

Las ventas de Adolfo Domínguez crecen un 10,5% en el primer trimestre



19 julio 2024. Las ventas de Adolfo Domínguez crecen un 10,5% entre marzo y mayo de 2024. El grupo comunica hoy sus resultados del primer trimestre del ejercicio 2024/25 a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), en el que ha generado una facturación de 24,1 millones de euros, la más alta en este periodo desde 2015.

Europa lidera el crecimiento de la marca de moda, con una mejora de sus ventas del 16,7%. Tras casi cincuenta años en el mercado europeo y con 180 puntos de venta repartidos en 7 países, la compañía continúa ampliando su presencia internacional. Entre marzo y mayo, Adolfo Domínguez ha abierto nuevas tiendas en Grecia, Luxemburgo y España.

“Europa, con España y Portugal en el centro de la operativa, es un mercado maduro y consolidado, que sigue creciendo. Nuestras ventas globales aumentan a doble dígito en el primer trimestre del ejercicio, un periodo difícil para todo el sector, al tratarse de una época con bajo nivel promocional o en la que se active especialmente el consumo”, explica Antonio Puente, consejero delegado de Adolfo Domínguez.

Tras encadenar dos ejercicios completos con resultado neto positivo, la firma de moda de autor sigue mejorando su rentabilidad. En el primer trimestre, el EBITDA de la compañía se sitúa en 2,1 millones de euros, cinco veces más que en 2023/24.

Por su parte, el resultado neto mejora un 47% respecto al primer trimestre del año anterior y se sitúa en -1,9 millones debido al continuado esfuerzo de expansión y transformación que el grupo sigue realizando.

Más de 50.000 personas en el desfile global de IKIGAI

Más de 50.000 personas han visto ya el desfile de IKIGAI, la colección otoño-invierno 2024 de Adolfo Domínguez. La marca ha presentado su nueva colección a través de un desfile global desde Santiago de Chile, que ha sido retransmitido en directo a través de su página web, redes sociales y Movistar+, entre otros canales.

La innovación a la hora de acercar sus colecciones al mercado es una de las señas de identidad de Adolfo Domínguez. En los últimos 5 años, la marca ha presentado sus diseños por las calles del casco histórico de Ourense, ciudad que acoge la sede de la compañía, en el centro de creación contemporánea Matadero de Madrid, en el parque Quetzacóatl de Ciudad de México, o en el interior de su centro logístico europeo.

Adolfo Domínguez cuenta con 362 tiendas en 26 países de todo el mundo y una facturación anual de 126,7 millones de euros (ejercicio 2023/24).