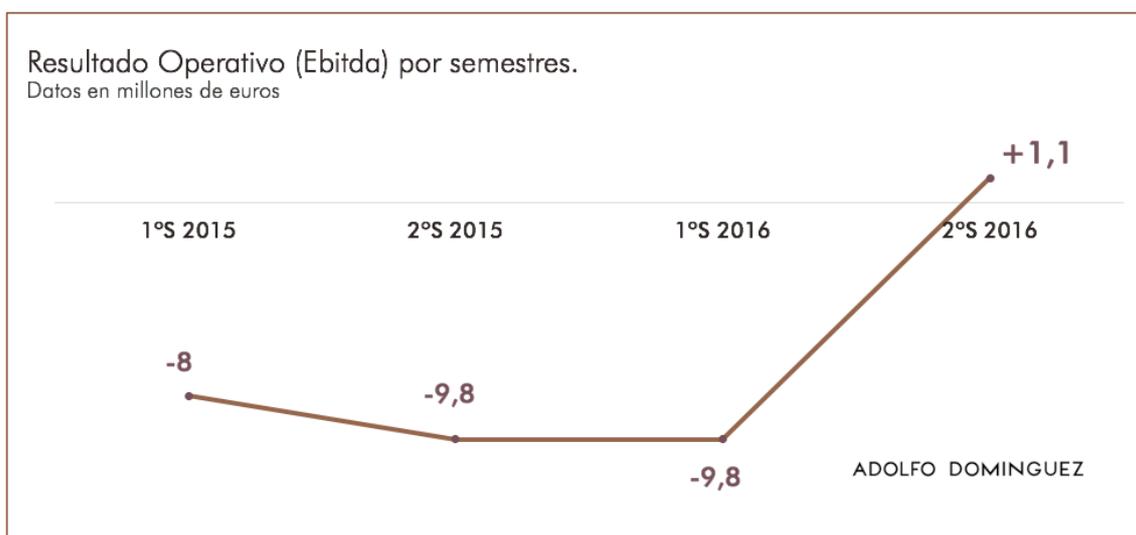


El resultado operativo de Adolfo Domínguez crece un 51% en 2016

- Las ventas aumentan un 9,2% y alcanzan los 110 millones
- Desde el cambio de gestión, en agosto, el margen mejora un 41%



28.04.2017. El resultado operativo (Ebitda) de Adolfo Domínguez SA mejora un 51,1% en el ejercicio anual 2016, según las cuentas publicadas hoy. El resultado operativo es el que contabiliza el negocio recurrente. La mejora se produce desde agosto de 2016, con el cambio del equipo de dirección y un nuevo consejo, que logra en solo seis meses (septiembre 2016-febrero 2017) un resultado positivo en 1,1 millones de euros y un aumento del Ebitda de 10,9 millones de euros.

La compañía con sede en Ourense registra el mayor aumento de ventas en seis años, con una facturación de 110,3 millones de euros: en el conjunto del año las ventas comparables crecen un 9,2% (un 8,9% en el mercado español); las ventas totales aumentan en un 4,3% (gracias al crecimiento del 8,9% en el segundo semestre y tras el cambio de gestión).

Las medidas de redireccionamiento estratégico de la compañía se han reflejado en los resultados de gestión, eficiencia y cotización. Junto al

Comunicación Adolfo Domínguez

información@puntoga.com / manuelvsola@puntoga.com / prensa@puntoga.com

Pancho Tristán 986 119 298 / 659 193 403

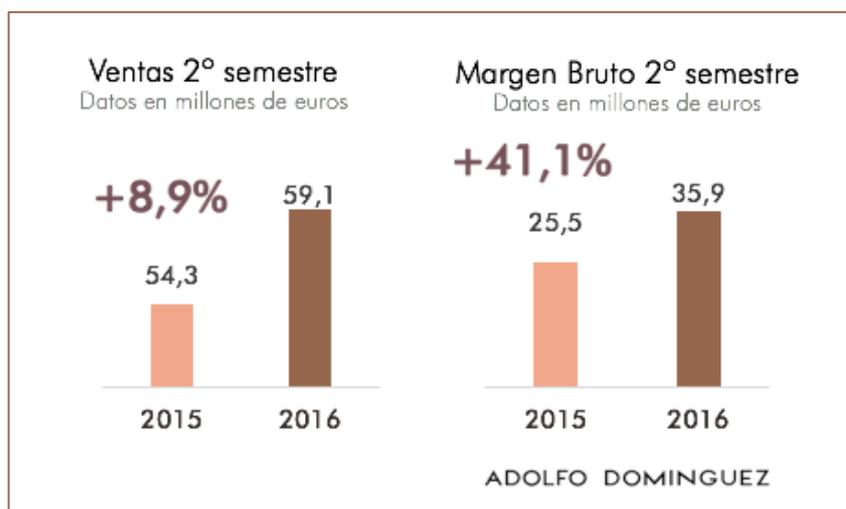
incremento de ventas, la bajada de costes permite un aumento del margen bruto del 13,5 %. En el ejercicio completo los gastos operativos se reducen un 1,9%.

Los ingresos extraordinarios obtenidos en 2015 por la venta de activos inmobiliarios por 42,3 millones de euros y el impacto de las nuevas normas fiscales (más de 9 millones de euros), distorsionan la comparación entre los dos últimos ejercicios cerrados. Descontando ambos efectos, el resultado atribuido comparable presentaría una mejora del resultado neto atribuido de 21 millones de euros con respecto a 2015.

El Ebitda del primer semestre (-9,8 millones) lastra el Ebitda positivo del segundo semestre (+1,1 millones). La cuenta final de resultado neto atribuido a la sociedad dominante sigue en negativo (22,7 millones), debido a los extraordinarios y la nueva contabilidad fiscal.

Giro en la gestión desde agosto 2016

La nueva estrategia de la empresa se refleja en los resultados del segundo semestre del ejercicio (septiembre 2016-febrero 2017): las ventas comparables crecen un 14,7%, la cifra más elevada de incremento desde el inicio de la crisis



económica; las ventas totales aumentan un 8,9%; el margen bruto se incrementa un 41,1%; y el Ebitda pasa a beneficio y mejora un 111%.

La cúpula que gestionaba la empresa desde 2012 fue cesada y renovada, casi al completo, al igual que el consejo de administración, a partir de mediados de 2016. La empresa apostó por un nuevo comité de dirección formado principalmente por ejecutivos de larga trayectoria profesional y conocimiento de la compañía.

Comunicación Adolfo Domínguez

información@puntoga.com / manuelvsola@puntoga.com / prensa@puntoga.com

Pancho Tristán 986 119 298 / 659 193 403

El presidente y fundador de la firma, Adolfo Domínguez, subraya que “la compañía dispone hoy de un equipo que en solo seis meses ha logrado una reconversión récord y ha vuelto a poner a la firma en la senda del crecimiento”.

El vicepresidente de la compañía, Luis Caramés, explica que “el cambio de ciclo se está traduciendo en el giro de todas las cifras y en una recuperación del negocio y del resultado recurrente”.

Las ventas de la compañía crecen en casi todos los mercados y canales, singularmente México (+11,5% anual), Perú (+9% anual) y España (+8,9% anual), que sigue siendo el principal mercado.

“La estrategia de la empresa pasa por continuar apostando por los mercados de mayor rentabilidad, así como por el cierre de las tiendas con menor aportación a los números de la compañía. El nuevo mapa de tiendas aumenta su peso y ventas internacionales (37%) en 36 países, con un crecimiento de casi diez puntos en las cuentas de la compañía”, indica Antonio Puente, director de Control de Gestión.