ADOLFODOMINGUEZ

www.adolfodominguez.com
manuelvsola@puntoga.com

986 119 298 / 628 27 41 00

NOTA DE PRENSA

Adolfo Domínguez crece un 81% en América Latina en 5 años

México, primer mercado internacional de la compañía
La firma presenta la colección 'Zenit' en Buenos Aires



Desfile de presentación de 'Zenit', la colección primavera-verano 2026-27 de Adolfo Domínguez, en Casa Ocampo, (Buenos Aires, Argentina), el pasado 29 de octubre.

06 de noviembre 2026. Adolfo Domínguez incrementó sus ventas en un 81% en América Latina en los últimos 5 ejercicios (2021-2025), siendo su mayor y principal mercado tras Europa, donde se ubica el 44% de su red mundial de tiendas. La firma acaba de cerrar una gira por la región, en la que ha visitado México, Colombia, Ecuador y Argentina con motivo de la celebración de su 50 aniversario.

El crecimiento del número de tiendas de la firma de moda de autor en América Latina ha sido del 23% desde 2021, a un ritmo de 6 nuevas tiendas por año. Este 2026 se sumaron 4 nuevas aperturas: Ecuador, Perú, México y Paraguay.

ADOLFODOMINGUEZ

www.adolfodominguez.com
manuelvsola@puntoga.com

986 119 298 / 628 27 41 00

La presencia actual de Adolfo Domínguez en América Latina suma así 167 puntos de venta en 13 países, siendo México el más importante, con 142. Le siguen Colombia (5 tiendas), Ecuador, Perú, Puerto Rico y Uruguay (3 tiendas en cada país), República Dominicana (2), y Chile, Costa Rica, Guatemala, Panamá, Paraguay y Argentina (1).

El incremento más importante en ventas en la región en términos porcentuales durante el período 2021-2025 tuvo lugar en Colombia, donde la facturación se duplicó (+107,4%). En Ecuador, donde la firma se estableció por primera vez en 2023, el crecimiento ha sido de un 31,1% en dos años.

México, primer mercado internacional

México es el principal mercado de Adolfo Domínguez en el mundo, sólo por detrás de España, donde la facturación se ha incrementado en un 73,4% en el último lustro. Es también el único fuera del territorio español donde la firma cuenta con centro logístico propio.

El primer país de América Latina donde Adolfo Domínguez abrió una tienda también fue también México, en 1997 (Ciudad de México), primero con puntos de venta a través de su socio, Palacio del Hierro y, más tarde, desde 2002, con franquicia. La última apertura en México tuvo lugar el pasado mes de octubre, en el centro comercial Fashion Drive de Monterrey.

“Tenemos una gran conexión con nuestros clientes en América Latina, tanto en países en los que llevamos décadas como en los que abrimos hace poco, y ese es un valor que queremos mantener en el tiempo. Contamos con una gran implicación en nuestro despliegue, con socios regionales en cada mercado, y México es nuestro mercado internacional de referencia. No podíamos celebrar nuestros 50 años de historia sin pasar por América Latina”, señaló la presidenta ejecutiva de la firma, Adriana Domínguez.

ADOLFODOMINGUEZ

www.adolfodominguez.com
manuelvsola@puntoga.com

986 119 298 / 628 27 41 00

Durante la visita a México, Adriana Domínguez presentó la película *El eco de otras voces*, que dirige y guioniza, sobre la historia y la trayectoria de su padre y diseñador, en el Festival Internacional de Cine de Morelia (FICM) y en el Museo Franz Mayer de Ciudad de México. El largometraje también se proyectó en el espacio cultural La Galería de Bogotá (Colombia), en el Teatro Escala Shopping de Quito (Ecuador) y en Casa Ocampo, en Buenos Aires (Argentina).

Desfile en Buenos Aires

Con motivo de su escala en Argentina, donde Adolfo Domínguez tiene presencia desde 1999, la firma presentó *Zenit*, su colección primavera-verano 2026-2027, en la Casa Ocampo de Buenos Aires.

La colección *Zenit* parte del concepto de soltar lastre en contraposición con elevarse hasta la cumbre. El desfile presentó una propuesta de prendas de patronaje experimental, tejidos vaporosos, volúmenes fluidos y una paleta de colores naturales.

Adolfo Domínguez cuenta con 379 puntos de venta en 54 países, según los datos recogidos en el último ejercicio (2025-2026). La compañía factura 139 millones de euros, con un 43,4% de las ventas procedentes del mercado internacional.