**, mantuvimos la estrategia de consolidarnos como referente de estilo, apoyándonos con las marcas más importantes de diseño y alta decoración.

At Casa Palacio, we continued focusing on our strategy to position ourselves as a style benchmark, underpinned by leading design and high-end décor brands.





CASA PALACIO ANTARA

SE INSTALARON ESPACIOS
PARA PRESENTAR PRODUCTOS
Y EXPERIENCIAS
DE INTERACCIÓN ÚNICA
Y EXCLUSIVA.

SE INTRODUJERON
NUEVOS CONCEPTOS,
COMO LOS ESPACIOS
EL PALACIO DEL DESCANSO
Y MOMENTUM.

WE CREATED SPACES TO SHOWCASE
PRODUCTS AND UNIQUE
AND EXCLUSIVE INTERACTIVE SPACES,
IN ADDITION TO LAUNCHING
NEW CONCEPTS, SUCH
AS EL PALACIO DEL DESCANSO
AND MOMENTUM.



ZUBIETA ES UN
NUEVO CONCEPTO
DE RESTAURANTE,
CUYO MENÚ SE INSPIRA
EN LA GASTRONOMÍA
TÍPICA DE COYOACÁN.

ZUBIETA IS A NEW RESTAURANT
CONCEPT WHOSE MENU IS INSPIRED
BY TRADITIONAL DISHES FROM
THE COYOACÁN AREA.

RESTAURANTES

La apertura de la tienda de Coyoacán nos ha permitido innovar en la propuesta culinaria con el lanzamiento de *Zubieta*, el primer restaurante de cocina mexicana contemporánea que basa su menú en platillos emblemáticos de la zona de Coyoacán, así como en los platillos preferidos de personajes ilustres.

RESTAURANTS

The opening of our store in Coyoacán has allowed us to drive culinary innovation through the launch of *Zubieta*, the first contemporary Mexican restaurant to use traditional dishes from the Coyoacán area and the favorite dishes of illustrious figures as the basis.



EL PALACIO DE HIERRO POLANCO



EL PALACIO DE HIERRO COYOACÁN



LA APERTURA DE EL PALACIO
DE HIERRO COYOACÁN NOS
HA PERMITIDO INNOVAR
EN NUESTRA PROPUESTA
DE RESTAURANTES.

THE OPENING OF EL PALACIO
DE HIERRO COYOACÁN
HAS ALLOWED US TO DRIVE
THE INNOVATION
OF OUR RESTAURANTS.



Con un entorno económico complejo, la actividad económica de 2022 se caracterizó por un crecimiento del 3.0%, por el aumento de la inflación y el repunte de las tasas de interés. Los ingresos consolidados se situaron en \$45,632 mdp, lo que significa un crecimiento anual de 22.6% respecto de 2021. El margen de Utilidad Antes de Financiamiento, Impuestos, Depreciación y Amortización (UAFIDA) alcanzó \$5,902 mdp, lo que representó un incremento de 37.8% con respecto a 2021. La utilidad neta del ejercicio fue de \$1,726 mdp, que representa un incremento del 58% respecto a la de 2021 y por encima del presupuesto en un 27.9%.

En 2022, se mantuvo una importante liquidez impulsada por el estricto control de los gastos de operación, la protección al flujo de caja, el control de vencimientos de la deuda bancaria y el manejo de los niveles de inventario.

Además, se emitieron certificados bursátiles por un monto de \$2,000 mdp, con vencimiento a tres años. Esta transacción contó con una calificación de AAA por parte de las agencias Fitch México y HR Ratings de México; su colocación tuvo una alta demanda de 1.79 veces lo ofertado. Los recursos fueron destinados a los planes de inversión de la compañía y para la amortización anticipada de una emisión de bonos de \$1,000 mdp; con esto, mejoró el perfil de vencimientos de la deuda de la compañía.

En relación con el área de Servicios Financieros, la cartera total de crédito se incrementó en 22.9%, favorecido por la recuperación de las ventas. Además, la cartera vencida se redujo a uno de los niveles más bajos de los últimos 10 años, al situarse en 3.6%: una mejora de 0.4 puntos comparado con 2021. En cuanto a la satisfacción de nuestros tarjetahabientes, el indicador mejoró en 5.1 puntos con respecto al año anterior.

Given the complex economic climate, economic activity during 2022 grew by 3.0% as a result of increasing inflation and a surge in interest rates. Consolidated revenue stood at MXN \$45.632 billion, a 22.6% year-on-year increase. Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization (EBITDA) reached MXN \$5.902 billion, a 37.8% increase compared to 2021. Net income for the year reached MXN \$1.726 billion, a 58% increase compared to 2021 and above the forecasted 27.9%.

During 2022, we maintained significant liquidity through strict controls on operating costs, cash flow protection measures, bank debt maturity checks, and inventory management.

We also issued MXN \$2 billion in three-year bonds, a transaction that was rated AAA by Fitch Mexico and HR Ratings Mexico. These bonds were in high demand – 1.79 times oversubscribed – and the funds raised were earmarked for the company's investment plans and the early amortization of bonds totaling MXN \$1 billion, all of which has helped to improve the company's debt maturity profile.

In terms of Financial Services, our total credit portfolio increased by 22.9%, underpinned by sales recovery. Our past-due portfolio dropped to one of the lowest levels of the past 10 years, reaching 3.6%, an improvement of 0.4 percentage points compared to 2021. In terms of cardholder satisfaction, this indicator improved by 5.1 percentage points in a year-on-year comparison.





GRUPO PALACIO DE HIERRO CUENTA CON UNA ESTRUCTURA FINANCIERA SÓLIDA QUE LE PERMITIRÁ AFRONTAR LA SITUACIÓN ACTUAL Y EL CRECIMIENTO FUTURO CON MAYOR RENTABILIDAD.

GRUPO PALACIO DE HIERRO HAS A ROBUST FINANCIAL STRUCTURE THAT WILL ALLOW IT TO PREVAIL IN THE CURRENT SITUATION AND SUCCESSFULLY DRIVE FUTURE GROWTH WITH INCREASED PROFITABILITY.



En 2023, seguiremos impulsando la estrategia “4D”: diversificación, diferenciación, digitalización y diseño, como sello de nuestro plan de crecimiento de largo plazo, en el que el cliente es el centro y es la razón de ser de El Palacio de Hierro.

Quiero agradecer el apoyo y la dirección del Presidente del Consejo, de los consejeros y, desde luego, deseo expresar mi reconocimiento a nuestros colaboradores por su eficacia y compromiso.

During 2023, we will continue driving our **4D** Strategy focusing on **Diversification**, **Differentiation**, **Digitalization** and **Design**, which is the framework for our long-term growth plan, where our customer continues to be the center and *raison d'être* of El Palacio de Hierro.

I would like to thank the Chairman of the Board, and the members of the board, for their support, and I would also like to take this opportunity to express my gratitude to our employees for their effectiveness and commitment.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Juan Carlos Escribano".

Juan Carlos Escribano
Director General
CEO
Grupo Palacio de Hierro, S.A.B de C.V.

LA MAGIA TIENE UN COLOR

NAVIDAD TOTALMENTE PALACIO

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

BOARD OF DIRECTORS

PRESIDENTE | CHAIRMAN

Alejandro Baillères Gual

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.

Luis A. Aguilar y Bell† (Q. E. P. D.) (IND.)
Consultor Independiente.

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

Raúl Baillères Gual (REL.)
Subdirector de Acervo Digital de Servicios
Corporativos Bal.

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.

CONSEJEROS SUPLENTES
ALTERNATE DIRECTORS

Gabriel Eugenio Kuri Labarthe (REL.)
Director General de Actividades Financieras
de Servicios Corporativos Bal.

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

Dolores Alicia Martín Cartmel (IND.)
Consejera.

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

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

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

Carlos Antonio Zozaya Gorostiza (REL.)
Director de Área de Servicios Corporativos Bal.

CONSEJEROS PROPIETARIOS
DIRECTORS

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

Juan Pablo Baillères Gual (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 Escrivano García (REL.)
Director General de Grupo Palacio de Hierro.

Jaime Lomelín Guillén* (REL.) (3)
Director Corporativo de Grupo Bal.

Anna Paola Simón Gálvez
Secretaria del Consejo.

CONSEJEROS SUPLENTES
ALTERNATE DIRECTORS

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

María Gabriela Ocampo González-Gamio (REL.)
Líder del Proyecto del Laboratorio de Ideas
con Sede en el ITAM.

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.

María Teresa Baillères de Hevia (REL.)
Inversionista.

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

(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.

DIRECTORIO

DIRECTORY



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 QUERÉTARO

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

EL PALACIO DE HIERRO PUEBLA

Centro Comercial Angelópolis
Bvd. 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 Cortínez 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 ACAPULCO

La Isla Shopping Village
Blvd. de las Naciones no. 1813,
Acapulco, Guerrero, 39760

LA BOUTIQUE PALACIO CANCÚN

Fashion Harbour at La Isla
Blvd. Kukulkán 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

Centro Comercial Antara
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

El
Palacio de Hierro

SOY TOTALMENTE PALACIO®

LA MAGIA TIENE UN COLOR

NAVIDAD TOTALMENTE PALACIO

elpalaciodehierro.com

