

Empresa

Adolfo Domínguez reduce sus pérdidas un 75% en el primer trimestre y sigue reordenando su red de tiendas

Modaes
14 jul 2014 - 10:31

El grupo gallego **Adolfo Domínguez** se mantiene en la senda de corrección de su evolución. La compañía ha concluido el primer trimestre de su ejercicio con unos números rojos de 644.000 euros, lo que supone una reducción del 74,8% respecto a las pérdidas de 2,55 millones de euros registradas el mismo periodo del año anterior. La empresa sigue adelante con la reorganización de su red de tiendas, cerrando los puntos de venta no rentables y abandonando algunos territorios.

Según ha explicado **Adolfo Domínguez** a la CNMV, la mejora del resultado neto “se debe fundamentalmente a la disminución de las amortizaciones y a una mejora en el resultado financiero”. El resultado bruto de explotación (ebitda) de la compañía se ha situado en 1,59 millones de euros negativos, lo que supone una mejora del 46% respecto al primer trimestre del ejercicio pasado.

Las ventas del grupo, sin embargo, continúan sin remontar como consecuencia del proceso de reestructuración de la red de tiendas que está llevando a cabo la compañía. **Adolfo Domínguez** ha finalizado el primer trimestre con una facturación de 24,49 millones de euros, lo que supone un descenso del 3,9% respecto al mismo periodo del año pasado, “principalmente debido al plan de cierre selectivo de tiendas en España no estratégicas y que no alcancen ebitda positivo”.

Si se tienen en cuentas las ventas por superficie comparable, la evolución de la empresa ha sido positiva, con un incremento del 3,4% en el primer trimestre. Las ventas a través de ecommerce, por su parte, han aumentado un 23,3%, hasta 1,1 millones de euros en el primer trimestre.

Modaes

En lo que va de ejercicio, **Adolfo Domínguez** ha reducido en seis puntos de venta su red en España; si se tienen en cuenta los últimos doce meses, la disminución es de 44 tiendas. En el exterior, en cambio, la reducción es de cuatro tiendas. El grupo cuenta actualmente con 639 establecimientos, 391 ubicaciones en España y 248 en los mercados internacionales.

La empresa seguirá adelante con la reorganización de su red de tiendas en España y en el exterior “se está procediendo al cierre de algunos territorios con un bajo nivel de recompensa-esfuerzo según se puede observar en la evolución de la red de distribución”.