

RESULTADOS 1º SEMESTRE EJERCICIO 2020/21 (marzo-agosto 2020)

Adolfo Domínguez triplica ventas en junio-agosto, aún por debajo de 2019

- La tienda 'online' de la firma crece un 25,5% entre marzo y agosto
- La firma ficha directora Internacional y abre 2 tiendas en América

Puntos de venta a 31/08/2020 por áreas geográficas



Ourense, 25 de noviembre de 2020. Las ventas de Adolfo Domínguez crecen un 187% entre junio y agosto de 2020 con respecto al trimestre anterior (marzo-mayo), gracias a la reapertura progresiva de su red comercial en verano y al buen comportamiento del canal *online*. La recuperación de las ventas en el segundo trimestre fiscal de la compañía ha permitido recuperar su facturación, pero no compensa las fuertes caídas del primer trimestre (marzo-mayo) y se mantiene por debajo de las cifras de 2019. Las ventas del canal *online* han crecido un 25,5% con respecto al año anterior, manteniendo la senda de crecimiento de los últimos meses. En su apuesta por el crecimiento del *e-commerce*, la compañía renueva en septiembre su tienda *online*. El fuerte crecimiento digital de la firma aporta un 21,8% de su facturación.

En el primer semestre de 2020, la firma presenta una facturación acumulada de 26 millones de euros, un 50,4% inferior al mismo semestre de 2019. La crisis del coronavirus provoca un resultado operativo acumulado de -3,7 millones y un resultado neto atribuido de -10,4 millones de euros, frente a los +3,3 millones y -1,8 millones generados en el mismo semestre del ejercicio anterior.

Comunicación Adolfo Domínguez

manuelvsola@puntoqa.com / maria.bragado@puntoqa.com

986 11 9298 / 628 274 100 / 647 79 11 05

“El confinamiento global en la primavera del 2020 ha supuesto un paréntesis en la trayectoria ascendente hacia la rentabilidad de nuestra compañía. En los meses de verano logramos reactivar las ventas gracias a la reapertura de nuestra red comercial y mantuvimos un muy buen funcionamiento de la tienda *online*. Aún así, de momento, el período completo marzo-agosto está muy por debajo de nuestras cifras normales. A día de hoy, contamos con el 91% de nuestra red comercial activa” explica Antonio Puente, director general del grupo Adolfo Domínguez.

Las ventas de Adolfo Domínguez descienden en todos los mercados en los que opera la firma. En España, reduce hasta agosto en un 36% sus ventas acumuladas, con un mejor comportamiento que el conjunto de su sector, que presenta una caída media del 41%, según los datos de la Asociación de Comercio Textil (Acotex).

Optimización de la red comercial

La compañía desarrolla un plan para optimizar su red comercial adaptada a la crisis del coronavirus con la apertura de dos nuevas tiendas en Colombia y una en Portugal en el último mes. El plan elimina 11 duplicidades de tiendas en provincias españolas e incluye la amortización de 20 puntos de venta gestionados por el grupo internacional Gin Group en México tras deshacer su alianza. El área internacional se refuerza con el nombramiento de Anabel Rúa López, procedente de Parfois, como nueva directora Internacional.

Adolfo Domínguez cuenta con una facturación anual de 115 millones de euros y emplea a 1.209 profesionales (ejercicio 2019/20). La firma comercializa sus prendas en 351 puntos de venta en 20 países.



Anabel Rúa López (París, 1978)

Nueva directora Internacional de Adolfo Domínguez. Cuenta con dos décadas de experiencia en el ámbito del comercio internacional. Especializada en el sector textil, ha ocupado puestos de responsabilidad en firmas como Parfois o Inditex.