

Empresa

Adolfo Domínguez dispara sus pérdidas hasta 10,4 millones y encoge ventas un 50% hasta agosto

La tienda online ha sido la nota positiva de los resultados, con un incremento de las ventas del 25,5%. La compañía también ha fichado a una nueva directora internacional procedente de Parfois.

Modaes
25 nov 2020 - 09:23



El coronavirus trunca la remontada de Adolfo Domínguez. La compañía, que había empezado a recoger los frutos de su plan de transformación, ha cerrado el primer semestre (finalizado en agosto) **con unas pérdidas de 10,4 millones de euros**, casi seis veces más que en el mismo periodo del año anterior. Entre marzo y agosto de 2019, la empresa perdió 1,8 millones de euros.

En el mismo periodo, **el grupo facturó 26 millones de euros, un 50,4% menos** que en el primer semestre de 2019, según ha comunicado hoy la empresa a la Comisión

Modaes

Nacional del Mercado de Valores (Cnmv). Sólo en el segundo trimestre, la empresa casi triplicó sus ventas en relación al trimestre anterior, debido al impacto de los cierres.

El resultado bruto de explotación (ebitda) fue negativo, de 3,7 millones de euros, frente al dato positivo de 3,3 millones de euros del primer semestre del año anterior. La empresa redujo sus gastos operativos en 10,7 millones de euros, hasta 16,2 millones, pero recortó su margen bruto en 9,8 puntos, hasta el 45,8%.

Adolfo Domínguez generó el 21,8% de sus ventas en el periodo a través del canal online

“El confinamiento global en la primavera de 2020 ha supuesto un paréntesis en la trayectoria ascendente hacia la rentabilidad de nuestra compañía”, reconoce Antonio Puente, director general de Adolfo Domínguez.

“En los meses de verano logramos reactivar las ventas gracias a la reapertura de nuestra red comercial y mantuvimos un muy buen funcionamiento de la tienda online; aún así, de momento, **el periodo completo marzo-agosto está muy por debajo de nuestras cifras normales**”, añade. A día de hoy, Adolfo Domínguez tiene activa el 91% de su red comercial.

La nota positiva la ha vuelto a poner el canal online. La compañía, que renovó su ecommerce en septiembre, disparó un 25,5% sus ventas a través de la Red respecto al año anterior, y el canal aportó un 21,8% de su facturación en el periodo.

La compañía ha incorporado a Anabel Rúa, ex de Parfois e Inditex, como nueva directora internacional

La empresa ha continuado optimizando su red comercial, **con once cierres en provincias españolas donde había más de un establecimiento** y de los veinte puntos de venta gestionados por el grupo internacional Gin Group en México, con quien deshizo su alianza este año.

En paralelo, Adolfo Domínguez ha puesto en marcha dos nuevas tiendas en Colombia y una en Portugal en el último mes. A cierre del periodo, la empresa operaba con 351

Modaes

puntos de venta en veinte países: 192 en Europa (178 en España), 120 en América, 30 en Asia y Oceanía y nueve en Asia y Oriente Próximo.

Adolfo Domínguez también ha reforzado su equipo internacional con la incorporación de Anabel Rúa como nueva responsable de esta área. La ejecutiva, con dos décadas de experiencia en el ámbito del comercio internacional, se incorpora a Adolfo Domínguez procedente de Parfois. Con anterioridad, trabajó también para el gigante Inditex.