

ADOLFO DOMINGUEZ

DECLARACIÓN INTERMEDIA CORRESPONDIENTE AL TERCER TRIMESTRE DEL EJERCICIO 2010-2011

EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS EN EL PERÍODO DE NUEVE MESES COMPRENDIDO ENTRE EL 1 DE MARZO Y EL 30 DE NOVIEMBRE DE 2010

Al cierre del tercer trimestre del ejercicio iniciado el 1 de marzo de 2010, el Grupo presenta una cifra de ventas de 111,5 millones de euros (-5,80% frente al mismo período del año anterior), un margen bruto de 77,4 millones de euros (-4,97% con respecto a 30 de noviembre de 2009), un Ebitda de 6,1 millones de euros y un resultado atribuible de -5,2 millones de euros.

Esas cifras son, en parte, consecuencia de un entorno extraordinariamente adverso para todo el sector textil, y en general para todos los de consumo. Pero, más allá de ese entorno adverso, las cifras del Grupo se ven afectadas negativamente por los saneamientos y adaptaciones a un nuevo entorno de negocio, que el Grupo viene realizando desde el inicio del ejercicio y que responden a un posicionamiento estratégico que debe dar sus frutos en un futuro muy cercano; de hecho, ya en la evolución de los últimos meses se perciben esas señales favorables que, probablemente, permitan que la cuenta de resultados mejore en el cuarto trimestre.

VENTAS

A pesar de que las ventas comparables se mantienen en cifras similares al ejercicio pasado, el cambio de modelo comercial hace que las ventas totales disminuyan, como consecuencia de:

1. El abandono gradual del canal multimarca y la finalización de un contrato de suministro de uniformes.
2. El efecto producido por la modificación del modelo comercial, con el cierre de tiendas no rentables, realizado en el ejercicio pasado y comienzos del actual, y la apertura de corners en El Corte Inglés.
3. La incorporación a nuestro modelo de franquicia de los clientes de Méjico (que actualmente representan 56 puntos de venta) que en el ejercicio pasado tenían el tratamiento de multimarca. Esta modificación de la relación comercial hace que ahora la mercancía se envíe en depósito y que el reconocimiento del ingreso se produzca, en el momento en que la franquicia realiza la venta al consumidor final, mientras que en el ejercicio anterior, dicho reconocimiento se producía en el momento en que la mercancía era enviada. De esta forma se ha penalizado, en este periodo, la comparabilidad de las ventas.

La modificación del modelo comercial, apunta a un modelo de distribución:

- más diversificado, en el que el esfuerzo de aperturas de puntos de venta se centra en el mercado internacional, a través de franquicias, y
- más eficiente en el aspecto financiero, al reducir drásticamente las inversiones propias y los costes fijos.

Esta modificación del modelo se refleja en el incremento neto de 65 puntos de venta, que se distribuyen según el siguiente cuadro, y del que cabe destacar (i) la implantación en el exterior a través de franquicias y (ii) que, de las 30 tiendas abiertas en España, 25 corresponden a corners en centros de El Corte Inglés.

ADOLFO DOMINGUEZ

	28.02.2010	aperturas	cierres	suma	30.11.2010
<i>Tiendas propias</i>	427				441
España	347	30	14	16	363
Exterior	80	3	5	-2	78
<i>Franquicias</i>	166				217
España	125	3	8	-5	120
Exterior	41	57	1	56	97
Total	593	93	28	65	658

Asimismo, cabe destacar, como inversiones del ejercicio, la apertura de la nueva tienda “flagship” de Serrano, 5 en Madrid y el desarrollo de la tienda on-line, que contribuyen al nuevo modelo comercial del Grupo.

CUENTA DE RESULTADOS

CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA						
				%	%s/ventas	%s/ventas
(miles de €)	30/11/2010	30/11/2009	variación	variación	30/11/2010	30/11/2009
Ventas	111.508	118.374	-6.866	-5,80%	100,00%	100,00%
Otros ingresos	2.700	3.583	-883	-24,64%	2,42%	3,03%
Coste de ventas	-34.156	-36.980	2.824	-7,64%	-30,63%	-31,24%
MARGEN BRUTO	77.352	81.394	-4.042	-4,97%	69,37%	68,76%
Gastos de personal	-39.494	-38.644	-850	2,20%	-35,42%	-32,65%
Otro gastos de explotación	-34.480	-36.720	2.240	-6,10%	-30,92%	-31,02%
E.B.I.T.D.A.	6.078	9.613	-3.535	-36,77%	5,45%	8,12%
Amortizaciones	-10.883	-10.883	0	0,00%	-9,76%	-9,19%
Provis y deterioro activos	-635	-2.322	1.687	-72,65%	-0,57%	-1,96%
E.B.I.T.	-5.440	-3.592	-1.848	51,45%	-4,88%	-3,03%
Resultados financieros	-1.664	-856	-808	94,39%	-1,49%	-0,72%
B.A.I.	-7.104	-4.448	-2.656	59,71%	-6,37%	-3,76%
Impuesto de sociedades	1.674	571	1.103	193,17%	1,50%	0,48%
RESULTADO EJERCICIO	-5.430	-3.877	-1.553	40,06%	-4,87%	-3,28%
<i>Socios externos</i>	215	311				
RESULTADO ATRIBUIBLE	-5.215	-3.566	-1.649	46,24%	-4,68%	-3,01%

VENTAS

El cambio, ya comentado, en el modelo comercial del Grupo provoca que en las cifras acumuladas del tercer trimestre, las ventas totales hayan descendido un 5,80%, aunque las ventas comparables mantienen los niveles del ejercicio anterior. Esta reducción en ventas es la que provoca la disminución del resultado del período.

ADOLFO DOMINGUEZ

GASTOS

Manteniendo la tendencia de los trimestres anteriores, los gastos disminuyen de forma significativa, destacando la evolución del coste de ventas (-7,64%), otros gastos de explotación (-6,10%) y deterioro de activos (-72,65%).

Finalmente, hay que considerar que el modelo actual de negocio supone una importante estacionalidad en las ventas, con un peso mucho más elevado de las mismas en el cuarto trimestre, al tiempo que los costes son casi lineales en el ejercicio, lo que provoca que el resultado tenga una estacionalidad mucho mayor que la las ventas: una gran parte del resultado del ejercicio se genera en el cuarto trimestre.

Sin embargo, la modificación del modelo comercial, genera:

- a. Un mayor potencial de crecimiento y, sobre todo, de diversificación internacional. Las ventas en el exterior van ganando peso en la facturación agregada del Grupo y, para ello, estamos acometiendo un proceso de incorporación de nuevos franquiciados, a un ritmo de 80 a 90 por año, localizados fundamentalmente en Latinoamérica y Oriente Medio, zonas geográficas con un gran potencial económico y de demanda para nuestros productos. Adicionalmente, esa diversificación geográfica permite reducir la estacionalidad de las ventas.
- b. Un nivel de riesgo más reducido en cuanto a inversiones, en la medida en que la gran mayoría de los nuevos puntos de venta toman la forma de franquicias (en el exterior), o de “corners” (en España), lo cual nos permite reducir el nivel de endeudamiento financiero (actualmente inferior al 8% de los activos totales).
- c. Un modelo de aprovisionamiento y gestión de existencias, también, más eficiente, con escalonamiento de pedidos en función de la evolución de las ventas a lo largo de la temporada, lo que permitirá también previsiblemente minimizar las inversiones en activos corrientes, y sobre todo reducir el riesgo de mercancía no vendida.

Todos esos componentes del nuevo modelo de negocio han comenzado ya a dar sus frutos:

- Las ventas en el exterior, registran un crecimiento en comparables próximo al 10%.
- El nuevo sesgo hacia franquicias y corners, en detrimento de tiendas propias, supone una reducción de la carga por arrendamientos, que a 30 de noviembre de 2010 se reducen un 5,3%.
- La implantación de la nueva versión de la tienda on-line ha generado un notable crecimiento en las ventas a través de este canal, 90% en lo que va de año, esperando alcanzar, en este ejercicio, una cifra superior a 400.000 euros.
- La mejora en los aprovisionamientos y gestión de existencias también es clara, y el consumo desciende un 7,6%, es decir más que las ventas. Fruto de ello, el margen bruto mejora ligeramente, y se sitúa cercano al 70%.