

RESULTADOS 2020/21 (MARZO 20-FEBRERO 21)

# Las ventas de Adolfo Domínguez se reducen en un 42,6% en el ejercicio

- La facturación 'online' crece un 25% y alcanza el 21% del negocio
- La marca lanza un programa de transformación para crecer en 21/22
- La firma incorpora a Sainz Díaz como consejero independiente

Red comercial abierta sin restricciones de horario o apertura diciembre 2020 – febrero 2021  
Datos en puntos de venta



**28 de abril de 2021.** Las ventas del grupo Adolfo Domínguez entre marzo 2020 y febrero de 2021 han acusado las restricciones por la Covid 19 en todos sus mercados, registrando un retroceso del 42,6% con respecto al ejercicio anterior. La facturación se situó en 66 millones de euros. El *e-commerce* ha sido la única división que presenta incremento, con un crecimiento del 25,1% y una aportación del 20,7% de la facturación.

Ante las restricciones al comercio físico, la caída de ingresos y de la rentabilidad, Adolfo Domínguez acelera su proceso de transformación, con el objetivo de recuperar la senda de crecimiento para el ejercicio actual (2021-22).

El 60% de los 342 establecimientos de la marca en 17 países de todo el mundo ha sufrido algún tipo de restricción de horario o apertura ante la tercera ola del coronavirus (diciembre 2020 – febrero 2021). Aunque la reducción de ventas comparables afecta a todos los mercados, los mejores comportamientos se registran

Comunicación Adolfo Domínguez

[manuelvsola@puntoqa.com](mailto:manuelvsola@puntoqa.com) / [maria.bragado@puntoqa.com](mailto:maria.bragado@puntoqa.com)

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

en sus franquicias internacionales. La filial de Japón retrocede un 34,6%, seguida de Europa (-38,2%), con España como mercado principal, y México (-48,8%). El resultado operativo (Ebitda) se sitúa en -6,8 millones de euros y el resultado neto atribuido en -19,3 millones, frente a los +11,3 millones de euros y -8,3 millones del ejercicio anterior.

La compañía se prepara para relanzar su actividad tras la crisis de la Covid-19 mediante la optimización de su red comercial y la transformación digital. La aportación del negocio *online* a la facturación ha crecido 17 puntos desde 2016. Desde marzo de 2021, el *e-commerce* de la compañía está también disponible en Japón y amplía su accesibilidad a 27 países de todo el mundo.

Adolfo Domínguez continúa con su ejercicio de optimización y reposicionamiento de la red comercial con las aperturas de 14 establecimientos en Portugal (2), España (2), México (6), Colombia (2), China (1) y Guatemala (1), seis de ellos tras el cierre del ejercicio fiscal. Todos los establecimientos siguen el nuevo concepto de tienda basado en la utilización de materiales reciclados en su mobiliario y están conectadas al *e-commerce* de la firma como parte de su estrategia omnicanal. Ante la Covid, Adolfo Domínguez continúa invirtiendo en su transformación y cuenta con una nueva tienda *online* desde septiembre.

A nivel operativo, la compañía sigue optimizando sus procesos de diseño a través del PLM-*product life management* (gestión de la vida del producto). Tras la implantación en su centro logístico de sistemas para la lectura de etiquetas de radiofrecuencia (RFID) y la generación de un almacén único, la empresa prepara ahora su instalación en las tiendas propias de España para lograr una visibilidad de 360º sobre sus prendas en tiempo real.

### **Renovación del consejo de administración**

La compañía ha incorporado al consejo a José Luis Sainz Díaz, como consejero independiente para cubrir la vacante producida por la renuncia del consejero Luxury Liberty SA (representado por Agnès Noguera). El nombramiento por cooptación del Consejo deberá ser refrendado por la junta general de accionistas. Sainz es economista, abogado, consultor y gestor de amplia experiencia en transformación digital. Entre otros puestos, fue consejero delegado de Prisa y director general de Vocento.

El consejo ha agradecido el trabajo y la implicación aportados durante 16 años por Agnès Noguera, con una dedicación de gran valor para la toma de decisiones en la compañía. La empresaria y accionista (Libertas 7 es titular del 10.29% de las acciones de Adolfo Domínguez a través de la sociedad Luxury Liberty) informó al consejo que continuará apoyando la gestión del grupo de moda gallego como accionista, aunque

**Comunicación Adolfo Domínguez**

[manuelvsola@puntoqa.com](mailto:manuelvsola@puntoqa.com) / [maria.bragado@puntoqa.com](mailto:maria.bragado@puntoqa.com)

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

su dedicación personal ha de centrarse en este momento en la nueva etapa de Libertas 7 que acaba de salir a cotizar al mercado continuo de la Bolsa.

El informe de remuneraciones publicado hoy por la compañía recoge las retribuciones del consejo de administración, que se sitúan un 16% por debajo del ejercicio anterior debido a la reducción del número de miembros del consejo de administración a 7 personas. La alta dirección de la empresa también ha reducido en un 2% su remuneración media por directivo.

El grupo cuenta con una plantilla formada en un 80% por mujeres y con una representatividad femenina del 64% en su comité de dirección. La firma de moda de autor tiene una brecha salarial de +1,7% a favor de las mujeres.

### **Perfil José Luis Sainz Díaz**



**José Luis Sainz Díaz** (Madrid, 1962) es el nuevo consejero independiente de Adolfo Domínguez.

Abogado, economista y gestor con amplia experiencia en la transformación digital, es consejero de compañías españolas y latinoamericanas de los sectores tecnológico, industrial, logístico y medios de comunicación.

Tras comenzar su carrera como consultor en Arthur Andersen, Sainz Díaz ha formado parte, durante más de dos décadas, del grupo Prisa, donde ha ejercido diversos cargos de responsabilidad como consejero delegado (2014-2017) y máximo ejecutivo de El País (2011-2014) y la Cadena Ser (2014 – 2017). Entre 2009 y 2011 dirigió la gestión de los medios nacionales del grupo Vocento. Sainz es licenciado en Ciencias Económicas y en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid.