

Adolfo Domínguez consolida su recuperación y aumenta sus ventas un 10,9%

La firma encadena dos años con beneficio neto positivo
Las ventas de la marca crecen en todos los mercados



26 abril 2024. Las ventas del grupo Adolfo Domínguez crecen un 10,9% en el ejercicio 2023/24 (marzo 2023 – febrero 2024) y alcanzan los 126,7 millones de euros. La firma de moda de autor consolida su recuperación y genera beneficio neto positivo por segundo año consecutivo.

Las ventas de la compañía crecen en todos los países en los que opera, con aumentos en Europa (+8,8%), México (+10,4%), Japón (+12,7%) y en los otros 17 países en los que tiene presencia. En los últimos años, Adolfo Domínguez ha intensificado su despliegue internacional y sus tiendas en el extranjero representan ya el 60% de la red. Las ventas *online* de la marca crecen un 21,9%.

El grupo de moda comunica hoy a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) sus resultados del ejercicio 2023/24, en los que ha generado un beneficio neto de 0,7 millones de euros. La compañía mejora las principales magnitudes de su cuenta de resultados respecto al ejercicio anterior.

“Hoy facturamos 11,8 millones más que en 2019/20 con 30 puntos de venta menos y consolidamos nuestra recuperación. Asentamos las bases de nuestro crecimiento futuro sin perder el foco en la eficiencia. Seguimos impulsando nuestra expansión internacional, a la vez que modernizamos y optimizamos nuestros procesos” explica Antonio Puente, consejero delegado de Adolfo Domínguez.

Alianzas de crecimiento

Adolfo Domínguez refuerza su expansión de la mano de grupos de referencia en el retail global como Chalhoub Group, con quien abrirá 16 establecimientos hasta 2027 en Oriente Medio; Galeries Lafayette, con quien ha abierto 3 nuevos espacios en Francia en el último año; o Palacio de Hierro, principal socio de la firma en México y con quien comparte 92 puntos de venta en el país, 8 de ellos abiertos en el último año.

La marca acaba de renovar además su acuerdo con Puig para la comercialización de sus perfumes. La alianza entre las compañías comenzó en los años 90 y les ha permitido lanzar juntos más de una decena de perfumes desde entonces.

Entre marzo de 2023 y febrero de 2024, Adolfo Domínguez ha abierto nuevas tiendas en España (11), Francia (4), Portugal (3), México (12), Japón (5) y otros mercados internacionales (12). El 77% de las aperturas han tenido lugar en el ámbito internacional.

El grupo Adolfo Domínguez emplea a 1.007 profesionales y cuenta con 360 puntos de venta en 24 países. La plantilla profesional está integrada en un 80% por mujeres. En el comité de dirección, ellas representan el 63%.