

Las ventas *online* de Adolfo Domínguez crecen un 25,4%

La facturación de la marca crece un 7,8% en 2024/25

La firma celebrará su junta general el 30 de julio

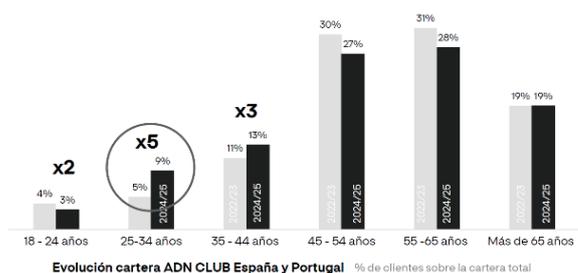


27 de junio 2025. Las ventas *online* de Adolfo Domínguez aumentan un 25,4% en el ejercicio 2024/25 (marzo 2024 – febrero 2025). La facturación total de la firma alcanzó los 136,5 millones en el ejercicio, un 7,8% más que el año anterior. El grupo de moda de autor celebrará el próximo 30 de julio su junta general ordinaria de accionistas.

El *e-commerce* de la marca es ya accesible desde 31 países a través de su tienda *online* y la presencia en *marketplaces* internacionales como La Redoute, Galleries Lafayette, Palacio de Hierro, About You, o Zalando.

“La tienda *online* encadena ya dos años creciendo a doble dígito, con un aumento acumulado del 53% respecto al ejercicio 2022/23. Por ahora, aporta el 15% de la facturación anual y es una puerta de entrada importante para que nuevas generaciones conozcan nuestra marca, algo clave para la regeneración de la cartera de clientes de una firma con casi 50 años de historia en el mercado”, explica Rubén Martín, director financiero corporativo del grupo Adolfo Domínguez.

En los últimos dos años, los nuevos clientes de la firma entre 25 y 34 años se han multiplicado por cinco, mientras que los menores de 24 años se han duplicado. En el



ejercicio 2024/25, 1 de cada 3 nuevos clientes de Adolfo Domínguez tiene menos de 45 años.

Junta general de accionistas

El grupo Adolfo Domínguez celebrará el próximo 30 de julio su junta general ordinaria de accionistas. En ella, se abordará, entre otros, la reelección de Adriana Domínguez, presidenta ejecutiva de la compañía, como consejera, al igual que la de los consejeros independientes Rafael Prieto, José Luis Sainz y Diana Morato por el plazo estatutario de cuatro años. Además, se propondrá la incorporación de Álvaro Alonso como nuevo consejero independiente de la sociedad. El consejo de administración quedaría así formado en un 57% por consejeros independientes.

Álvaro Alonso es director general para el Este de Europa de Beiersdorf, firma que gestiona marcas como Nivea, LaPrairie o Eucerin. En sus veinte años de experiencia, ha ejercido como director general del grupo Farlabo (2003 – 2011), compañía que gestiona marcas como DKNY, Lanvin y Dolce & Gabbana, entre otras. Alonso es licenciado en Derecho y Economía por ICADE.

Adolfo Domínguez emplea a 1.002 profesionales y cuenta con 371 puntos de venta en 51 países, englobando su presencia física, *online* y omnicanal.