

# ADOLFO DOMINGUEZ

## DECLARACIÓN INTERMEDIA CORRESPONDIENTE AL TERCER TRIMESTRE DEL EJERCICIO 2011-2012

### **EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS EN EL PERÍODO 1 DE MARZO A 30 DE NOVIEMBRE DE 2011**

La evolución del grupo en el tercer trimestre del ejercicio viene condicionada en gran medida por el intenso deterioro de la economía de nuestro país y muy especialmente por el retroceso del consumo privado y la confianza del consumidor. Todos los indicadores publicados apuntan una tendencia bajista en el consumo de los hogares, en el último trimestre, consecuencia de la falta de confianza, el incremento del paro y las dificultades para acceder a financiación que provocó que el índice general de comercio al por menor haya caído, en tasa interanual, el 6,8%. En el mercado nacional, el inicio del trimestre, que coincide con el comienzo de temporada, se ha visto afectado por la situación económica y ha provocado que las ventas consolidadas se sitúen en 101,27 millones de euros frente a los 111,5 obtenidos en el mismo período del ejercicio pasado.

### **VENTAS**

La continuidad y desarrollo del modelo comercial implantando, que supone una decidida apuesta por el mercado exterior, realizada principalmente a través de franquicias, va mostrando una tendencia claramente positiva con crecimientos sostenidos que nos permiten ir conteniendo la caída de ventas que se produce en el mercado interior, si bien su peso en el total de ventas todavía no permite absorber el descenso en el mercado nacional. En el período, las ventas realizadas en tiendas y franquicias en el exterior representan el 32%, frente al 24% del ejercicio pasado. La cifra de ventas se situó en un total de 101,2 millones de euros con un descenso del 9,18%, frente al mismo período del año anterior.

Al igual que en los trimestres anteriores mantenemos un ritmo sostenido de aperturas a la vez que seguimos con el proceso de cierre de aquellos puntos de venta que siguen sin alcanzar el punto de equilibrio. Del total de nuevos puntos de venta (94), la mayoría (69) corresponden a mercados exteriores, de los que, a su vez, 38 son franquicias. De las aperturas nacionales (25), corresponden 21 a córners en grandes almacenes y dos a franquicias. Se trata, por tanto, de un proceso de expansión muy gradual, internacionalizado y que requiere muy reducidas inversiones.

	28/02/2011	Aperturas	Cierres	VARIACION	30/11/2011
<b>TIENDAS PROPIAS</b>	<b>473</b>	<b>54</b>	<b>-25</b>	<b>29</b>	<b>502</b>
España	367	23	-18	5	372
Exterior	106	31	-7	24	130
<b>FRANQUICIAS</b>	<b>192</b>	<b>40</b>	<b>-21</b>	<b>19</b>	<b>211</b>
España	118	2	-16	-14	104
Exterior	74	38	-5	33	107
<b>TOTAL</b>	<b>665</b>	<b>94</b>	<b>-46</b>	<b>48</b>	<b>713</b>

## ADOLFO DOMINGUEZ

Al mismo tiempo la continuación del plan de reajuste de tiendas, con la puesta en revisión y análisis de la situación de cada una de ellas, para decidir sobre aquellas que no alcanzaban los niveles mínimos de rentabilidad esperada, ha dado como resultado el cierre de un total de 46 puntos de venta. Seguimos manteniendo el mismo control para decidir sobre aquellas cuyos contratos de arrendamiento tienen vencimiento próximo para reconsiderar la renovación o no de los mismos, mientras tanto continuamos analizando la rentabilidad de todas las tiendas, para tomar las decisiones oportunas en aquellas que no alcancen los niveles mínimos exigidos.

### CUENTA DE RESULTADOS CORRESPONDIENTE AL PERÍODO DE NUEVE MESES FINALIZADO EL 30 DE NOVIEMBRE DE 2011 Y 2010

CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA						
(miles de €)	30/11/2011	30/11/2010	variación	% variación	%s/ventas 30/11/2011	%s/ventas 30/11/2010
<b>Ventas</b>	<b>101.277</b>	<b>111.508</b>	-10.231	<b>-9,18%</b>	100,00%	100,00%
Coste de ventas	-31.845	-34.156	2.311	-6,77%	-31,44%	-30,63%
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>69.432</b>	<b>77.352</b>	-7.920	<b>-10,24%</b>	<b>68,56%</b>	<b>69,37%</b>
Otros ingresos	2.142	2.700	-558	-20,67%	2,11%	2,42%
Gastos de personal	-39.458	-39.494	36	-0,09%	-38,96%	-35,42%
Otro gastos de explotación	-33.024	-34.480	1.456	-4,22%	-32,61%	-30,92%
<b>E.B.I.T.D.A.</b>	<b>-908</b>	<b>6.078</b>	-6.986	<b>-114,94%</b>	<b>-0,90%</b>	<b>5,45%</b>
Amortizaciones	-11.142	-10.883	-259	2,38%	-11,00%	-9,76%
Provis y deterioro activos	-768	-635	-133		-0,76%	-0,57%
<b>E.B.I.T.</b>	<b>-12.818</b>	<b>-5.440</b>	-7.378	<b>135,63%</b>	<b>-12,66%</b>	<b>-4,88%</b>
Resultados financieros	-681	-1.664	983	-59,07%	-0,67%	-1,49%
<b>B.A.I.</b>	<b>-13.499</b>	<b>-7.104</b>	-6.395	<b>90,02%</b>	<b>-13,33%</b>	<b>-6,37%</b>
Impuesto de sociedades	3.543	1.674	1.869	111,65%	3,50%	1,50%
<b>RESULTADO EJERCICIO</b>	<b>-9.956</b>	<b>-5.430</b>	-4.526	<b>83,35%</b>	<b>-9,83%</b>	<b>-4,87%</b>
<i>Accionistas minoritarios</i>	266	215				
<b>RESULTADO ATRIBUIBLE</b>	<b>-9.690</b>	<b>-5.215</b>	-4.475	85,81%	<b>-9,57%</b>	<b>-4,68%</b>

### INGRESOS

El inicio del tercer trimestre, que coincide con el comienzo de la temporada de otoño invierno, se ha visto afectado por una climatología adversa con temperaturas elevadas que no invitaban a realizar compras de temporada; esto unido al ya comentado descenso en el consumo familiar, ha provocado que las ventas hayan disminuido 10,2 millones de euros, provocando que todas las magnitudes de la cuenta de resultados se vean afectadas negativamente.

# ADOLFO DOMINGUEZ

## GASTOS

Es de destacar el resultado obtenido con el control de costes, consiguiendo notables reducciones en casi todas las partidas de gastos. Hemos mejorado el coste de ventas, lo que nos ha permitido contener la caída del margen bruto producido por el descenso de las ventas; igualmente, hemos contenido los gastos de personal y reducido el resto de los gastos de explotación. Todo este esfuerzo realizado, que ha contribuido en el descenso de costes, no ha conseguido contrarrestar la caída de ventas, no permitiendo corregir los resultados del período respecto al ejercicio pasado.

Pretendemos reconducir la cuenta de resultados con la implantación de distintos planes de actuación para conseguir incrementar las ventas a la vez que reducimos los gastos. En cuanto a la primera acción hemos acometido diversos planes de dinamización de ventas con la realización de campañas puntuales dirigidas tanto a clientes como al público en general, realizadas en tiendas y a través de la tienda virtual, que cada vez va ganando mayor proyección y resultado en ventas. Así mismo continuamos el régimen de mejora continua en los departamentos de diseño, para mantener unas colecciones atractivas, y en el de logística para situar aquellas en el momento en que lo requieren cada uno de los distintos mercados en los que estamos presentes. El plan de expansión, realizado básicamente a través de la implantación de franquicias, nos permite reducir de forma drástica las inversiones, de forma tal que solamente destinaremos recursos a la rehabilitación de aquellas tiendas que lo requieren de forma inaplazable, a la apertura de córners en grandes almacenes y a las labores de rehabilitación de instalaciones que puedan ser necesarias.

Para mejorar la eficiencia y retornar a la rentabilidad hemos iniciado una serie de acciones que van desde el cierre de tiendas, que no alcanzan el punto de equilibrio, a la reducción de superficie en algunas de las tiendas macro, así como al ajuste de recursos en los servicios centrales, y a la renuncia a la asistencia a ferias y desfiles a los que veníamos acudiendo en años anteriores. Todo ello contribuirá a la reducción de los gastos de arrendamiento, personal, desplazamientos y prototipos.

Ourense, 14 de enero de 2012