

Modaes

Empresa

Adolfo Domínguez crece en México: la empresa se instala en el centro comercial Antara

La compañía española, en plena reorganización de su red de distribución, se refuerza en uno de los países que mejores resultados le ha reportado durante los últimos años.

María Bertero
13 feb 2017 - 04:56



Adolfo Domínguez crece en México. Y lo hace instalándose en uno de los complejos más exclusivos de la capital del país. La empresa gallega ultima la apertura de un punto de venta en el centro comercial **Antara**, en el distrito de Polanco.

El punto de venta de **Adolfo Domínguez** estará ubicado en la planta calle del complejo, junto a las cadenas del grupo **Inditex** (como **Zara** o **Zara Home**) y frente a establecimientos de las también españolas **Mango** y **CH Carolina Herrera** o la estadounidense **Victoria's Secret**.

El centro comercial **Antara** abrió sus puertas en 2006 y está considerado uno de los destinos de compras de Ciudad de México. El complejo, impulsado por **Sordo Madaleno**

, cuenta con una superficie de 510.000 metros cuadrados.

La compañía gallega suma una red de 136 establecimientos en México, combinando franquicias, tiendas propias y corners

A cierre del tercer trimestre del ejercicio fiscal de la compañía (concluido el pasado 30 de noviembre), **Adolfo Domínguez** contaba con una red de 136 puntos de venta en México, uno menos que doce meses antes. En total, la compañía suma 521 puntos de venta.

Del total de establecimientos de la empresa gallega en el mercado mexicano, tres son tiendas en gestión directa, cincuenta son franquicias y 83 son corners operados directamente por el grupo español.

En los nueve primeros meses del ejercicio, las ventas de **Adolfo Domínguez** en México registraron una subida del 10% en moneda local, según informó la empresa a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (Cnmv).

En total, las ventas de la compañía en el mercado azteca hasta el tercer trimestre alcanzaron 9,2 millones de euros, al alza desde los 9,1 millones de euros del mismo periodo del ejercicio precedente. México y Japón son dos de los principales mercados de la empresa, además de Europa.

En plena redefinición de su estrategia y de su equipo directivo, **Adolfo Domínguez** cerró el tercer trimestre con un resultado neto negativo de 12,3 millones de euros, frente a las pérdidas de 16,9 millones de euros del mismo periodo del ejercicio anterior. Sin embargo, la empresa incrementó su facturación por primera vez en nueve años, con un alza del 1,4% hasta noviembre, hasta 73,05 millones de euros.