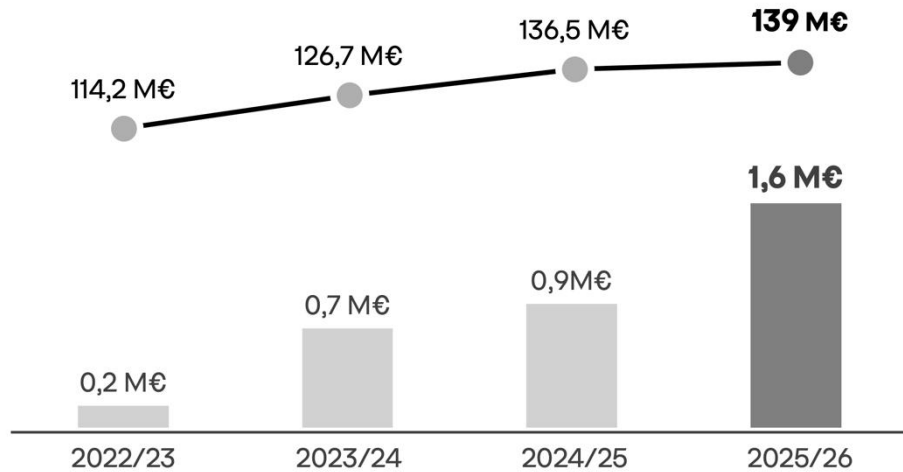


# Adolfo Domínguez aumenta ventas un 2% y un 81% el beneficio neto

Cuarto ejercicio consecutivo en positivo, con 1,6 millones de resultado neto

La facturación en 54 países alcanza los 139 millones

## Evolución ventas y beneficios 2022/26



DATOS AUDITADOS. ELABORACIÓN PROPIA. Ventas en millones de euros Beneficios en millones de euros

**30 de abril 2026.** Adolfo Domínguez concluye el ejercicio 2025/26 (marzo 2025 a febrero 2026) con una cifra de ventas de 139 millones de euros (+2% respecto al ejercicio anterior) y un beneficio neto consolidado de 1,64 millones (+81%). El enfoque de la compañía hacia la rentabilidad se materializa en un margen bruto de 82 millones, un 59% sobre ventas, el más elevado de los últimos 14 años y 3 puntos porcentuales por encima del ejercicio pasado.

“El avance hacia una mayor rentabilidad continúa. Hemos tenido una buena respuesta de nuestros clientes, tanto en las colecciones de hombre y mujer, como de complementos, y un buen resultado en el reposicionamiento de las tiendas”, señala Rubén Martín, director financiero de la marca.

La evolución positiva responde al avance de la firma en rentabilidad y generación de caja en el espacio *premium* del sector. La estrategia aporta un resultado operativo (Ebitda) de 21

millones de euros, un 24% por encima del Ebitda del ejercicio anterior.

### **Fuerte crecimiento de ventas en Latinoamérica y Asia**

Adolfo Domínguez termina el ejercicio con 379 puntos de venta en 54 países y un 43% de su facturación fuera de España, 2 puntos porcentuales más que en el ejercicio anterior.

La firma ha acelerado su internacionalización, con la apertura de 13 nuevas tiendas, todas ellas fuera de España. Los nuevos establecimientos se despliegan en 8 países: Argentina, Andorra, Líbano, Georgia, México, Paraguay, Turquía y República Dominicana.

El incremento global de las ventas comparables (mismo número de tiendas que en ejercicio anterior y a tipo de cambio constante) es del 3,5%. Por mercados las ventas comparables aumentan un 5,6% en Japón; un 1,1% en Europa; un 9,4% en México; y un 17,5% en el resto de los países en los que la firma tiene presencia.

El *e-commerce*, uno de los canales de venta más rentables de la compañía, crece un 6,2% y representa un 15% en la facturación total.

### **Más jóvenes y Cátedra I+AD**

La marca de moda de autor continúa acelerando la captación entre las nuevas generaciones. Los clientes de 25 a 34 años son los que más han aumentado en el último año.

La Fundación Adolfo Domínguez, revitalizada durante el ejercicio, puso en marcha una cátedra de innovación e investigación, denominada Cátedra I+AD. Se trata de un proyecto conjunto con la Universidad Politécnica de Catalunya (UPC), universidad líder en España en ingeniería y tecnología que cuenta con 9 campus y colabora con centros de investigación de todo el mundo.

La plantilla media de la compañía es de 996 profesionales, de los que un 74% están en España. El 62,5% de la alta dirección de la firma y el 43% del consejo de administración están integrados por mujeres.

El consejo de administración aprobó ayer la formulación de las cuentas que deberán ser refrendadas por la junta de accionistas, convocada para el 3 de junio.