

**Adolfo Domínguez, S.A.**  
**(Grupo Adolfo Domínguez)**

Informe de Gestión Intermedio Consolidado  
correspondiente al segundo semestre del ejercicio anual  
terminado el 28 de febrero de 2009

# INFORME DE GESTIÓN INTERMEDIO CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL SEGUNDO SEMESTRE TERMINADO EL 28 DE FEBRERO DE 2009

La información recogida en este Informe de Gestión está referida a los períodos, de doce meses, correspondientes a los ejercicios comprendidos entre: 1 de marzo de 2007 a 29 de febrero de 2008 y 1 de marzo de 2008 a 28 de febrero de 2009

## 1.- ACTIVIDAD EMPRESARIAL.-

La situación económica mundial ha generado un entorno de incertidumbre que ha provocado una notable contracción en los mercados y condicionado el comportamiento del consumo. De forma especial se ha dejado sentir en el sector textil que ha visto como las estadísticas del segundo semestre indicaban el paulatino descenso de las ventas en el mercado interior. En este entorno de crisis y de falta de confianza, el grupo Adolfo Domínguez ha dedicado su esfuerzo a consolidar su posición, actuando de forma decidida, identificando todas las áreas de nuestra actividad que requieran una especial atención actuando sobre ellos para conseguir controlar, y corregir en su caso, las desviaciones que se produzcan. Hemos llevado a cabo un análisis profundo de todas las áreas para adaptarlas a los nuevos requerimientos de la situación actual. De forma más detallada destacamos aquellas actuaciones más significativas

### **Diseño - Producción:**

La dedicación y el esfuerzo que, de forma continua, prestan nuestros equipos de diseño hace que el mercado siga reconociendo nuestro diseño, con unas colecciones que mantienen su diferenciación y atractivo lo cual nos permite seguir manteniendo una posición relevante en el mercado

Seguimos analizando todos los procesos de compra, fabricación y distribución, desde el inicio del diseño del producto hasta la puesta a disposición de nuestros clientes con el objetivo de mejorar en todos y cada una de las fases de la cadena de producción y abastecimiento que nos permitan alcanzar una mayor eficiencia.

### **Comercial:**

Todo el departamento comercial ha redoblado sus esfuerzos para intentar minimizar las consecuencias de la caída del consumo, consiguiendo que las ventas hayan disminuido de forma poco significativa. Se ha dinamizado la red ventas con actuaciones de marketing directo en todas las tiendas, ofreciendo a nuestros clientes un producto de excelente calidad con un cuidado precio. Todo ello se ha realizado de forma simultánea con el desarrollo del plan iniciado a principio de año que consistió en la realización de análisis detallados en todas las tiendas para reducir costes y proceder al cierre de aquellas que no alcanzan el nivel de rentabilidad mínimo exigido, todo ello unido a la contención de aperturas y resolución de contratos de arrendamientos en tiendas que todavía estaba en fase de proyecto

### **Financiera:**

Hemos conseguido reestructurar el pasivo financiero hacia una situación que nos permite mantener equilibrado el fondo de maniobra, de forma tal que las inversiones realizadas en tiendas estén correlacionadas con pasivos a largo.

## EXPANSIÓN.-

En el período considerado se observan dos momentos claramente diferenciados, el primer semestre en que las aperturas han mantenido un fuerte ritmo y el segundo semestre en el que hemos reducido el nivel de aperturas e incrementado los cierres de puntos de venta. En el siguiente cuadro se muestran las altas y bajas por semestre, destacando el primero con un incremento neto 45 y el segundo con 19, tal y como se muestra en el siguiente cuadro:

	Altas	Bajas	neto
1er semestre	56	11	45
2º semestre	45	26	19
suma	101	37	64

La, ya comentada, contracción de la demanda y consecuente reducción del consumo, en nuestro sector, nos ha obligado a profundizar en la revisión, que se inició este año, de las nuevas implantaciones de tiendas y a la realización de un exhaustivo análisis de costes y rentabilidades esperados. Este análisis nos ha llevado a tomar la decisión de prescindir de todas aquellas tiendas contratadas en las que, todavía, no se habían iniciado las obras de adaptación y que se ha materializado en el desistimiento en 19 contratos de arrendamiento.

El detalle, comparativo, de los puntos de venta al cierre del segundo semestre es el siguiente:

	28.02.2009	29.02.2008	incremento
<b>Tiendas propias</b>	<b>441</b>	<b>370</b>	<b>71</b>
España	354	289	65
Europa	36	33	3
Japón	31	31	0
Argentina	1	1	0
USA	3	2	1
Puerto Rico	1	1	0
Méjico	4	4	0
Chile	1		1
Panamá	1	1	0
Perú	1		1
El Salvador	1		1
Guatemala	1		1
Israel	1	1	0
China	5	7	-2
<b>Franquicias</b>	<b>162</b>	<b>169</b>	<b>-7</b>
España	133	142	-9
Extranjero	29	27	2
<b>T o t a l</b>	<b>603</b>	<b>539</b>	<b>64</b>

De las altas que se han producido en el año, 57 corresponden a córners en El Corte Inglés en donde contamos con un total de 175 puntos de venta, de los que 167 están situados en España y 8 en Portugal.

#### VARIACIONES EN EL PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN

En este ejercicio se incorporaron una filial en Estados Unidos, AD USA LLC, participada, indirectamente, por Adolfo Domínguez S.A. en el 60%.

## 2.- BALANCE DE SITUACIÓN CONSOLIDADO.-

<b>BALANCES DE SITUACIÓN CONSOLIDADOS</b>		
<b>A 28 DE FEBRERO DE 2009 Y A 29 DE FEBRERO DE 2008</b>		
	<b>miles de euros</b>	<b>miles de euros</b>
	<b>28/02/2009</b>	<b>29/02/2008</b>
<b>ACTIVO</b>		
<b>ACTIVO NO CORRIENTE:</b>		
Activos intangibles	2.067	1.922
Inmovilizado material	96.112	89.616
Inversiones inmobiliarias	3.722	-
Inversiones financieras	6.654	6.510
Activos por impuestos diferidos	764	481
Otros activos	445	486
<b>Total activo no corriente</b>	<b>109.764</b>	<b>99.015</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE:</b>		
Existencias	38.983	47.673
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	19.793	23.917
Otros activos financieros corrientes	5.018	116
Administraciones Públicas deudoras	676	434
Otros activos	565	711
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	10.463	8.238
<b>Total activo corriente</b>	<b>75.498</b>	<b>81.089</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>185.262</b>	<b>180.104</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>		
<b>PATRIMONIO NETO:</b>		
Capital social	5.488	5.488
Reservas acumuladas	124.772	114.367
Ajustes por valoración-		
Diferencias de conversión	(1.013)	(2.585)
Beneficios consolidados del ejercicio	4.099	15.847
<b>Total patrimonio atribuido a la Sociedad dominante</b>	<b>133.346</b>	<b>133.117</b>
Intereses minoritarios	1.566	686
<b>Total patrimonio neto</b>	<b>134.912</b>	<b>133.803</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE:</b>		
Provisiones	214	281
Deudas con entidades de crédito	22.042	3.105
Otros pasivos financieros	1.398	1.471
Subvenciones	1.037	447
Pasivos por impuestos diferidos	122	124
<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>24.813</b>	<b>5.428</b>
<b>PASIVO CORRIENTE:</b>		
Deudas con entidades de crédito	1.931	10.194
Acreedores comerciales y otras cuentas por pagar	18.361	23.890
Administraciones Públicas acreedoras	5.245	6.789
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>25.537</b>	<b>40.873</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>185.262</b>	<b>180.104</b>

El balance refleja la sólida estructura financiera de la compañía y el incremento que experimenta en el activo no corriente (10,7 millones de euros netos) se debe a las inversiones realizadas para la apertura de tiendas, que han requerido la utilización de recurso ajenos para financiarlas. Estos recursos se han obtenido a largo plazo y han permitido la reestructuración del pasivo financiero al desplazarlo de corto a largo plazo en el 81% del importe que teníamos al cierre del pasado ejercicio.

En el siguiente cuadro puede observarse lo anteriormente afirmado: mejoramos el equilibrio de las masas patrimoniales, destacando los recursos propios que mantienen su relevancia sobre el total del balance y reequilibramos el pasivo al trasladar deuda de corto a largo plazo.

<b>BALANCES DE SITUACIÓN CONSOLIDADOS, RESUMIDOS</b>		
<b>A 28 DE FEBRERO DE 2009 Y A 29 DE FEBRERO DE 2008</b>		
	<b>miles de euros</b>	<b>miles de euros</b>
	<b>28/02/2009</b>	<b>29/02/2008</b>
<b>ACTIVO</b>		
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	109.764	99.015
<i>% s/total balance</i>	59,25%	54,98%
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	75.498	81.089
<i>% s/total balance</i>	40,75%	45,02%
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>185.262</b>	<b>180.104</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>		
<b>PATRIMONIO NETO</b>	134.912	133.803
<i>% s/total balance</i>	72,82%	74,29%
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	24.813	5.428
<i>% s/total balance</i>	13,39%	3,01%
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	25.537	40.873
<i>% s/total balance</i>	13,78%	22,69%
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>185.262</b>	<b>180.104</b>

La nueva estructura del balance incide de forma notable en la mejora del Fondo de Maniobra de la compañía que incrementa el 24,23%, según se detalla en el cuadro:

<b>FONDO DE MANIOBRA CONSOLIDADO</b>	<b>28/02/2009</b>	<b>29/02/2008</b>	<b>%</b>
	<b>miles de euros</b>		<b>variación</b>
Existencias	38.983	47.673	-18,23%
Deudores y Administraciones Públicas	20.469	24.351	-15,94%
Otros activos corrientes	565	711	-20,53%
Otros acreedores a corto plazo	(23.606)	(30.679)	-23,05%
<b>Fondo de maniobra operativo</b>	<b>36.411</b>	<b>42.056</b>	<b>-13,42%</b>
Otros activos financieros corrientes	5.018	116	4225,86%
Efectivo y otros medios líquidos	10.463	8.238	27,01%
Entidades financieras corrientes	(1.931)	(10.194)	-81,06%
<b>Fondo de maniobra financiero</b>	<b>13.550</b>	<b>(1.840)</b>	<b>-836,41%</b>
<b>Fondo de maniobra total</b>	<b>49.961</b>	<b>40.216</b>	<b>24,23%</b>

En el cuadro siguiente podemos observar como en el primer semestre del ejercicio es donde la posición financiera neta experimenta el mayor descenso como consecuencia del impacto que tuvo la concentración de apertura de tiendas en ese período, al requerir la obtención de financiación externa, observando que, en el segundo semestre, se invierte la tendencia con una notable mejoría al disminuir el 38,8%.

<b>POSICIÓN FINANCIERA NETA CONSOLIDADA</b>			
(en euros)	<b>28/02/2009</b>	<b>31/08/2008</b>	<b>29/02/2008</b>
Otros activos financieros corrientes	5.018	146	116
Efectivo y otros medios líquidos	10.463	7.524	8.238
Otros pasivos financieros	(1.398)	(1.471)	(1.471)
Deudas con entidades de crédito no corrientes	(22.042)	(17.288)	(3.105)
Deudas con entidades de crédito corrientes	(1.931)	(5.074)	(10.194)
<b>Posición financiera neta</b>	<b>(9.890)</b>	<b>(16.163)</b>	<b>(6.416)</b>
<i>incremento s/período anterior</i>	<i>-38,81%</i>	<i>151,92%</i>	

### 3.- CUENTA DE RESULTADOS RESUMIDA CONSOLIDADA.-

<b>CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA</b>						
(miles de €)	28.02.2009	29.02.2008	variación	% variación	%s/ventas 28.02.2009	%s/ventas 29.02.2008
<b>Ventas</b>	<b>187.921</b>	<b>192.555</b>	-4.634	<b>-2,41%</b>	100,00%	100,00%
Otros ingresos	3.584	6.315	-2.731	-43,25%	1,91%	3,28%
Coste de ventas	-59.500	-64.687	5.187	-8,02%	-31,66%	-33,59%
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>128.421</b>	<b>127.868</b>	553	<b>0,43%</b>	<b>68,34%</b>	<b>66,41%</b>
Gastos de personal	-52.620	-47.134	-5.486	11,64%	-28,00%	-24,48%
Gastos de explotación	-56.369	-53.942	-2.427	4,50%	-30,00%	-28,01%
<b>E.B.I.T.D.A.</b>	<b>23.016</b>	<b>33.107</b>	-10.091	<b>-30,48%</b>	<b>12,25%</b>	<b>17,19%</b>
Amortizaciones	-13.255	-9.377	-3.878	41,36%	-7,05%	-4,87%
Prov. y deterioro activos	-3.202	-539	-2.663	494,06%	-1,70%	-0,28%
<b>E.B.I.T.</b>	<b>6.559</b>	<b>23.191</b>	-16.632	<b>-71,72%</b>	<b>3,49%</b>	<b>12,04%</b>
Resultados financieros	-1.533	-287	-1.246		-0,82%	-0,15%
<b>B.A.I.</b>	<b>5.026</b>	<b>22.904</b>	-17.878	<b>-78,06%</b>	<b>2,67%</b>	<b>11,89%</b>
Impuesto de sociedades	-1.416	-7.152	5.736	-80,20%	-0,75%	-3,71%
<b>RESULTADO EJERCICIO</b>	<b>3.610</b>	<b>15.752</b>	-12.142	<b>-77,08%</b>	<b>1,92%</b>	<b>8,18%</b>
Accionistas minoritarios	489	95	394			
<b>BENEFICIO ATRIBUIBLE</b>	<b>4.099</b>	<b>15.847</b>	-11.748	<b>-74,13%</b>	<b>2,18%</b>	<b>8,23%</b>

Del modelo de cuenta de resultados que se presenta en el cuadro anterior destacamos las siguientes partidas:

#### INGRESOS

Las ventas han sufrido las consecuencias de la situación del mercado y aunque hemos mejorado los comparables respecto al inicio del ejercicio, seguimos en crecimientos negativos que han absorbido el aumento generado por las nuevas tiendas incorporadas. De forma progresiva, en cada temporada hemos incorporado nuevas políticas de precios, merchandising y marketing para intentar invertir la tendencia, lo que conseguimos en los meses de rebajas pero estas acciones no han sido suficientes para conseguir que los comparables revirtieran a cifras positivas y así conseguir que las ventas del ejercicio se incrementen.

#### GASTOS

El control aplicado sobre todas las partidas que componen el coste de ventas y en particular el ajuste en las necesidades de producto ha causado un doble efecto positivo. Por un lado el descenso del volumen de existencias, que en balance refleja un descenso de 18,23%, y por otro una disminución en las compras que repercute en una mejora del margen bruto en 1,93 puntos porcentuales

A pesar de la incidencia que en gastos de explotación ha tenido la apertura de nuevas tiendas, de forma destacada en los gastos de personal, arrendamientos y amortizaciones, con la puesta en marcha de un plan de análisis, control y ajuste de gastos en cada una de las áreas y centros de coste, hemos optimizado cada uno de

ellos, adaptándolos a las nuevas circunstancias, consiguiendo contener el incremento de gastos, con especial incidencia en los gastos de personal y de explotación que revierten la tendencia de los trimestres anteriores.

El crítico momento por el que atraviesa el mercado nos ha obligado a actuar con urgencia y determinación para adecuar los costes a las nuevas circunstancias. Hemos dimensionado los recursos restringiéndolos en todos los sectores de actividad, con la consiguiente reducción de gastos y hemos tomado la decisión de abandonar la implantación de 19 tiendas, que teníamos ya contratadas y el cierre de otras 19, lo cual ha impactado de forma notable en la cuenta de pérdidas y ganancias, ya que la rescisión de estos contratos ha supuesto un coste total, no recurrente, de 3,5 millones de euros y obtenido unos ingresos por cesión de locales de 0,45 millones.

Por otro lado, el incremento de la financiación ajena provoca un aumento de los gastos financieros que se refleja en el epígrafe correspondiente de la cuenta de resultados.

#### 4.- OTRA INFORMACIÓN.-

##### 4.1.- Potenciales riesgos de la sociedad dominante y su grupo:

La situación de los mercados y las incertidumbres que los mismos plantean, hace que dediquemos un mayor esfuerzo al control de los costes y mitigación de los riesgos y a la toma de decisiones que permitan minimizar las consecuencias de los mismos.

Podemos estimar que los riesgos específicos de nuestro negocio son los siguientes:

*Riesgo de producto:* que contemplamos desde un doble punto de vista: acierto en el diseño y conjunción calidad-precio. Ambos aspectos son profundamente analizados y sometidos a estrictos controles.

*Riesgos económicos:* que se enmarcan dentro de aquellos que las empresas de nuestro sector (moda) tienen que afrontar y que consideramos los siguientes: la dependencia de la situación del consumo, de los suministros, del sistema de distribución y venta y el riesgo del crédito concedido a clientes.

*Riesgos financieros:* en los que contemplamos el riesgo de cambio, para nuestras inversiones en el exterior, y el riesgo de tipo de interés, para la financiación externa.

*Riesgos jurídicos:* derivados de los distintos contratos que mantenemos en los diferentes campos de actividad de la empresa.

*Riesgos fortuitos:* Estas contingencias, conocidas y evaluadas, están sometidas a observación y cubiertas, en aquellos casos posibles, con pólizas de seguros.

Para el próximo ejercicio consideramos que el principal riesgo que hemos de afrontar es la recesiva situación del mercado que influirá de forma decisiva sobre la cifra de ventas y, con una importancia más relativa, podemos considerar el acceso a la financiación bancaria. Mantendremos los controles sobre todos los niveles de gasto adecuándolos a las exigencias de cada momento, ajustándonos, en todos y cada uno de los epígrafes de gasto e inversión, a los recursos propios generados para conseguir reducir el nivel de endeudamiento.

El Grupo tiene implantados una serie de dispositivos de control, y ha adoptado normas de carácter internacional (normas ISO, EMAS), que le permiten conocer, evaluar y reducir los riesgos a los que nos enfrentamos. En particular, en lo que respecta a personal y medio ambiente, podemos detallar:

*Riesgos laborales:* evaluamos y controlamos, periódicamente, la cobertura de todos los aspectos que la Ley de prevención de riesgos laborales regula. Disponemos de un equipo de técnicos, en plantilla, que se ocupan de las materias de Seguridad e Higiene, mientras que la de Ergonomía y Vigilancia de la salud están encomendadas a una Mutua. Se realizan controles periódicos e inspecciones, por parte de las distintas administraciones, con resultados satisfactorios.



*Riesgos medioambientales:* el respeto por el medioambiente, la mejora continua en su gestión y la implantación de controles, nos permiten cumplir los requisitos legales que en esta materia existen en cada país en donde estamos presentes. Cumplimos de forma escrupulosa con las medidas que garantizan el respeto a la naturaleza en materias tales como el reciclaje, tratamiento de residuos y emisiones a la atmósfera. Nos sometemos a controles de las respectivas Administraciones, con resultados satisfactorios, y estamos implantando, de forma progresiva en las distintas instalaciones de la empresa, la norma EMAS.

#### 4.2.- Apertura de tiendas:

Para el próximo ejercicio tenemos prevista la apertura de veinticinco puntos de venta que requerirán una inversión, aproximada, de 8,5 millones de euros, según se detalla a continuación:

Tiendas	10
Córnens El Corte Inglés	10
Franquicias	5

Mantenemos el plan de análisis y ajuste de necesidades, de forma más notable en el área comercial en donde seguiremos analizando todas y cada una de las tiendas para proceder al cierre de aquellas que mantienen la tendencia negativa de ejercicios anteriores. Iniciamos un ejercicio en el que las perspectivas de mejora del consumo no se vislumbran a corto plazo, por lo que, seguiremos actuando en la vertiente comercial para atraer ventas, con el incremento y mejora de acciones de promoción y marketing, a la vez que incidiremos en los análisis y control de cada gasto para reducirlo en la medida de lo posible y así poder mejorar los resultados.

Ourense, 30 de abril de 2009