

Empresa

Adolfo Domínguez sigue creciendo en Latinoamérica tras romper con Gin con nuevas aperturas en Colombia y México

La compañía española ha abierto una nueva tienda en Cartagena de Indias, Colombia, y otra en el centro comercial Palacio del Hierro, en México.

Laura Juanes
12 nov 2020 - 04:56



Adolfo Domínguez sigue expandiendo su red comercial por Latinoamérica. La compañía gallega de moda **ha abierto nuevos establecimientos en dos de sus mercados más importantes en la región, Colombia y México**. Hace unos meses, la empresa rompió con grupo Gin, el socio con el que operaba en el mercado mexicano desde 2018.

La compañía sigue reforzando su presencia en Colombia con la apertura, a principios de este noviembre, de **una nueva tienda en el centro comercial La Serrezuela, ubicado en Cartagena de Indias**

Modaes

. El establecimiento cuenta con 120 metros cuadrados y distribuye la colección de ropa femenina y accesorios de la firma.

Adolfo Domínguez aterrizó en el país del café en 2009, abriendo su primera tienda en Bogotá. En 2019, la empresa se expandió y abrió una nueva tienda en el centro comercial Parque La Colina, en la capital. **Actualmente, cuenta con cuatro tiendas en el mercado colombiano**, tres de las cuales se ubican en la capital.

Adolfo Domínguez sigue creciendo en México con El Palacio de Hierro

Paralelamente, Adolfo Domínguez sigue afianzando su presencia en el mercado mexicano, uno de los más importantes para la firma. **La compañía ha abierto una nueva tienda en los grandes almacenes El Palacio de Hierro**. La firma ya tenía presencia en otros nueve centros comerciales del grupo, que se reparten por todo el país.

Con la nueva apertura, **Adolfo Domínguez suma ya 130 tiendas en México**, uno de sus principales mercados. De hecho, la compañía está trabajando para incrementar su presencia en América, que copa el 36% de su red comercial.

Esta expansión se produce unos meses después de la ruptura entre Adolfo Domínguez y Gin Group, con quien se alió en 2018. **La compañía española rescindió los contratos de las franquicias con el grupo mexicano**, que gestionaba varios establecimientos de la firma de moda en el país.

En el primer trimestre de ejercicio, **comprendido entre marzo y mayo, la compañía registró unas pérdidas de 8,1 millones de euros** y una caída de las ventas del 67%, hasta 6,7 millones de euros por el impacto del coronavirus.