

ADOLFODOMINGUEZ

# Informe de Resultados

2023/24

# Nota legal

## La información

La información contenida en este Informe de Resultados correspondiente al ejercicio 2023/24 (marzo 2023-febrero 2024) ha sido elaborado por Adolfo Domínguez S.A. (en adelante, Adolfo Domínguez) en virtud de lo previsto en el artículo 17 del Reglamento (UE) nº 596/2014 sobre abuso de mercado y en el artículo 227 de la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercados de Valores y de los Servicios de Inversión.

El Informe de Resultados contiene la revisión de la gestión de la actividad y resultados de la compañía durante el ejercicio 2023/24 (marzo 2023-febrero 2024), así como su comparación con el mismo periodo de 2022/23 (marzo 2022 – febrero 2023) e incluye información financiera extraída de los estados financieros anuales de Adolfo Domínguez, S.A. y sus filiales, correspondiente al ejercicio 2023/24 (marzo 2023-febrero 2024), auditados por Mazars Auditores, S.L.P., así como declaraciones sobre perspectivas futuras. Este informe contiene, además, entre otra información, la relativa al modelo de negocio y evolución previsible, la gestión de riesgos y los hechos relevantes del periodo y posteriores al cierre.

La información relativa al Gobierno Corporativo de Adolfo Domínguez se incluye dentro del Informe de Gestión desde la página 33 hasta la página 38 como contenido del apartado 6 dedicado a las políticas y actuaciones destinadas a la protección del medio ambiente, el impacto social y la mejora de las prácticas de gobernanza (ESG por sus siglas en inglés).

## Información prospectiva

La información que contiene el Informe de Resultados incluye información y manifestaciones relativas a previsiones futuras sobre Adolfo Domínguez no constituyen hechos históricos, estando basadas en asunciones que se consideran razonables, y están sometidas a riesgos e incertidumbres, muchos de los cuales son difíciles de prever y están, de manera general, fuera del control de Adolfo Domínguez. De este modo, se advierte a accionistas e inversores de que estos riesgos podrían provocar que los resultados y desarrollos reales difieran de los inicialmente previstos en la información y proyecciones futuras.

Con excepción de la información financiera referida, la información y cualesquiera de las opiniones y afirmaciones contenidas en este documento no han sido verificadas por terceros independientes y, por lo tanto, ni implícita ni explícitamente se otorga garantía alguna sobre la imparcialidad, precisión, plenitud o corrección de la información o de las opiniones y afirmaciones que en él se expresan.

Este documento no constituye una oferta o invitación para adquirir o suscribir acciones, de acuerdo con lo establecido en el Real Decreto Legislativo 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercado de Valores y de los Servicios de Inversión en su normativa de desarrollo. Asimismo, este documento no constituye una oferta de compra, de venta o de canje ni una solicitud de una oferta de compra, de venta o de canje de títulos valores, ni una solicitud de voto alguno o aprobación en ninguna otra jurisdicción.



# Índice

## Informe de Resultados

1. 2023/24 de un vistazo
2. Cartas al Accionista
  - Carta de la Presidenta Ejecutiva
  - Carta del Consejero Delegado
3. Adolfo Domínguez: perfil de compañía y modelo de negocio
4. Resultados consolidados en 2023/24
  - Resultados económico-financieros
  - Balance y financiación
  - Generación de cash Flow
5. Red de Distribución y desglose de ventas
6. Sostenibilidad y gestión ESG: la estrategia Impacto Positivo
7. Otros hechos relevantes y hechos posteriores al cierre
8. Futuro e inversión
9. Adolfo Domínguez en Bolsa
10. Glosario
11. Contacto
12. Anexos

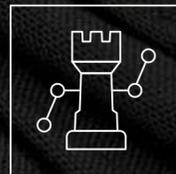
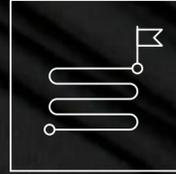
1

# 2023/24 de un vistazo



# 1 2023/24 de un vistazo

## I. Hitos de gestión



## Resultados 2023/24

- Las ventas superan nivel pre-Covid con 126,7M€ y crecen a dos dígitos sobre el ejercicio anterior, consolidando la tendencia de los últimos años.
- La facturación crece en todos los canales de distribución y en todos los mercados con presencia de la compañía.

## Gestión operativa

- La marca cuenta con 360 tiendas en 24 países y el 77% de las aperturas del ejercicio se producen fuera de España, con un canal *online* que crece más del 20%.
- Las ventas internacionales impulsan el crecimiento y el 60% de las tiendas se encuentran ya en el extranjero.

## Crecimiento rentable

- Aumento de dos dígitos y creciente desde margen bruto y EBITDA hasta resultado neto, que encadena dos ejercicios de beneficio neto.
- Ganancia en eficiencia medida, tanto en términos de ventas medias por punto de venta, como por margen de EBITDA y OPEX sobre ingresos.

## Gestión del capital y generación de cash flow

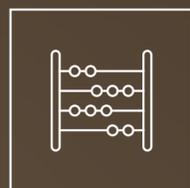
- La compañía tiene una alta capacidad de generación de efectivo, que destina al crecimiento del negocio y la inversión.

## Sostenibilidad

- Un 39% de las fibras de las colecciones es ya sostenible.
- Alianza con Pyratex para incorporar en las colecciones nuevas fibras sostenibles de producción local.

# 1 2023/24 de un vistazo

## II. Principales magnitudes financieras



CIFRA DE NEGOCIO

€126,7M

Var. 2022: **10,9%**



EBITDA

€17,4M

Var. 2022: **30,1%**



EBIT

€3,5M

Var. 2022: **16,8%**



RESULTADO NETO

€0,7M

Var. 2022: **3,6x**



DFN

€10,9M

Var. 2022: **19,4%**



DFN / EBITDA

0,63x

Var. 2022: **(0,04) p.**



DFN / PATRIMONIO NETO

0,58x

Var. 2022: **0,05 p.**



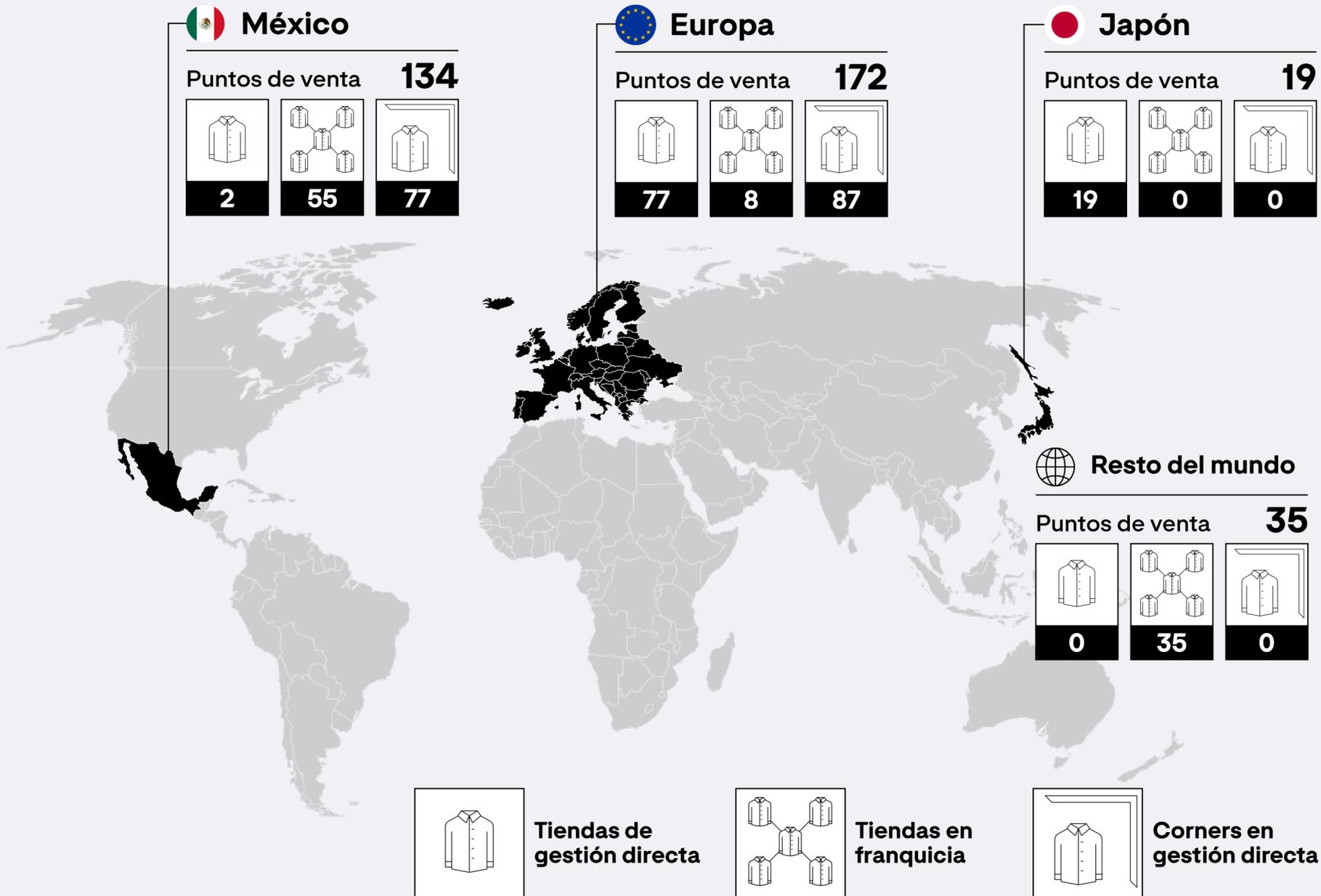
Capit. bursátil

€42M

\* Deuda Financiera Neta no incluye pasivo por arrendamiento; el EBITDA no incluye efecto por reversion de NIIF16.

# ① 2023/24 de un vistazo

## III. Mercados geográficos



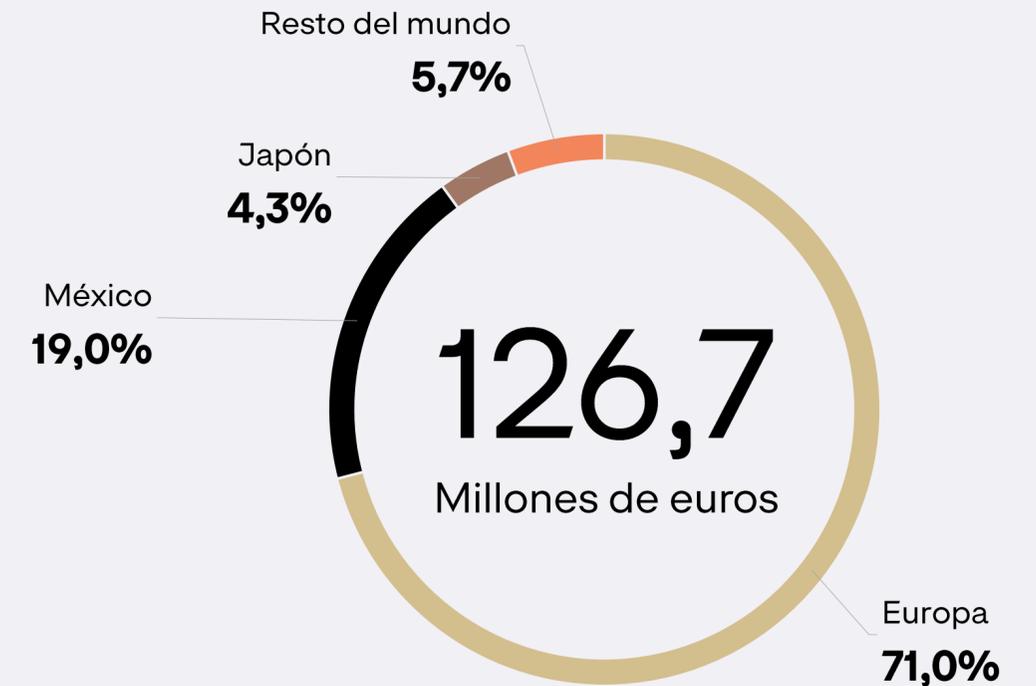
Total puntos de venta

360

Nuevas aperturas

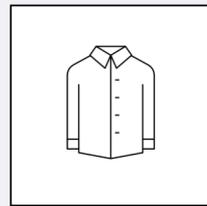
47

Distribución ingresos por mercados geográficos 2023/24

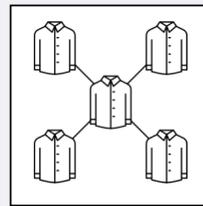


# ① 2023/24 de un vistazo

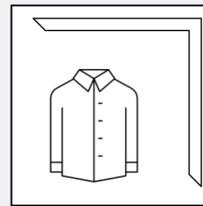
## IV. Red de Distribución



Tiendas de gestión directa



Tiendas en franquicia

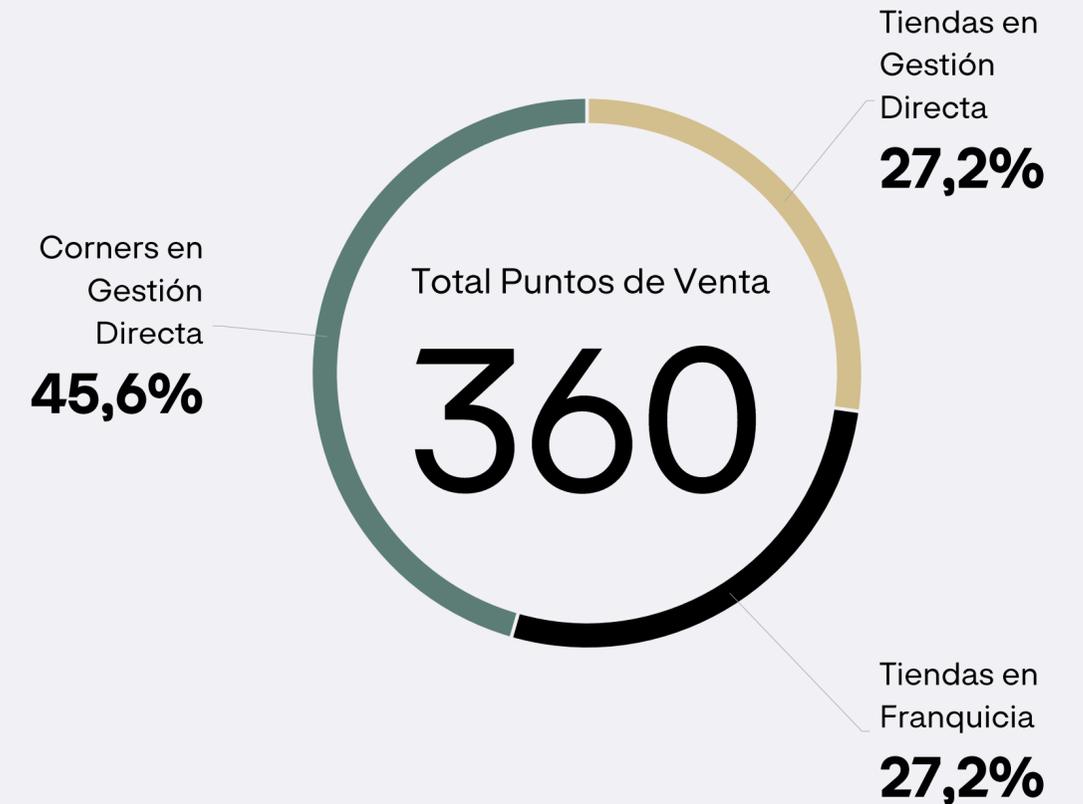


Corners en gestión directa

Total

	Tiendas de gestión directa	Tiendas en franquicia	Corners en gestión directa	Total
28/02 2020	95	123	172	<b>390</b>
29/02 2024	98	98	164	<b>360</b>
Var.	3	(25)	(8)	<b>(30)</b>

### % Distribución puntos de venta por categoría 29/02/2024



## ① 2023/24 de un vistazo

### V. Compromiso con la sostenibilidad

# Nuestra estrategia de impacto positivo



Porcentaje de prendas  
con características  
sostenibles

39%



Alianza con Pyratex para incorporar en las colecciones nuevas fibras sostenibles de producción local.



Mejoramos la sostenibilidad de todo nuestro packaging, alcanzamos entre el 90% y el 100% de cartón reciclado y 100% reciclable.



Reducimos en un 8% nuestro consumo eléctrico gracias a las medidas de eficiencia que estamos implementando.

2

# Cartas al Accionista



## ② Cartas al Accionista

### I. Carta de la Presidenta Ejecutiva

#### La atemporalidad de ser uno mismo

El mundo es cada vez más volátil. Año a año, surgen nuevas iniciativas que parece que van a cambiarlo todo. Lo más importante que ha ocurrido en los últimos tiempos es la llegada de la inteligencia artificial, una innovación de la que solo hemos visto la punta del iceberg y de la que nos queda mucho por entender.

En Adolfo Domínguez nos damos cuenta de que para no perder el norte, en este mundo cambiante, es importante enfocarte en tu diferencia.

Apostamos por la innovación, pero también creemos en no cambiar porque todo cambia. Creemos en el ancla de la atemporalidad. De lo que trasciende y nos hace humanos.

Transformarse nace de dos fuerzas antagónicas: por un lado, abrazar el cambio y por otro tener la fuerza de sostener tu posición. Por eso, este estado de información no financiera es un prisma que muestra cómo lo hemos hecho este año.

En Diseño, consolidamos el método Ágora, un sistema propio del lujo, en el que se empieza cada colección desde una página en blanco. Esto asegura un producto diferente en un mercado saturado.

En el ámbito de la sostenibilidad, seguimos creyendo en hacer las cosas mejor. Consolidamos el uso de fibras con características sostenibles. Nos aliamos con el Leather Working Group para crear complementos de piel responsable y sumamos fuerzas con la hiladora Pyratex para introducir más fibras sostenibles y locales en nuestra colección. Todo alineado con el Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En la gestión del talento, impulsamos dos nuevas iniciativas internas. Por un lado, está el Townhall, encuentro trimestral para compartir la marcha del negocio y hacer partícipes a los equipos de los planes de crecimiento. Por otro, está ConectADos, evento también trimestral en el cual tenemos conferencias para seguir aprendiendo, compartimos historias de transformación, y celebramos lo conseguido. Hoy somos 1.007 profesionales los que formamos parte de Adolfo Domínguez. Nosotras seguimos siendo mayoría. Representamos el 80% de la plantilla y el 63% del comité de dirección.

Queremos ser una empresa volcada hacia el cliente. Pensamos en la sociedad, y en cómo van cambiando nuestros hábitos de consumo. Por ello, estrenamos el

ecosistema ADN, un espacio interactivo que reúne servicios disruptivos. Desde proyectos más conocidos como la fidelización (ADN CLUB), a ser pioneros en el alquiler de ropa (ADN RENT), revolucionarios con inteligencia artificial y personal shopper (ADN BOX), y líderes en España en experiencias de venta interactiva (ADN LIVE).

Nos enfocamos en la creación de valor. Cerramos un nuevo año con resultado neto positivo y una facturación de 126,7 millones de euros, un 10,9% más que el año anterior.

Abrazamos el cambio, a la vez que permanecemos fieles a nuestra identidad de marca.

El eterno equilibrio.

La atemporalidad de ser uno mismo.

#### **Adriana Domínguez**

Presidenta Ejecutiva de Adolfo Domínguez



## ② Cartas al Accionista

### II. Carta del Consejero Delegado

#### Consolidarse y crecer

Hace dos años, en 2022, comenzábamos un camino apoyados en tres palancas clave para impulsarnos hacia el futuro: la expansión internacional, la entrada en nuevos canales de distribución y la construcción de nuevos pilares para desarrollar modelos de negocio alternativos. El ejercicio 2023/24, no solo ha constituido un importante avance en esta senda, con unos resultados que consolidan la trayectoria positiva que la compañía registró en el ejercicio anterior, sino que también abre nuevas oportunidades de crecimiento rentable.

En 2023/24, registramos tasas de crecimiento de doble dígito en todas las líneas de márgenes, sobre la base de una facturación de 126,7 millones de euros, un 11% más que el ejercicio anterior.

Además, nuestra actividad comercial nos ha permitido crecer en todos los mercados en los que

operamos, con una mayor diversificación de las fuentes de ingresos. En Europa, las ventas aumentaron un 8,8%, mientras que México y Japón lo hicieron en un 10,4% y un 12,7% respectivamente. Nuestra estrategia de internacionalización avanza. Contamos ya con el 60% de nuestra red de distribución fuera de España. Un aspecto clave de esta expansión es crecer de la mano de partners de referencia en el mercado como lo son Chalhoub Group, Galeries Lafayette o Palacio de Hierro, por nombrar solo algunos de ellos. Durante el ejercicio, hemos abierto nuevas tiendas España, Francia, Portugal, México, Japón y otros mercados internacionales. A final de ejercicio contamos un total de 360 puntos de venta en 24 países.

El e-commerce, tan importante en nuestra estrategia omnicanal, creció un 21,9% y sigue aumentando su participación en las ventas totales.

Por su parte, el margen bruto se situó en el 59% con un aumento del 15% respecto al ejercicio anterior. Esa mejora, así como la contención de gastos ha permitida

una generación de EBITDA superior a los 17 millones de euros, un 30% más que en 2022/23, lo que demuestra que las medidas que venimos adoptando hacia el crecimiento rentable como, por ejemplo, el redimensionamiento de nuestra red de distribución, están dando resultados muy positivos. En los últimos cuatro años, hemos aumentado la facturación en casi 12 millones de euros con 30 tiendas menos respecto a la red de la que disponíamos en febrero de 2020.

Este ejercicio ha sido también un periodo para continuar asentando las bases de nuestro crecimiento futuro a través de la innovación y la transformación digital de la organización.

Reforzamos nuestra inversión para la optimización y digitalización de procesos, y la puesta en marcha de nuevas plataformas centradas en el cliente como las que sustentan el Ecosistema ADN, nuestro hub de servicios personalizados.

Todo este esfuerzo de innovación, de mejora de las operaciones y de

transformación de la organización que venimos acometiendo desde hace unos años se ejecuta desde la fortaleza de nuestro balance. La aplicación de criterios de prudencia y rigor en la gestión de los recursos mantiene a Adolfo Domínguez en una posición financiera sólida con un más que asumible nivel de deuda financiera neta, algo superior a 11 millones de euros, que apenas supone 0,6 veces el EBITDA de la compañía. Esta estructura de capital nos da la capacidad para seguir aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento rentable.

Somos conscientes que alcanzar nuestros objetivos implica afrontar nuevos desafíos, especialmente en un sector altamente competitivo como es la moda. Estamos seguros de que nuestra propuesta de valor, con la calidad, durabilidad y sostenibilidad en el centro como atributos diferenciales de nuestras prendas, refuerza nuestra marca y posición.

En este contexto, tampoco podemos olvidar la competencia por el capital. Hoy más compleja en los mercados de capitales con tipos de interés en niveles que no

veíamos en mucho tiempo, y con un gran abanico de alternativas de inversión, también en nuestro sector. Por eso, trabajamos en el impulso de nuestra política de Relaciones con Inversores para facilitar el conocimiento de los resultados de nuestra gestión, así como de los planes de futuro de una manera sistemática, transparente, sencilla y con rigor que deseamos contribuya a la creación de valor. Tenemos la responsabilidad de acercar más y mejor la propuesta de valor de Adolfo Domínguez, no solo a nuestros clientes, sino también a nuestros accionistas e inversores potenciales, institucionales y minoristas.

Adolfo Domínguez no sería posible sin las personas que la forman y apoyan a diario. A todos nuestros equipos, gracias por vuestra dedicación y compromiso. A nuestros clientes, proveedores y accionistas, gracias por vuestra confianza.

#### Antonio Puente

Consejero Delegado de Adolfo Domínguez



3

# Adolfo Domínguez: perfil de compañía y modelo de negocio



## ③ Adolfo Domínguez: perfil de compañía y modelo de negocio

Adolfo Domínguez S.A. es una firma de moda de autor fundada en España en los años 70 por el diseñador homónimo. Nace con el objetivo de ofrecer moda de autor a un precio cómodo, con esencia y sonido propio.

Su actividad se centra en el diseño y venta de ropa y accesorios prêt-à-porter para mujeres y hombres. Además, distribuye perfumes y eyewear bajo licencia. El grupo opera con un modelo combinado de tiendas físicas propias, franquicias y venta *online* gestionada desde sus servicios centrales, ubicados en Galicia (Ourense).

La marca cuenta en la actualidad con 360 puntos de venta en 24 países y una facturación anual de 126,7 millones de euros. Adolfo Domínguez emplea a 1.007 profesionales, el 80% de ellos son mujeres.



### Misión

Ofrecer moda de autor a un precio cómodo.

### Visión

Ser una empresa líder en el mundo de la moda de autor, cuya marca garantice productos con sonido propio.

### Valores

Amabilidad.  
Credibilidad.  
Excelencia.

## ③ Adolfo Domínguez: perfil de compañía y modelo de negocio

# Moda de autor de doble impacto

---

Adolfo Domínguez diseña moda de autor de doble impacto por su **ética** y **estética**.

El Ágora es el punto de inicio de todas las colecciones de la marca. El equipo de creativos de la firma se une al comienzo de la temporada para declinar un único concepto, que se verá reflejado en todas las prendas y complementos.

La compañía viaja decidida hacia una forma de vestir más respetuosa con el planeta, basándose en la calidad y durabilidad de sus prendas e introduciendo materias cada vez más responsables.

La firma organiza sus procesos y planifica su modelo de negocio de manera eficiente y sostenible y siguiendo los principios del common framework for purchasing practices. El grupo optimiza sus procesos de producción y logística gracias a la madura relación con sus proveedores y la experiencia y profesionalidad de sus equipos.

La creatividad, innovación, compenetración y adaptabilidad al cambio caracterizan a los profesionales de la compañía. Todos los equipos profesionales que hacen posible el ciclo del producto, desde los diseñadores hasta los equipos de gestión, logística o comunicación y ventas, trabajan con una máxima: la orientación a resultados respetando la naturaleza y la sociedad.

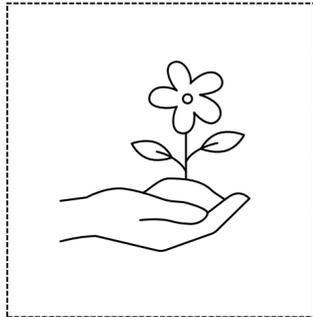


## 3 Adolfo Domínguez: perfil de compañía y modelo de negocio



La estrategia de la compañía se sostiene en 3 pilares:

### COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD



La compañía trabaja desde el ejercicio 2020 bajo unas directrices marcadas por su Plan de Impacto Positivo (PIP). Este plan, transversal para crear valor económico, social y medio ambiental, se centra en la mejora continua de los procesos dentro de la organización para colaborar con el desarrollo sostenible, mitigar los efectos del cambio climático y de otros impactos medioambientales y sociales. Su objetivo es contribuir a satisfacer el bienestar de todos nuestros grupos de interés.

#### Logística y distribución

La eficiencia en la gestión de la logística es clave para optimizar nuestros procesos de almacenamiento y distribución a nuestros almacenes y tiendas de todo el mundo. Concentramos en un solo centro logístico la gestión de nuestros pedidos *online*, lo que permite optimizar los procesos y reducir el tiempo de ejecución. En él, además, se sigue una política de reaprovechamiento y reciclaje que favorece la reducción de residuos.

#### Diseño

El método Ágora transforma el concepto de cada colección en prendas y complementos. En ella, los diseñadores asumen el primer compromiso con la sostenibilidad de nuestra cadena de valor, seleccionando los materiales más respetuosos y diseñando para maximizar la vida de cada producto. La durabilidad y atemporalidad son nuestro foco.

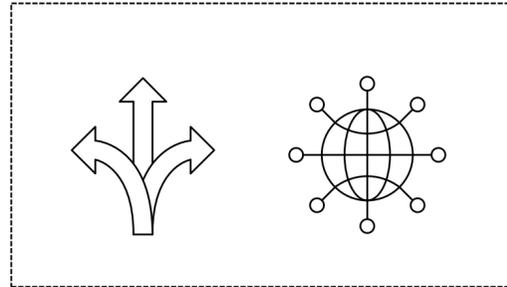
#### Tiendas y comercio *online*

Promovemos el respeto al medio ambiente a través de nuestras tiendas y en la gestión de nuestros pedidos *online*.

#### Producción y aprovisionamiento

La fabricación y aprovisionamiento se realiza desde una gestión socialmente responsable de nuestra cadena de suministro. Así aseguramos unas condiciones de trabajo dignas para todos los profesionales y los procesos más respetuosos con el medioambiente, tanto en lo referente a la gestión de las fibras naturales como para impulsar el bienestar animal.

### OMNISCANALIDAD Y SERVITIZACIÓN



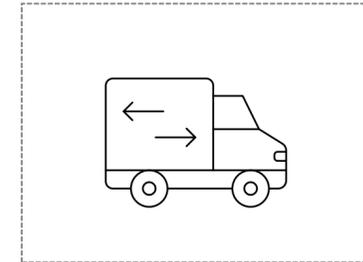
Adolfo Domínguez es una marca comprometida con la satisfacción de sus clientes y con ofrecer el mejor diseño y calidad en sus prendas. La marca llega a sus clientes a través de distintos canales de distribución: tiendas propias, franquicias, tiendas outlet, tiendas multidepartamentales y comercio *online*.

La apuesta por la innovación, la tecnología y la satisfacción al cliente se ha convertido en el eje central para transmitir los valores de marca, cada vez más comprometidos por la sostenibilidad y la excelencia en el servicio.

Diseñamos y creamos prendas atemporales y ponemos en marcha servicios alternativos a la compra desmedida, como a través de nuestro servicio de alquiler ADN RENT lo que nos permite desmaterializar nuestro modelo de negocio.

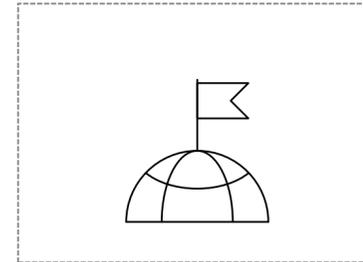
### TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Adolfo Domínguez apuesta por una transformación digital integral, con impacto en todos sus procesos de negocio. Algunas de las iniciativas llevadas a cabo durante el ejercicio 2023 son las siguientes:



#### Producto y Cadena de Suministro

- Integración con carriers logísticos.
- Continuidad de la implementación del sistema RFID en el almacén logístico de Ourense.
- Actualización de sistemas informáticos en almacén.



#### Comercial

- Implementación de una nueva solución para la venta B2B a nuestros franquiciados internacionales.
- Continuidad de la implementación de ADN CLUB, nuestro club de fidelización, e implementación del nuevo ecosistema de servicios digitales.



#### Organización

- Continuidad de la implementación del portal del empleado.
- Continuidad de la implementación de la solución Business Analytics basada en Microstrategy.
- Continuidad del plan de migración de entornos legacy hacia nuevos sistemas.
- Continuidad del despliegue de la herramienta *online* de control horario.

---

4

---

# Resultados consolidados en 2023/24



## ④ Resultados consolidados en 2023/24

### I. Resultados económico-financieros

El ejercicio 2023/24 ha supuesto para Adolfo Domínguez un ejercicio de consolidación de tendencias positivas registradas en diferentes ámbitos de la gestión durante los dos últimos años en un entorno de crecimiento rentable de su actividad en los diferentes mercados en que está presente.

Así, las ventas consolidadas ascendieron a 126,7 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 10,9% respecto al ejercicio anterior. La compañía deja atrás la época pre-covid, con una facturación que supera en 11,8 millones de euros la del ejercicio 2019/20. En términos de ventas comparables<sup>1</sup>, los ingresos del ejercicio crecen un 6,6%, y aumentan en todos los mercados principales de la marca, con crecimientos del 4,5% en Europa, el mercado más maduro y con mayor volumen; del 15,6% en México, y del 3,6% en Japón. Las ventas comparables muestran el sólido crecimiento orgánico del negocio, apoyado en la propuesta de valor diferencial de moda de autor de Adolfo Domínguez.

La moda es un sector con una alta estacionalidad debido a los aumentos de consumo en momentos clave del año y periodos promocionales, que como se puede observar en los gráficos coinciden con el segundo y cuarto trimestre de cada ejercicio. No obstante, la compañía ha continuado creciendo en todos los trimestres durante los últimos cuatro ejercicios, y en 2023/24 ya supera los niveles de facturación en cada uno de los trimestres respecto a los del ejercicio 2019/20 apoyada en una red de tiendas optimizada y mejor ubicada con 30 puntos de venta menos respecto a la red de distribución que disponía a finales de febrero de 2020.

A nivel de crecimiento rentable, el margen bruto se sitúa en 74,7 millones de euros y representa un 59% de la cifra de ventas: 9,8 millones de euros y 2,2 puntos porcentuales más que en el ejercicio 2022/23. El crecimiento del margen se debe, entre otros factores, a la mejora de la gestión del calendario promocional, así como al incremento de productos full price de continuidad. Adicionalmente, el efecto de tipo de cambio, favorable en 2023, y desfavorable en 2022, explica parcialmente la mejora.

Por su parte, el total de gastos e ingresos operativos se sitúa en 57,3 millones de euros, lo que supone un 45% de las ventas netas. El ratio de gastos sobre ventas se mantiene estable respecto al año anterior. A nivel de la gestión del talento, mejoramos la eficiencia de los gastos de personal, que representan un 27,4% de las ventas frente al 28,8% del ejercicio anterior. Los gastos de explotación crecen debido al aumento de la actividad del negocio y de los proyectos relacionados con la consolidación y proyección de la marca, el desarrollo del plan de transformación digital de la compañía y de su plan de aperturas.

Cifras expresadas en miles de euros

Cuenta de resultados consolidada	2023/ 24	2022/ 23	% Var.
<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>126.669,99</b>	<b>114.179,63</b>	<b>10,9</b>
Aprovisionamientos	(51.996,43)	(49.291,51)	5,5
<b>Margen Bruto</b>	<b>74.673,56</b>	<b>64.888,12</b>	<b>15,1</b>
Otros ingresos de explotación	2.963,79	3.573,41	(17,1)
Gastos de personal	(34.706,41)	(33.004,58)	5,2
Otros gastos de explotación	(25.550,52)	(22.094,64)	15,6
<b>EBITDA</b>	<b>17.380,42</b>	<b>13.362,30</b>	<b>30,1</b>
Amortización del inmovilizado	(13.861,81)	(10.899,13)	27,2
Deterioro y resultado por enajenaciones de inmovilizado	(61,30)	497,13	c.s.
Otros resultados			--
<b>Resultado de Explotación (EBIT)</b>	<b>3.457,31</b>	<b>2.960,30</b>	<b>16,8</b>
Ingresos Financieros	147,17	276,10	(46,7)
Gastos financieros	(1.072,62)	(834,12)	28,6
Gastos financieros arrendamiento	(789,36)	(693,33)	13,9
Diferencias negativas de cambio, neto	(772,92)	(439,59)	75,8
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros y variación valor razonable instr. Financieros	(0,21)		--
<b>Resultado financiero</b>	<b>(2.487,94)</b>	<b>(1.690,93)</b>	<b>47,1</b>
Resultado antes de impuestos	969,37	1.269,37	(23,6)
Impuesto sobre beneficios	(239,19)	(1.110,71)	(78,5)
<b>Resultado Neto</b>	<b>730,18</b>	<b>158,66</b>	<b>n.s.</b>

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

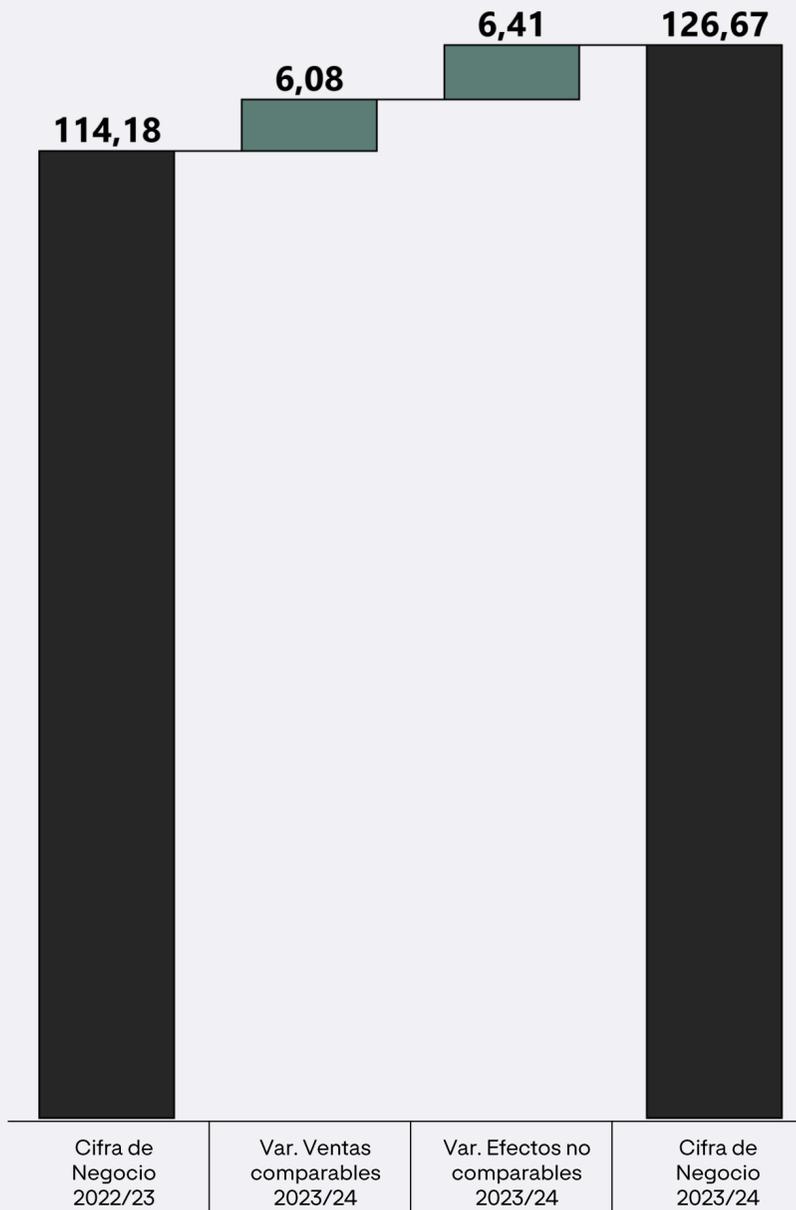
1. Definición de ventas comparables incluida en el glosario.

# 4 Resultados consolidados en 2023/24

## I. Resultados económico-financieros

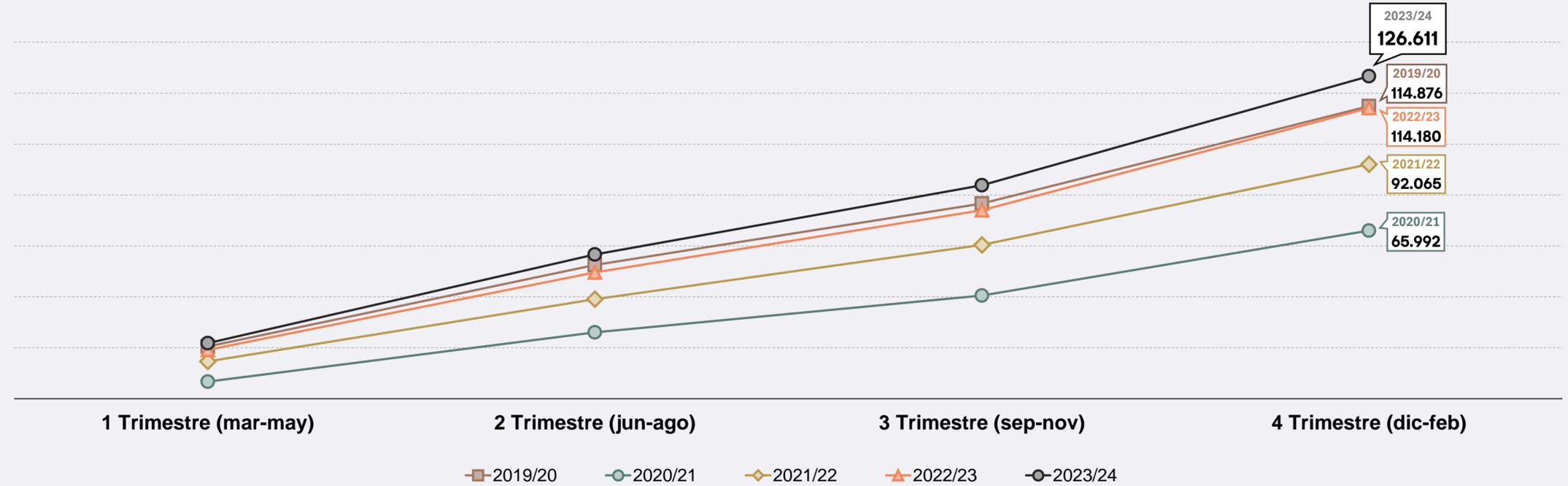
### Evolución de ingresos 2023/24

Cifras expresadas en millones de euros



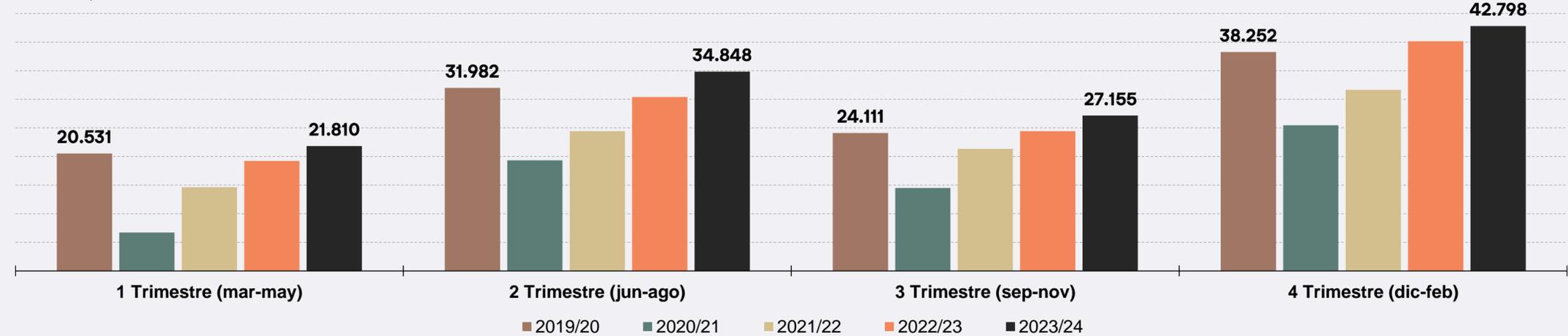
### Evolución de ventas trimestrales acumuladas 2019/20-2023/24

Cifras expresadas en miles de euros



### Evolución de ventas trimestrales 2019/20-2023/24

Cifras expresadas en miles de euros



## 4 Resultados consolidados en 2023/24

### I. Resultados económico-financieros

En términos de EBITDA, esta medida alternativa de rendimiento registró un notable crecimiento del 13,7%, casi tres p.p. por encima del crecimiento de ventas, hasta situarse en 17,4 millones de euros y con un aumento de 1,8 p.p de su peso sobre la venta neta. La mejoría del EBITDA se explica por el aumento de las ventas, la del margen bruto y la gestión de los gastos operativos.

Una vez deducidas las amortizaciones el resultado de explotación (EBIT) se sitúa en 3,5 millones de euros, un 16,8% más que en el ejercicio 2022/23.

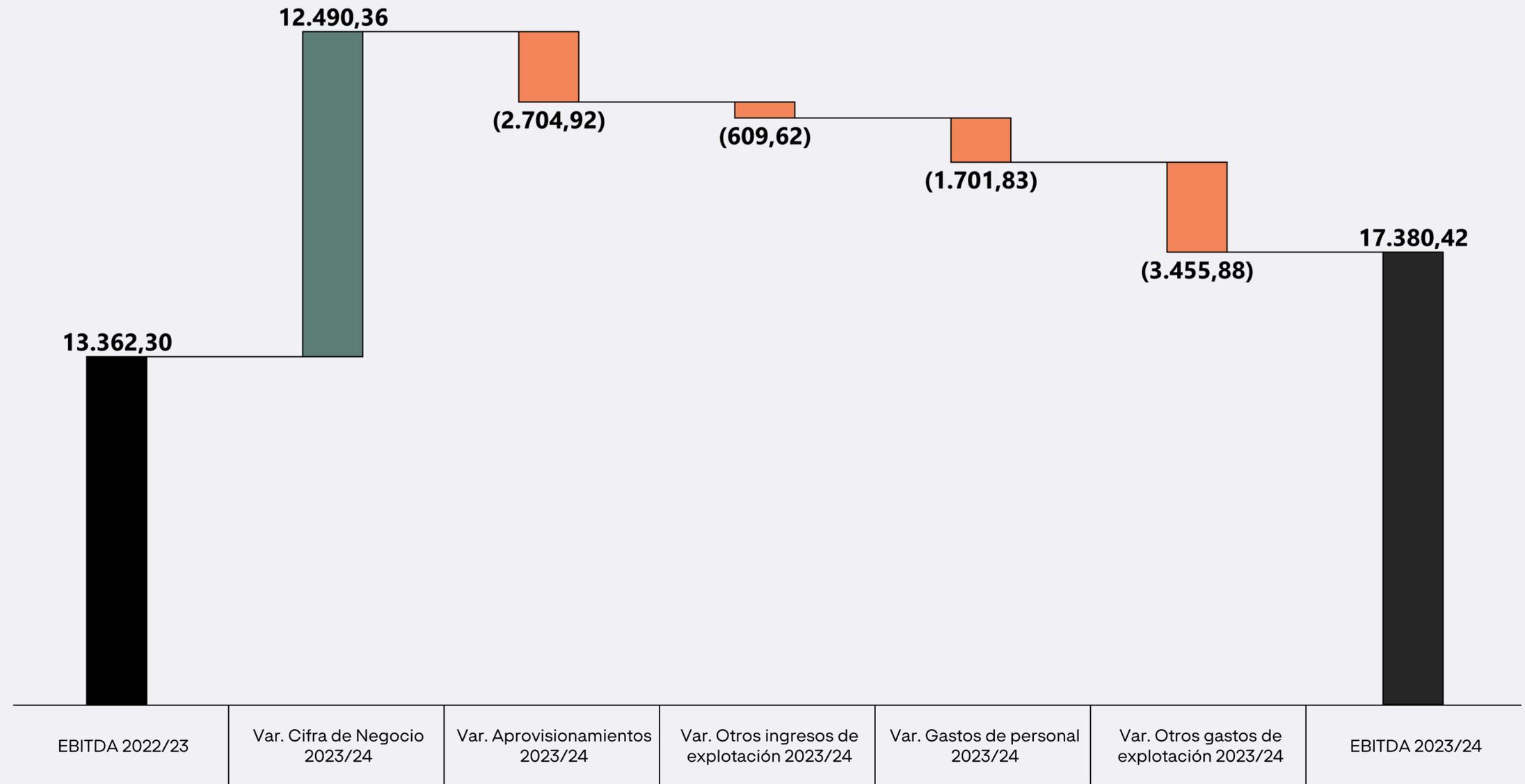
Esta métrica aumenta principalmente debido al esfuerzo continuado de la marca por situarse en localizaciones *premium* en un contexto de alquileres más altos, marcados por la subida del índice de precios del consumo; así como a la desaparición de las bonificaciones post-Covid, algunas de las cuales permanecían activas en 2022/23.

En cuanto al resultado financiero se sitúa en 2,5 millones de euros, como consecuencia del aumento del uso del circulante para financiar el crecimiento de la línea de ventas en un entorno marcado por la subida de los tipos de interés y su consecuente impacto en el Euribor.

Por último, la buena evolución de la facturación, la mejora del margen bruto sobre las ventas y las eficiencias en la gestión de los gastos de explotación generan un resultado neto positivo de 0,7 millones de euros. La compañía suma dos ejercicios consecutivos con resultado neto positivo y consolida así su recuperación y vuelta a la senda de la rentabilidad.

#### Evolución de EBITDA 2023/24

Cifras expresadas en miles de euros

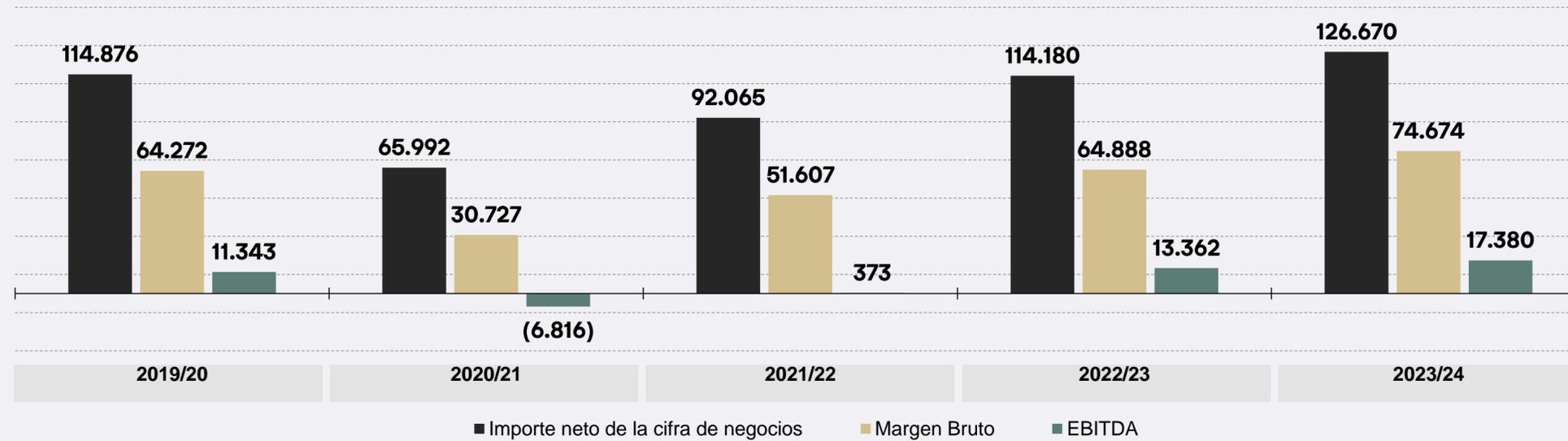


## ④ Resultados consolidados en 2023/24

### II. Balance y financiación

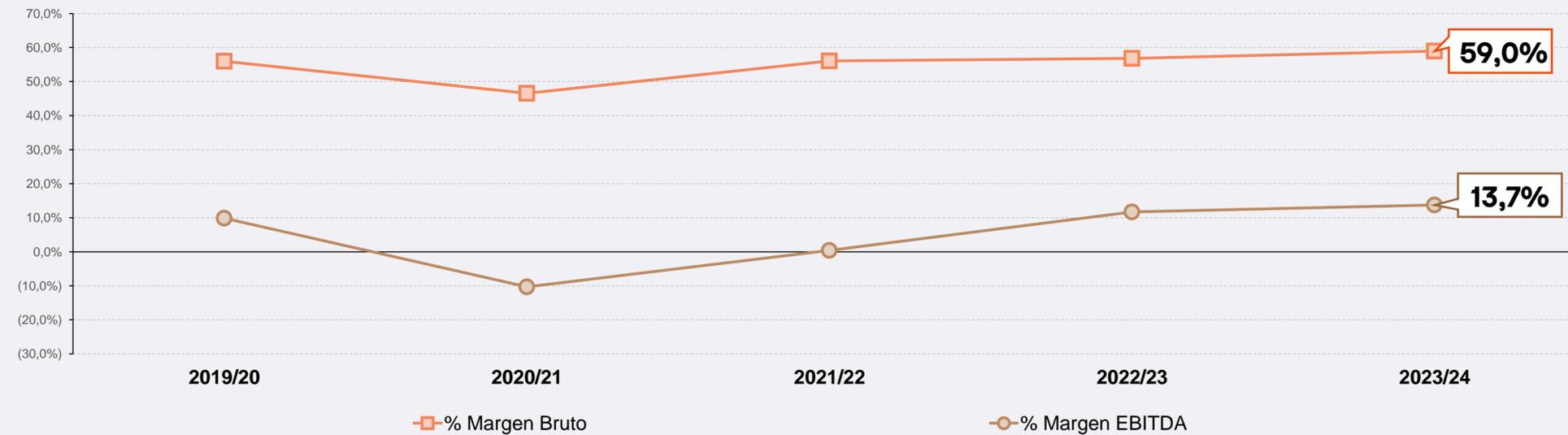
#### Evolución Ingresos vs Margen Bruto vs EBITDA vs Resultado Neto periodo ejercicios 2019/20 a 2023/24

Cifras expresadas en miles de euros



#### Evolución % margen bruto y margen EBITDA ejercicios 2019/20 a 2023/24

Cifras expresadas en %



#### Resultado Neto periodo ejercicios 2019/20 a 2023/24

Cifras expresadas en miles de euros



## ④ Resultados consolidados en 2023/24

### II. Balance y financiación

El balance de la compañía refleja una estabilidad y solidez financiera marcada principalmente por el bajo nivel de endeudamiento financiero.

Debido a la crisis del Covid, la compañía solicitó en el 2020 unos préstamos a largo plazo avalados por el ICO por importe de 15,5 millones de euros. Desde entonces, la compañía ha ido cumpliendo con el calendario de amortización anual de manera que a la fecha del ejercicio 2023/24 importe pendiente asciende a 9,3 millones de euros.

Desde el punto de vista de la estructura de capital, el saldo de deuda financiera neta asciende a 11 millones de euros, lo que apenas representa un 11% de la base de activos y un 58% del patrimonio neto. Además, la evolución positiva del EBITDA, señalada en el apartado anterior, sitúa el ratio de deuda financiera neta sobre EBITDA a finales de febrero de 2024 en 0,6x, lo que significa un elevado nivel de cobertura de deuda mediante la generación interna de recursos operativos.

#### Balance consolidado 2023/24

Cifras expresadas en miles de euros

Activo	29/02/2024	28/02/2023	% Var.
<b>Activo no corriente</b>	<b>70.945,56</b>	<b>52.085,79</b>	<b>36,21</b>
Derechos de uso	37.092,93	29.454,63	25,9
Inmovilizado intangible	4.121,67	4.075,09	1,1
Inmovilizado material	8.961,06	9.337,10	(4,0)
Inmuebles de inversión	3.267,25	1.929,71	69,3
Inversiones financieras a largo plazo	4.787,14	4.587,58	4,4
Activos por impuesto diferido	12.588,91	2.526,33	n.s.
Otros activos no corrientes	126,60	175,35	(27,8)
<b>Activo corriente</b>	<b>41.627,35</b>	<b>44.735,81</b>	<b>(6,9)</b>
Existencias	25.913,50	26.113,60	(0,8)
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	8.297,64	8.209,68	1,1
Inversiones financieras a corto plazo	218,19	141,04	54,7
Administraciones públicas	1.675,18	90,97	n.s.
Otros activos corrientes	1.183,38	1.043,89	13,4
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	4.339,46	9.136,64	(52,5)
<b>Total activo</b>	<b>112.572,91</b>	<b>96.821,60</b>	<b>16,3</b>

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

Cifras expresadas en miles de euros

Pasivo	29/02/2024	28/02/2023	% Var.
<b>Patrimonio neto total</b>	<b>18.675,83</b>	<b>17.211,02</b>	<b>8,5</b>
<b>Pasivo no corriente</b>	<b>44.564,17</b>	<b>32.927,96</b>	<b>35,3</b>
Provisiones	105,11	753,17	(86,0)
Deudas con entidades de crédito	4.714,37	8.624,94	(45,3)
Otros pasivos financieros	158,36	87,44	81,1
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	29.815,29	22.937,13	30,0
Ingresos diferidos	237,96	284,46	(16,3)
Pasivos por impuesto diferido	9.533,08	240,82	n.s.
<b>Pasivo corriente</b>	<b>49.332,92</b>	<b>46.682,62</b>	<b>5,7</b>
Provisiones a corto plazo	34,05	39,73	(14,3)
Deudas con entidades de crédito	10.541,81	9.442,49	11,6
Otros pasivos financieros corrientes	9,39	128,35	(92,7)
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	10.400,21	9.721,41	7,0
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	24.444,28	23.714,75	3,1
Administraciones Públicas	3.903,18	3.635,90	7,4
<b>Total pasivo</b>	<b>112.572,92</b>	<b>96.821,60</b>	<b>16,3</b>

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

## ④ Resultados consolidados en 2023/24

### II. Balance y financiación

Cifras expresadas en miles de euros

Medidas alternativas de rendimiento	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24
Importe neto de la cifra de negocios	114.876,18	65.992,16	92.065,28	114.179,63	<b>126.669,99</b>
Margen Bruto	64.272,37	30.726,54	51.606,88	64.888,12	<b>74.673,56</b>
OPEX	(52.929,38)	(37.542,43)	(51.233,94)	(55.099,22)	<b>(60.256,93)</b>
EBITDA	11.342,99	(6.815,89)	372,94	13.362,30	<b>17.380,42</b>
EBIT	951,91	(17.571,37)	(8.629,79)	2.960,30	<b>3.457,31</b>
Resultado Neto	(8.318,53)	(19.344,49)	(9.267,69)	158,66	<b>730,18</b>
Deuda financiera bruta total	982,16	15.984,81	17.524,63	18.283,21	<b>15.256,18</b>
Caja y equivalentes	9.924,74	16.353,78	15.144,99	9.136,64	<b>4.339,46</b>
Deuda Financiera Neta <sup>1</sup>	(8.942,58)	(368,97)	2.379,64	9.146,57	<b>10.916,72</b>
Activo Total	100.130,46	91.208,57	85.626,55	96.821,60	<b>112.572,91</b>
Recursos Propios	45.135,20	25.010,71	15.524,24	17.211,02	<b>18.675,83</b>
Deuda Financiera Neta/EBITDA <sup>2</sup>	(0,79)	0,05	6,38	0,68	<b>0,63</b>
Deuda Financiera Neta/Recursos Propios	(0,20)	(0,01)	0,15	0,53	<b>0,58</b>
<b>Deuda Financiera Neta/Total Activos</b>	<b>(0,09)</b>	<b>(0,00)</b>	<b>0,03</b>	<b>0,10</b>	<b>0,11</b>

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24
% Margen Bruto	55,9%	46,6%	56,1%	56,8%	<b>59,0%</b>
% Margen EBITDA	9,9%	(10,3%)	0,4%	11,7%	<b>13,7%</b>
% Margen EBIT	0,8%	(26,6%)	(9,4%)	2,6%	<b>2,7%</b>

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

Cifras expresadas en miles de euros

Posición Financiera Neta	29/02/2024	28/02/2023	% Var.
Activos financieros	1.045,00	953,00	9,7
Efectivo y otros equivalentes	4.339,00	9.137,00	(52,5)
<b>Total activos financieros</b>	<b>5.384,00</b>	<b>10.090,00</b>	<b>(46,6)</b>
Deudas con entidades de crédito	(15.256,00)	(18.067,00)	(15,6)
Otros pasivos financieros		(128,00)	(100,0)
<b>Total pasivos financieros</b>	<b>(15.256,00)</b>	<b>(18.195,00)</b>	<b>(16,2)</b>
<b>Posición Financiera Neta</b>	<b>(9.872,00)</b>	<b>(8.105,00)</b>	<b>21,8</b>

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

Cifras expresadas en miles de euros

Cálculo Deuda Financiera Neta	29/02/2024	28/02/2023	% Var.
Deudas con entidades de crédito a largo plazo	4.714	8.625	(45)
Otros pasivos financieros a largo plazo	--	87	--
Otros pasivos financieros a largo plazo-fianzas	--	--	--
Deudas con entidades de crédito a corto plazo	10.542	9.571	10
Deuda Financiera Bruta total	15.256	18.283	(17)
Efectivo y otros equivalentes de efectivo	4.339	9.137	--
Deuda Financiera Neta	10.917	9.147	19

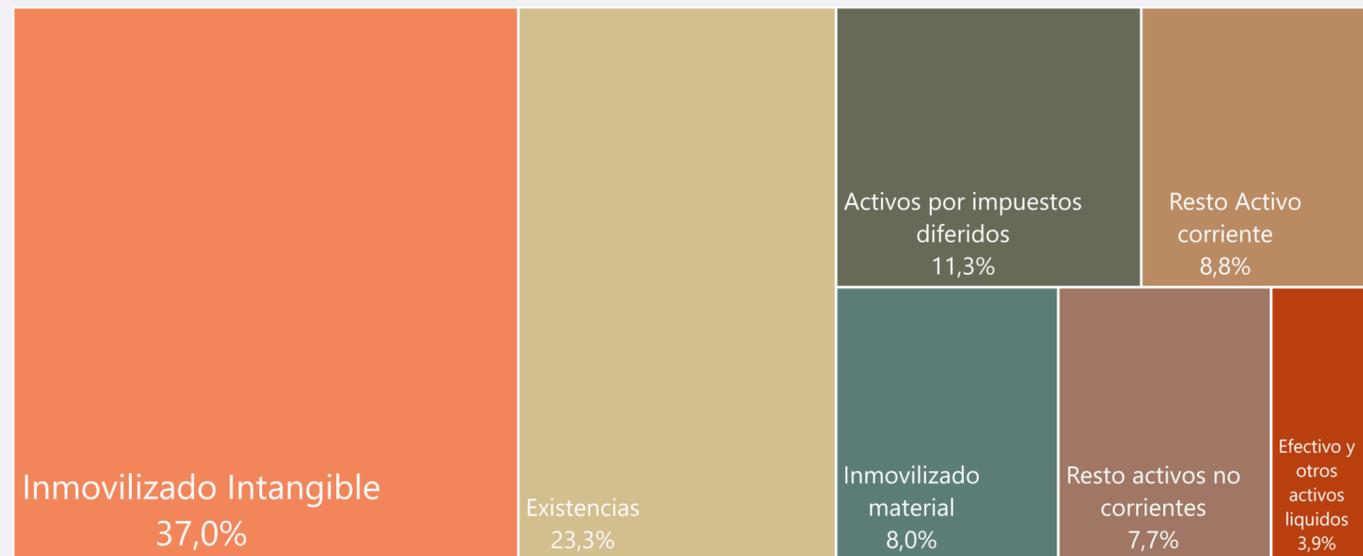
Ejercicios fiscales finalizados en febrero

1. Deuda Financiera Neta no incluye pasivo por arrendamiento. 2. El EBITDA no incluye efecto por reversion de NIIF16.

## ④ Resultados consolidados en 2023/24

### II. Balance y financiación

#### Activo

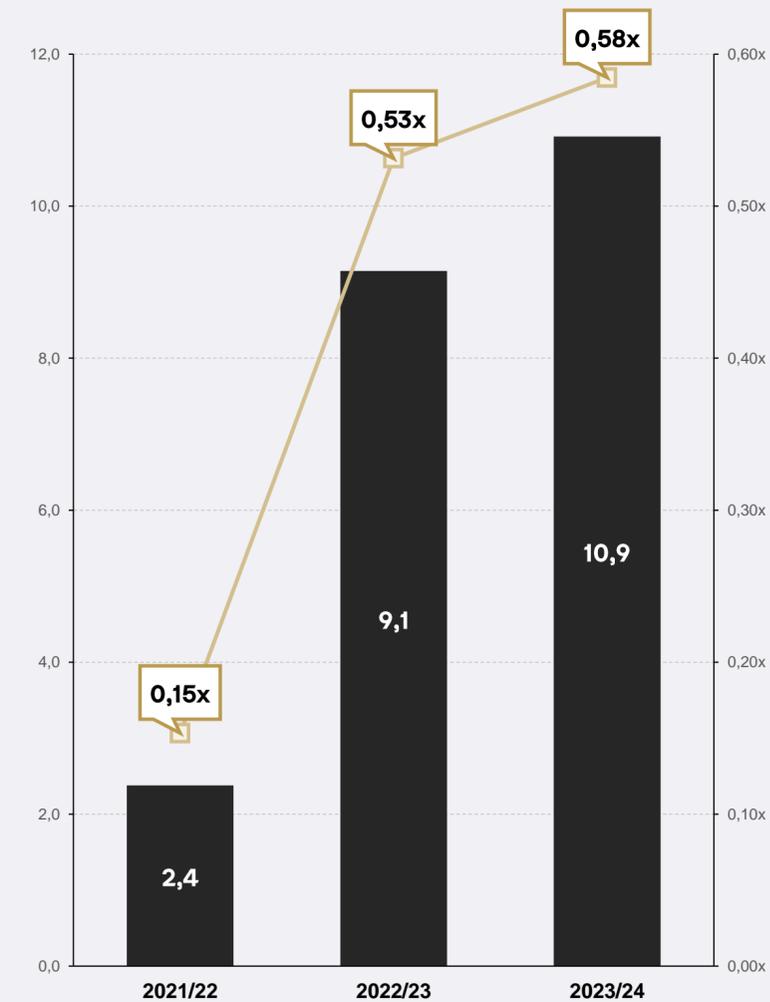


#### Pasivo



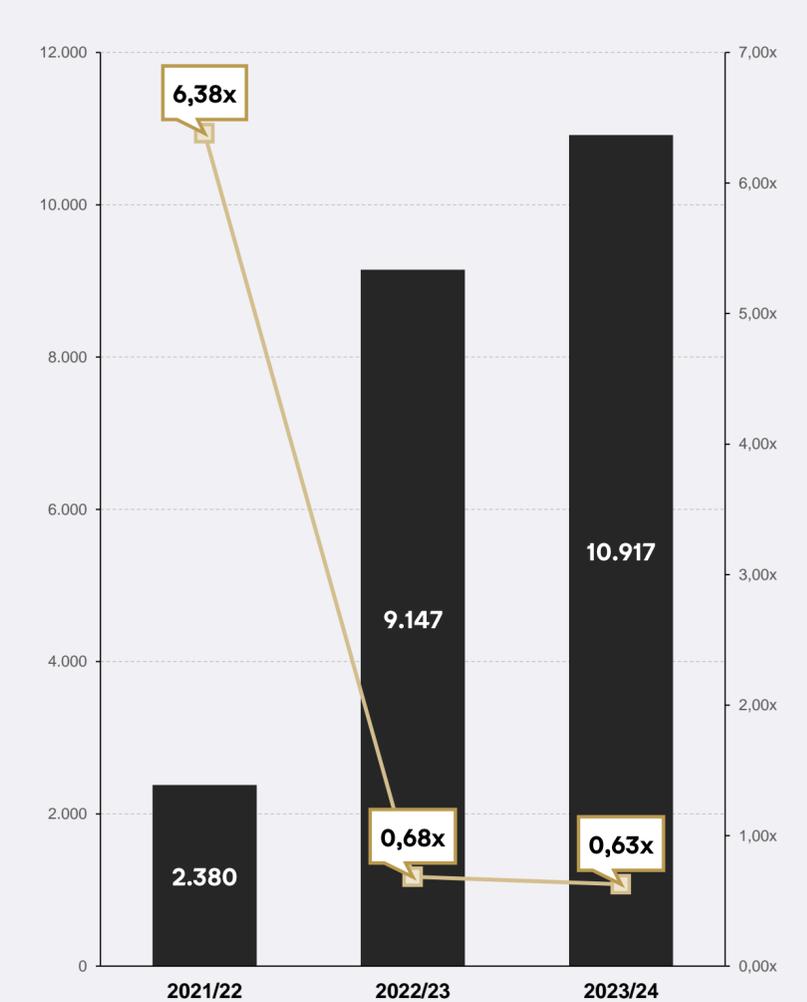
#### Evolución Deuda Financiera Neta vs Deuda Financiera Neta/Recursos Propios

Cifras expresadas en millones de euros



#### Evolución Deuda Financiera Neta vs Deuda Financiera Neta/EBITDA

Cifras expresadas en miles de euros



1. Deuda Financiera Neta no incluye pasivo por arrendamiento. 2. El EBITDA no incluye efecto por reversion de NIIF16.

## 4 Resultados consolidados en 2023/24

### III. Generación de Cash Flow

La generación del Cash Flow por parte de la compañía es una de sus principales ventajas

La mayoría de los cobros de la compañía son al contado y el saldo de deudores de balance se concentra en canales como *department stores* o franquicias, cuyo periodo de cobro no excede de 60 días. En efecto, la compañía por su naturaleza tiene una alta capacidad de generación de efectivo, que actualmente destina al crecimiento del negocio y a la inversión.

La inversión se focaliza, fundamentalmente, en el reposicionamiento de su red de tiendas a ubicaciones *premium*, la renovación de la imagen de sus establecimientos, digitalización y mejora de procesos. En el ejercicio 2023/24, se ha hecho un esfuerzo adicional de posicionamiento de marca y mejora de experiencia de cliente con el lanzamiento, entre otras iniciativas, del Ecosistema ADN.

El crecimiento del negocio lleva asociado un crecimiento del gasto de aprovisionamiento y de arrendamientos, que, si bien se ve reflejado en el consumo de tesorería, supone también una generación de efectivo por el aumento de ventas y por el reconocimiento de estas mejoras por parte del cliente y del mercado.

Cifras expresadas en miles de euros

Estado de Flujos de Efectivo consolidado	2023/ 24	2022/ 23	% Var.
<b>Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos</b>	<b>969,37</b>	<b>1.269,37</b>	<b>(23,6)</b>
<b>Ajustes del resultado consolidado</b>	<b>16.723,49</b>	<b>10.770,84</b>	<b>55,3</b>
Amortización del Inmovilizado	13.861,81	10.899,13	27,2
Correcciones valorativas por deterioro	468,34	(974,17)	c.s.
Resultado por bajas y enajenaciones del inmovilizado	66,04	(497,13)	c.s.
Resultado por bajas y enajenaciones de instr. financieros			--
Variación de valor razonable en instrumentos financieros			--
Ingresos financieros	(147,17)	(276,10)	(46,7)
Gastos financieros	1.861,98	1.527,45	21,9
Diferencias de cambio	740,02	89,35	n.s.
Otros ingresos y gastos	(127,53)	2,31	c.s.
<b>Cambios en el capital corriente</b>	<b>(233,03)</b>	<b>(3.145,75)</b>	<b>(92,6)</b>
Existencias	8,28	(5.736,52)	c.s.
Deudores y otras cuentas a cobrar	130,46	(1.559,88)	c.s.
Otros activos corrientes	(153,86)	(177,76)	(13,4)
Acreedores y otras cuentas a pagar	566,72	4.317,43	(86,9)
Otros pasivos corrientes		6,94	--
Otros activos y pasivos no corrientes	(784,63)	4,04	c.s.
<b>Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación</b>	<b>(3.065,19)</b>	<b>(781,93)</b>	<b>n.s.</b>
Pagos de intereses	(1.072,62)	(819,11)	31,0
Cobros de intereses	147,17	276,10	(46,7)
Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios	(2.139,74)	(238,93)	n.s.
<b>Total Flujos de efectivo de las actividades de explotación</b>	<b>14.394,64</b>	<b>8.112,52</b>	<b>77,4</b>

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

Cifras expresadas en miles de euros

Flujos de efectivo de las actividades de inversión	2023/ 24	2022/ 23	% Var.
<b>Pagos por inversiones</b>	<b>(4.298,99)</b>	<b>(7.390,62)</b>	<b>(41,8)</b>
Inmovilizado material, intangible e inversiones inmobiliarias	(3.887,15)	(6.365,47)	(38,9)
Otros activos financieros	(411,84)	(1.025,15)	(59,8)
<b>Cobros por desinversiones</b>	<b>10,14</b>	<b>1.586,16</b>	<b>(99,4)</b>
Inmovilizado material, intangible e inversiones inmobiliarias	5,08	892,75	(99,4)
Otros activos financieros	5,06	693,41	(99,3)
<b>Total Flujos de efectivo de las actividades de inversión</b>	<b>(4.288,85)</b>	<b>(5.804,46)</b>	<b>(26,1)</b>

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

Cifras expresadas en miles de euros

Flujos de efectivo de las actividades de financiación	2023/ 24	2022/ 23	% Var.
<b>Cobros y pagos por instrumentos de patrimonio</b>	<b>1.052,55</b>		--
Emisión de instrumentos de patrimonio	1.052,55		--
Enajenación de instrumentos de patrimonio propio			--
Pagos por dividendos y remun. de otros instr. de Patrimonio			--
<b>Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero</b>	<b>(3.797,37)</b>	<b>747,77</b>	<b>c.s.</b>
Emisión de deuda con entidades de crédito		747,77	--
Emisión de otras deudas			--
Devolución de deuda con entidades de crédito	(3.797,37)		--
Devolución de otras deudas			--
<b>Otros flujos de efectivo de las actividades de financiación</b>	<b>(12.143,60)</b>	<b>(9.671,51)</b>	<b>25,6</b>
Pagos por arrendamiento	(12.143,60)	(9.671,51)	25,6
<b>Total Flujos de efectivo de las actividades de financiación</b>	<b>(14.888,42)</b>	<b>(8.923,74)</b>	<b>66,8</b>
Efecto de las variaciones de los tipos de cambio	(14,54)	607,33	c.s.
<b>Aumento/Disminución neta del efectivo o equivalentes</b>	<b>(4.797,17)</b>	<b>(6.008,36)</b>	<b>(20,2)</b>
Efectivo o equivalentes al comienzo del periodo	9.136,64	15.144,99	(39,7)
<b>Efectivo o equivalentes al final del periodo</b>	<b>4.339,47</b>	<b>9.136,64</b>	<b>(52,5)</b>

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

Cálculo del free cash flow	2023/ 24	2022/ 23	% Var.
EBITDA	17.380,42	13.362,30	30,1
Capex del periodo	(4.298,99)	(7.390,62)	(41,8)
Inversión en circulante	(233,03)	(3.145,75)	(92,6)
Pago de intereses financieros netos	(925,45)	(543,01)	70,4
Pago de impuesto sobre Sociedades	(2.139,74)	(238,93)	n.s.
Flujo de caja libre	9.783,21	2.044,00	n.s.

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

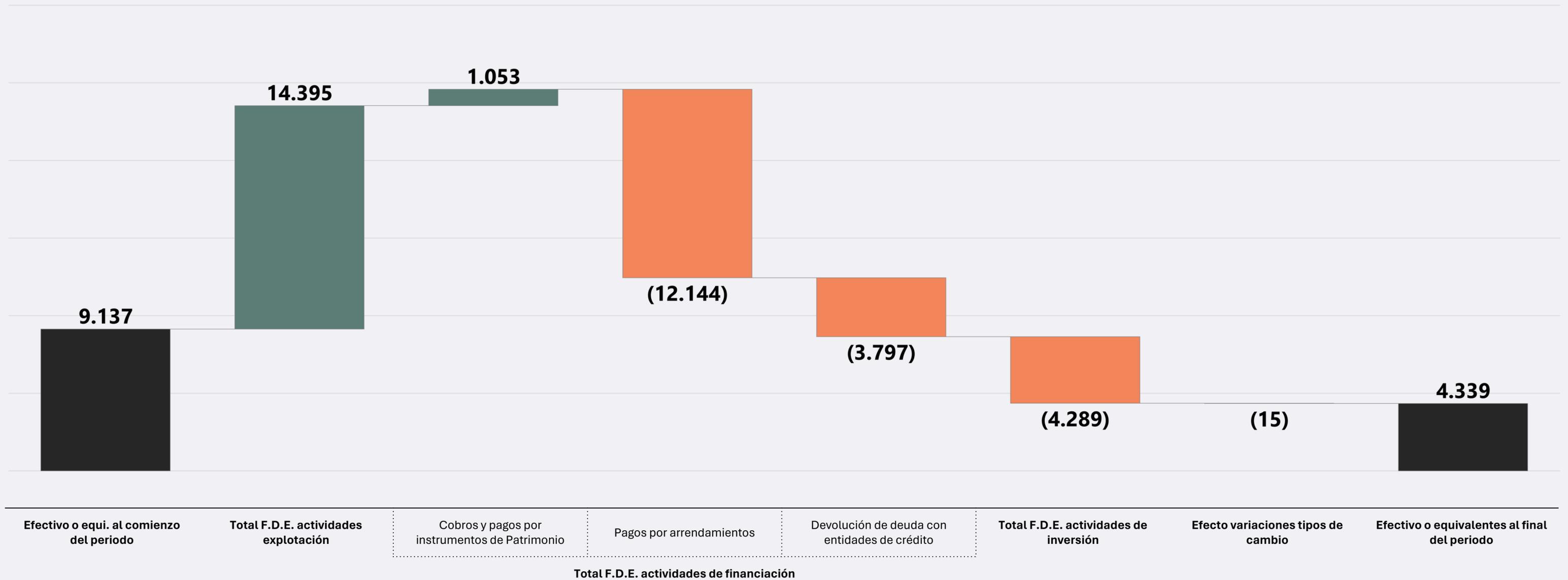
## ④ Resultados consolidados en 2023/24

### III. Generación de Cash Flow



#### Generación de Cash Flow

Cifras expresadas en miles de euros



5

# Red de distribución y desglose de ventas



## ⑤ Red de Distribución y desglose de ventas

### I. Canales de distribución

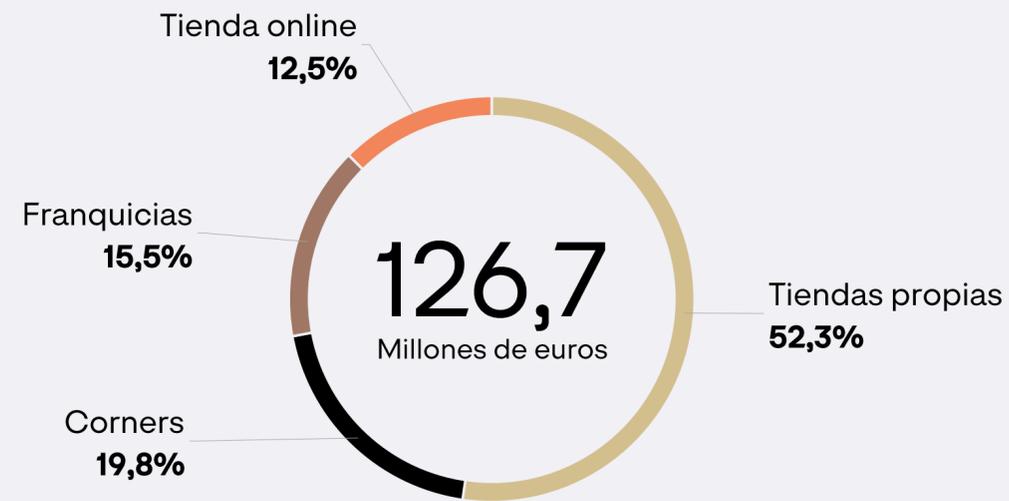
Adolfo Domínguez cuenta con una red comercial de 360 puntos de venta en 24 países. El 73% de los puntos de venta de la red comercial está formado por tiendas (98 establecimientos) o córners (164) de gestión directa, y el 27% por franquicias (98).

Durante el ejercicio 2023/24, las ventas crecieron en todos los canales, con aumentos del 6,9% en tiendas propias, del 4,4% en los córners, del 28,7% en las franquicias, y del 21,3% en la tienda *online*. La compañía está obteniendo importantes ganancias de eficiencia por punto de venta físico pasando de una venta media por punto en 2019/20 de 267 miles de euros a 317 miles de euros un 18,7% de crecimiento medio.

**Distribución ingresos por canales de distribución 2019/20**

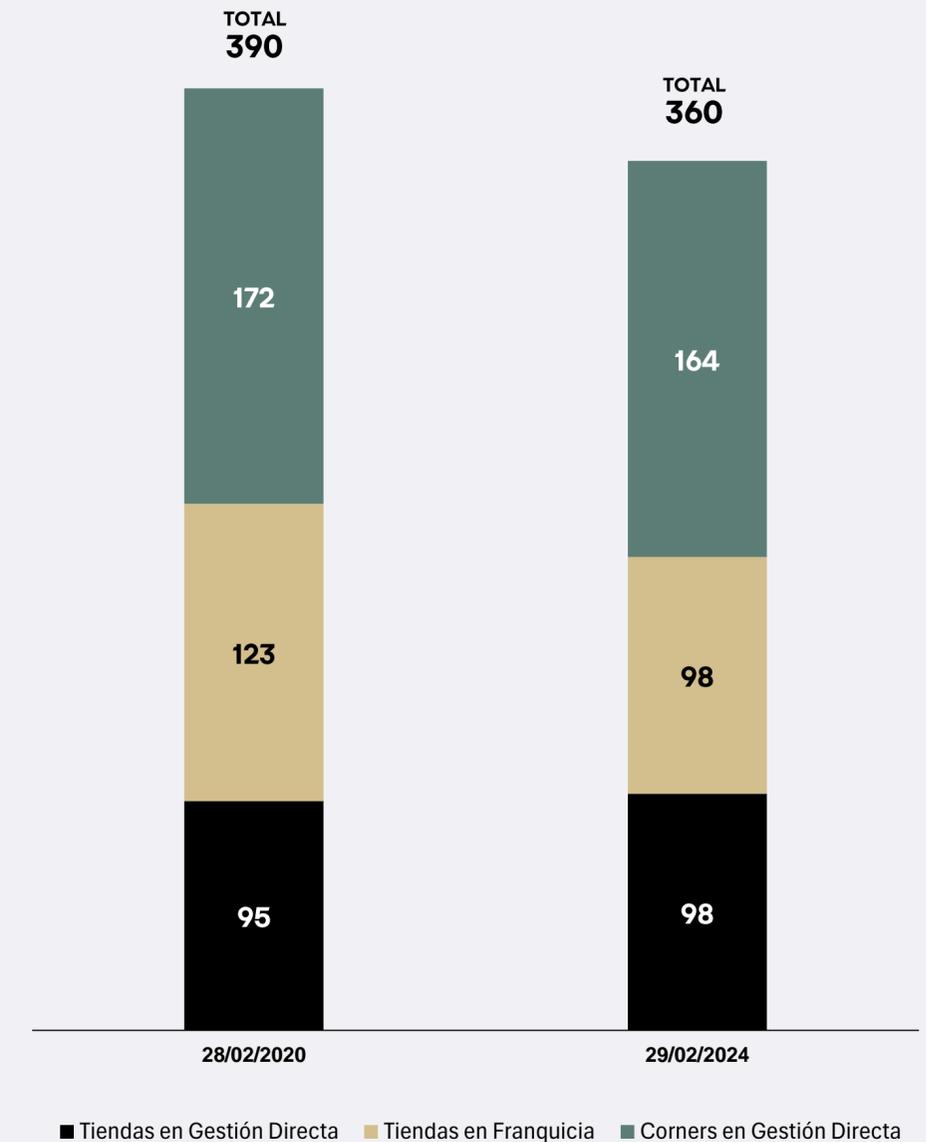


**Distribución ingresos por canales de distribución 2023/24**



**Evolución de puntos de venta por categoría**

Cifras expresadas en unidades

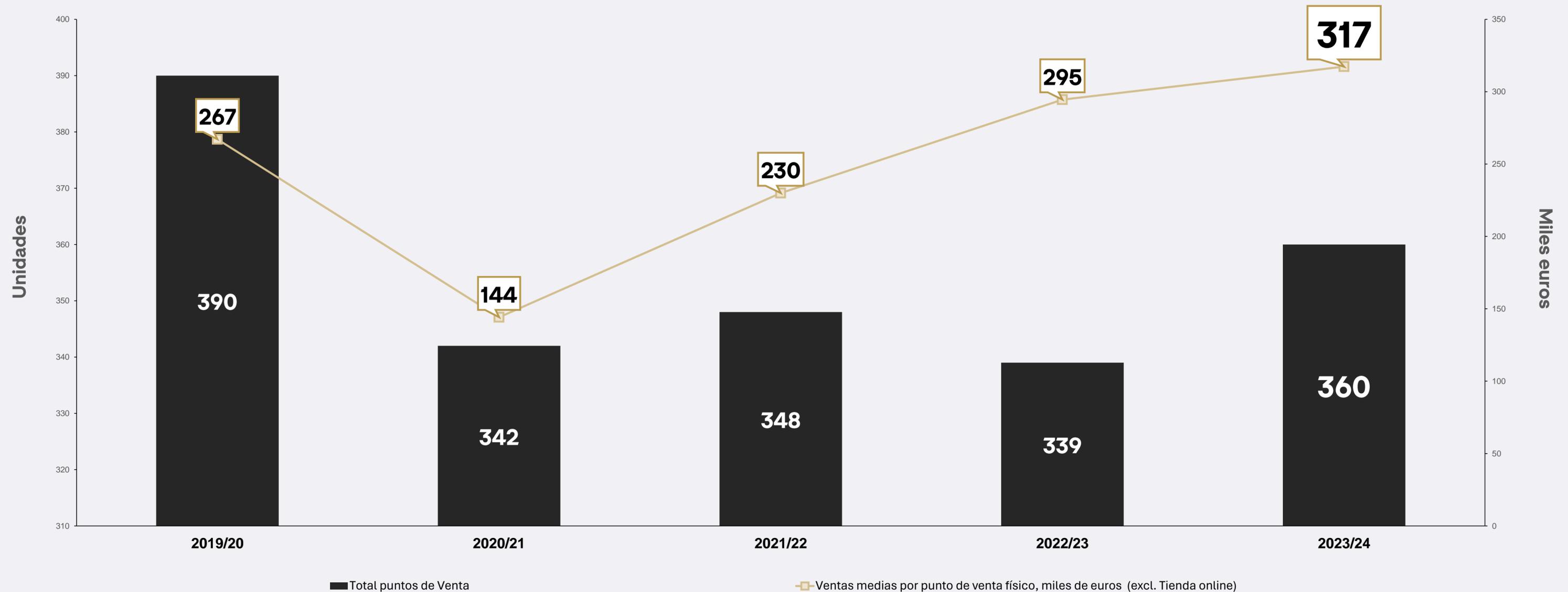


## 5 Red de Distribución y desglose de ventas

### I. Canales de distribución

#### Evolución histórica de ventas medias por punto de venta y de puntos de venta totales, 19/20 - 23/24

Cifras expresadas en unidades y miles de euros



## ⑤ Red de Distribución y desglose de ventas

### I. Canales de Distribución

Cifras expresadas en miles de euros

Distribución de cifra neta de negocios por tipo de canal de distribución	2023/ 24	2022/ 23	% Var.
Importe neto de la cifra de negocios	126.669,99	114.179,63	10,9
Tiendas propias	66.249,05	61.959,64	6,9
Corners	25.032,11	23.975,58	4,4
Franquicias	19.612,71	15.234,16	28,7
Tienda online	15.776,13	13.010,25	21,3

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

% Distribución de cifra neta de negocios por tipo de canal de distribución	2023/ 24	2022/ 23	Var. p.p.
Importe neto de la cifra de negocios	100,0	100,0	
Tiendas propias	52,3	54,3	(2,0)
Corners	19,8	21,0	(1,2)
Franquicias	15,5	13,3	2,1
Tienda online	12,5	11,4	1,1

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

### Evolución de puntos de venta nacionales e internacionales

	28/ 02/ 2019	28/ 02/ 2020	28/ 02/ 2021	28/ 02/ 2022	28/ 02/ 2023	29/ 02/ 2024
% puntos de venta nacionales	--	48%	49%	49%	46%	40%
% puntos de venta internacionales	--	52%	51%	51%	54%	60%
<b>Total puntos de venta</b>	<b>391</b>	<b>390</b>	<b>342</b>	<b>348</b>	<b>339</b>	<b>360</b>

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

Cifras expresadas en unidades

### Evolución de puntos de venta físicos

	Tiendas propias	Franquicias	Corners	Total
Total puntos de venta físicos a 28.02.2023	93	83	163	339
Nuevas aperturas	13	20	14	47
Transferencias netas de tiendas propias a franquicias	--	1	--	1
Cierres	(9)	(5)	(13)	(27)
Total puntos de ventas físicos a 29.02.2024	97	99	164	360
Nº de tiendas reformadas durante el ejercicio	--	2	2	4

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

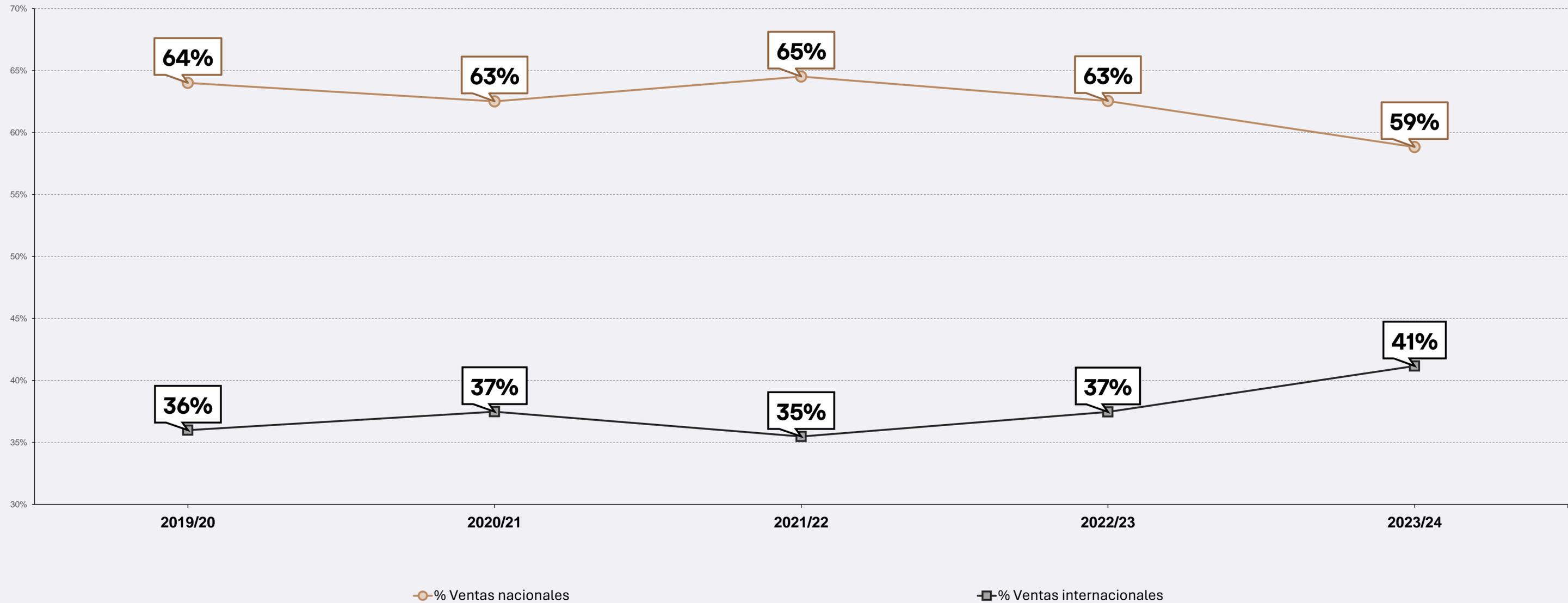
## 5 Red de Distribución y desglose de ventas

### I. Canales de Distribución



#### Evolución histórica ventas nacionales vs internacionales, 2019/20-2023/24

Cifras expresadas en %



## ⑤ Red de Distribución y desglose de ventas

### II. Adolfo Domínguez, mercado a mercado

Las ventas totales del grupo crecen en todos los países en los que opera, con aumentos en Europa (+8,8%), México (+10,4%), Japón (+12,7%) y en los otros 17 países en los que tiene presencia.

La red comercial está formada por 360 puntos de venta, el 60% de ellos están en el ámbito internacional. Durante el ejercicio 2023/24, la compañía ha abierto o reubicado 47 puntos de venta.

En España, la marca ha continuado con la mejora de su posicionamiento con la reubicación de sus establecimientos en ciudades como Bilbao, Granada o Valladolid, y la apertura de nuevas tiendas en Mallorca y Zaragoza.

En México, la compañía ha reubicado 7 de sus espacios comerciales y abierto otros cinco.

En Japón, la marca ha mejorado su presencia en el Ginza Marronier, en el centro de Tokio, y abierto 4 nuevas tiendas.

Adolfo Domínguez ha abierto además tiendas en otros 10 mercados internacionales. El 77% de las nuevas aperturas se producen fuera de España.

El grupo de moda trabaja su expansión de la mano de grupos de referencia en el retail global como Chalhoub Group, con quien abrirá 16 establecimientos hasta 2027 en Oriente Medio; Galeries Lafayette, con quien ha abierto 3 nuevos espacios en Francia en el último año; o Palacio de Hierro, principal socio de la firma en México y con quien comparte 92 puntos de venta en el país, 8 de ellos abiertos en el último año.

Distribución de ingresos por mercados geográficos 2022/23



Distribución ingresos por mercados geográficos 2023/24

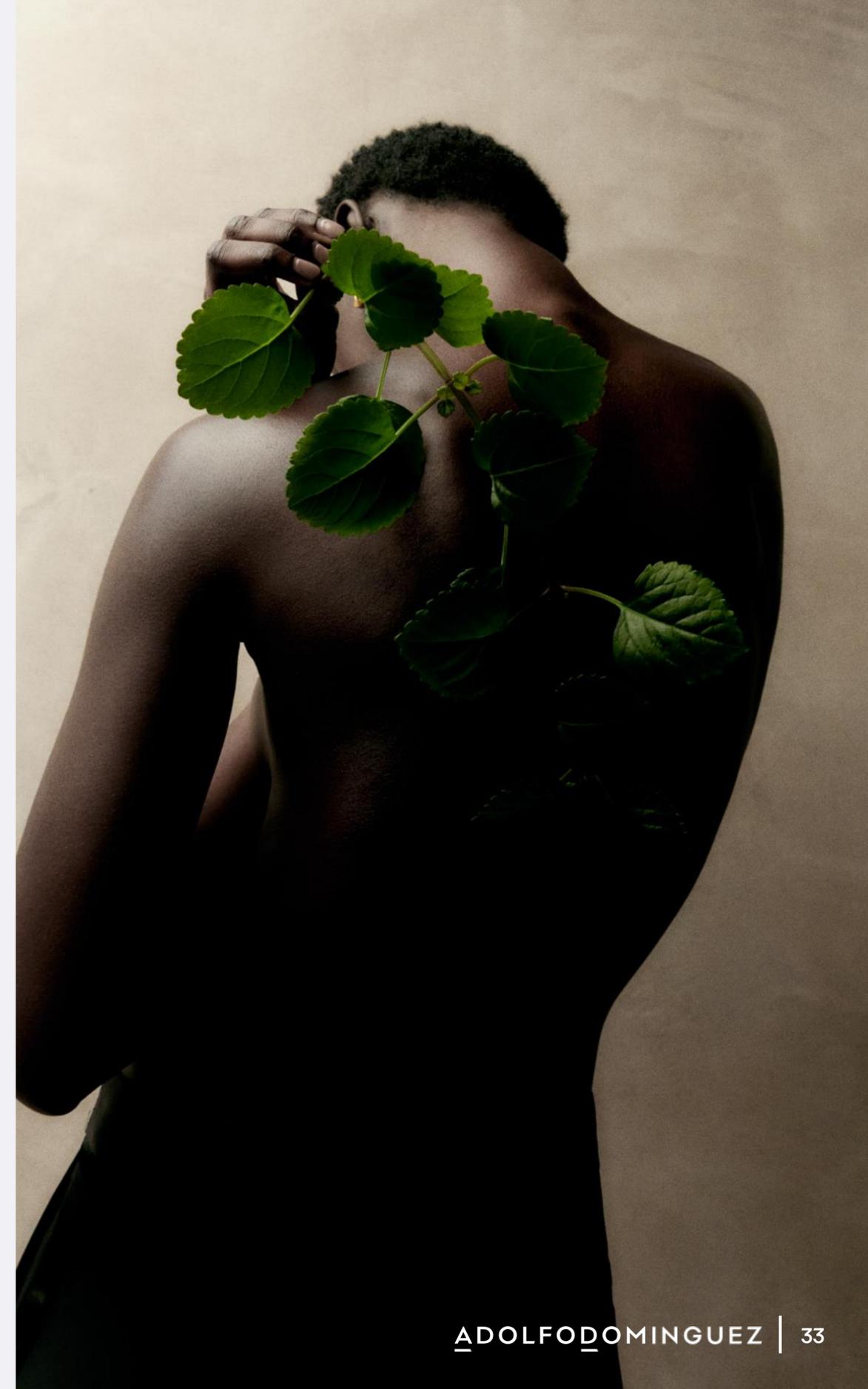


---

6

---

# Sostenibilidad y gestión ESG: la estrategia Impacto Positivo



## 6 Sostenibilidad y gestión ESG: la estrategia Impacto Positivo

Adolfo Domínguez presenta un estado de información no financiera que cumple con todos los aspectos legislativos y de buenas prácticas del sector, verificado externamente y con criterios GRI. El informe completo puede consultarse en la web de la compañía y en la Comisión Nacional del Mercados de Valores (CNMV). En esta sección se reflejan los principales avances.

### I. Gobernanza de la sostenibilidad

#### Compromiso

Como compromiso con la gestión de la sostenibilidad en 2023 se ha creado la Dirección Corporativa de Sostenibilidad e Impacto Positivo que reporta directamente a la dirección corporativa (y miembro del comité de ética).

Adolfo Domínguez integra la sostenibilidad en todo su modelo de negocio y está adherida a los 10 Principios de Pacto Mundial basados en el respeto a los derechos humanos, normas laborales, medioambiente y transparencia en sus actividades y operaciones, reportando anualmente las acciones y políticas que la empresa lleva a cabo para cumplir con estos principios.

De la misma manera, Adolfo Domínguez continúa trabajando con aquellos ODS que se vinculan más directamente con su actividad.



La compañía promueve un ambiente de trabajo seguro y saludable para los empleados a través del Departamento de Prevención de Riesgos Laborales. El grupo asegura el cumplimiento de requisitos laborales adecuados en la cadena de suministro a través del proceso de auditoría social de los proveedores y fábricas.



La firma valora la formación de sus profesionales en el uso de herramientas de trabajo y actualización y adquisición de nuevos conocimientos, tanto de forma presencial como a través de su portal de formación.



La compañía está comprometida con el papel de la mujer en su actividad y en sus órganos de decisión. La entidad asume a través de su Plan de Igualdad el compromiso de desarrollar relaciones laborales basadas en la igualdad de oportunidades y la no discriminación. Desde enero 2019 somos firmantes de Women's Empowerment Principles (WEP) con el objetivo de contribuir al empoderamiento de las mujeres en el mundo empresarial.



La compañía aplica medidas de eficiencia en el consumo de agua y tratamiento de las aguas residuales antes de su vertido en sus centros de trabajo.



El 96% de la energía adquirida en España es de origen renovable y permite dar cobertura a alrededor de 57 tiendas de gestión propia y a los servicios centrales de la compañía.



Adolfo Domínguez se compromete a garantizar un trabajo digno en su cadena de suministro a través de su Código de Conducta y Prácticas Responsables y de su Código de Fabricantes y Proveedores.



Los principios de respeto e igualdad, sin ningún tipo de discriminación, están presentes en el entorno laboral diverso y cooperativo de la compañía.



El grupo apuesta por el consumo responsable a través de sus campañas y la promoción del uso de materias primas más sostenibles en sus colecciones. En 2023 Adolfo Domínguez avanza en su apuesta por un modelo de consumo más sostenible de ropa y lanza su propio servicio de alquiler de prendas.



La compañía trabaja en su adhesión en iniciativas medioambientales y en la preparación de los objetivos de reducción de emisiones.



La compañía respeta el planeta y trabaja para la conservación de los ecosistemas terrestres incorporando materias primas sostenibles en sus referencias y el uso de papel procedente de bosques gestionados de un modo sostenible.



El grupo combate cualquier forma de corrupción, soborno y otras prácticas no éticas mediante el desarrollo y difusión de su iniciativa de Compliance entre todos los empleados y a través de su cadena de suministro.



Para alcanzar nuestro compromiso con los ODS es importante establecer colaboraciones y alianzas con otras entidades como la Fundación SEUR, el Charter de diversidad, Cruz Roja; entre otras; y la participación en eventos y foros.

## 6 Sostenibilidad y gestión ESG: la estrategia Impacto Positivo

Adolfo Domínguez es una empresa comprometida con los Derechos Humanos. Por ello, toda la actuación de la compañía toma como referencia los Principios Rectores sobre las Empresas y Derechos Humanos, asumiendo la responsabilidad de respetar, proteger y cumplir los DDHH, así como el establecimiento de mecanismos de reparación si procediera.

El compromiso de la compañía para evitar prácticas discriminatorias, el rechazo al trabajo forzoso e infantil, la oferta de un trabajo digno, así como la promoción del respeto a los Derechos Humanos no sólo de los empleados, sino también de todos y cada uno de los proveedores y socios a lo largo de la cadena de suministro; es parte del ADN de Adolfo Domínguez.

Así se plasma tanto en el Código de Conducta y Prácticas Responsables, como en el Compromiso de Sostenibilidad de Proveedores. Está habilitado además el acceso al canal interno también para fabricantes y proveedores, así como en las actuaciones del Comité de Ética para velar por su cumplimiento.

### Transparencia

Adolfo Domínguez mantiene una comunicación directa y bidireccional con todos sus grupos de interés o stakeholders.

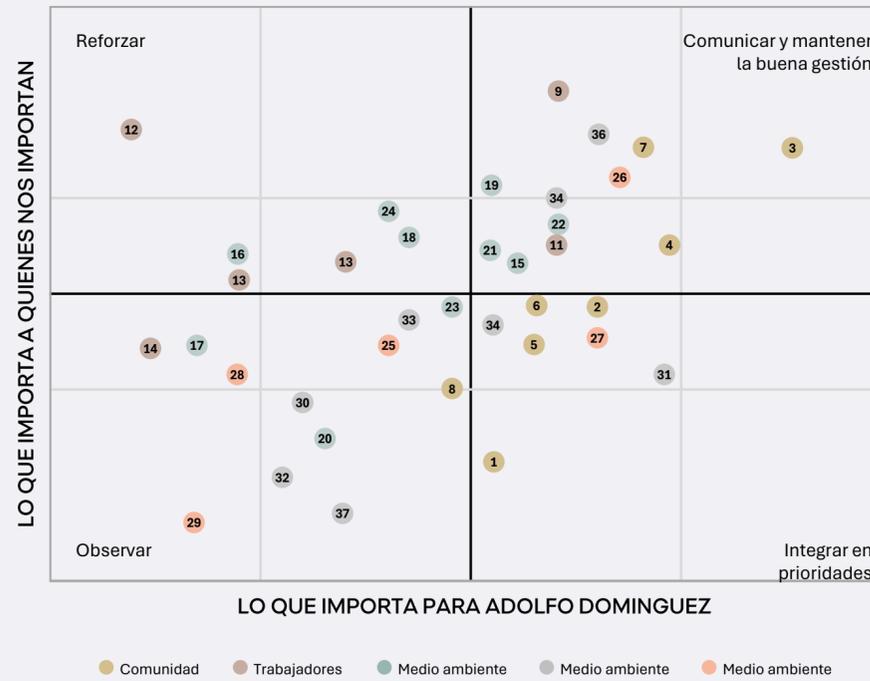
### Herramientas de diálogo con los Grupos de interés

Grupo de interés	Canales de comunicación	Frecuencia
Clientes	Página web	Diaria
	Tiendas y ventas <i>online</i>	Diaria
	Redes sociales	Diaria
	Servicio de Atención al Cliente	Diaria
	Departamento de Calidad	Diaria
	<i>Newsletter</i>	Semanal
Empleados	Canal interno	Puntual
	Intranet	Diaria
	Portal de formación	Diaria
	Comunicación interna	Semanal
	Convención de empleados	Anual
	<i>Townhall</i>	Trimestral
	Revista interna	Mensual
	Conectados	Trimestral
	Canal interno	Puntual
	Equipos de calidad en origen	Diaria
Proveedores	Departamento de Producto	Diaria
	Visitas de proveedores a Servicios centrales	Bianual
	Canal interno	Puntual
	<i>Web corporativa</i>	Diaria
Accionistas e inversores	Junta General	Anual
	Reuniones con los accionistas	Puntual
	Publicación de resultados	Trimestral
	Canal interno	Puntual
Franquiados	<i>Showroom AD</i>	Bianual
	Visitas y formación al franquiciado	Semanal
	Canal interno	Puntual
Comunidad local y sociedad civil	Participación en ponencias, cursos y entrevistas	Puntual
	Convenios de colaboración	Anual
	Canal interno	Puntual

### Rigor

Para conocer las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés, Adolfo Domínguez realiza con periodicidad bianual un estudio de materialidad con los criterios estándar GRI (Global Reporting Standards). De esta manera, identificamos cuáles son los asuntos más relevantes y definimos las prioridades para avanzar en la creación de valor económico, social y medioambiental.

Los asuntos materiales identificados son los siguientes:



Los asuntos materiales valorados como más relevantes del ejercicio 2022 y que continuaron como relevantes en 2023:

3. Ética y transparencia
7. Anticorrupción y soborno
9. Salud, bienestar y seguridad
36. Protección de datos y ciberseguridad
26. Respeto de los DDHH y prácticas laborales responsables
4. Cumplimiento normativo
34. Atención al cliente y excelencia en el servicio
22. Gestión de residuos
11. Compromiso y satisfacción
15. Materias primas más sostenibles
19. Calidad y durabilidad de la prenda
21. Eficiencia energética y consumo de agua

A lo largo del informe de sostenibilidad se expone la información relativa a estos asuntos materiales clasificados en función de las palancas estratégicas de impacto positivo que corresponden, identificadas por temática.

## 6 Sostenibilidad y gestión ESG: la estrategia Impacto Positivo



### Políticas de sostenibilidad en Adolfo Domínguez

La compañía cuenta con un Código de Conducta y Prácticas Responsables que ha sido actualizado en febrero de 2024 y que ha sido adaptado a todas sus filiales, donde se recogen las normas y actuaciones que tienen que cumplir todos los empleados, independientemente de la posición y función que desempeñen, para asegurar un comportamiento profesional, ético y responsable. Además, la empresa cuenta con un Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores en el que se definen los estándares mínimos de comportamiento ético y responsable que deben ser observados por fabricantes y proveedores de Adolfo Domínguez.

La Compañía pone a disposición de todos sus empleados y socios de interés un Canal Interno, como cauce confidencial para comunicar posibles incumplimientos u omisiones. Durante el 2023 se han recibido 36 comunicaciones en dicho canal (16 en 2022).

Adolfo Domínguez cuenta con políticas y procedimientos específicos para garantizar la correcta gobernanza de la sostenibilidad en la Compañía:

#### Gobernanza

- Estrategia y Política Fiscal
- Política y Procedimiento de Prevención de Blanqueo de Capital y Financiación del Terrorismo
- Política de Contratación de Obras, Servicios y Compras Generales
- Política de Anticorrupción y Antisoborno
- Política de Comunicación Corporativa
- Política de Protección de Datos

#### Trabajadores

- Política de Operaciones Vinculadas
- Política y Procedimiento de Aceptación de Regalos y Atenciones
- Política contra la Discriminación y Acoso Laboral
- Política de Desconexión Digital
- Política de Privacidad de Empleados
- Política de Sistema Interno de Información
- Política de Retención de Datos

#### Medio ambiente

- Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto Positivo

#### Comunidad

- Política de Calidad
- Política y Procedimiento de Donaciones

### Gestión medioambiental

El modelo de negocio de Adolfo Domínguez es intrínsecamente responsable con la preservación del entorno ambiental y la biodiversidad, trata de implicar este compromiso a toda su cadena de valor, y cuenta con el Sistema de Gestión Medio Ambiental basado en la norma UNE-EN ISO 14001.

### Materias primas más sostenibles y circularidad

En Adolfo Domínguez estamos redoblando esfuerzos para emplear los materiales los procesos más respetuosos con el planeta. Para ello hemos mejorado la trazabilidad y transparencia de las materias empleadas en nuestras colecciones y en la verificación de nuestros artículos con estándares de garantía (Textile Exchange, Global Organic Textile Standard (GOTS), etc.).

Materias Primas	2023 <sup>2</sup>	2022 <sup>1</sup>
Textil	718	597
Piel	36	49
Metal	10	3
Otras	22	1
<b>Total</b>	<b>786</b>	<b>650</b>

Nuestro primer objetivo es aumentar el porcentaje y uso de estas fibras en nuestras prendas impulsando el uso de fibras naturales, principalmente algodón orgánico, pero también algodón reciclado y lino cultivado en Europa. También seguimos apostando por fibras celulósicas como TENCEL™ Lyocell, TENCEL™ Modal, LENZING™ Viscosa EV además de las provistas por proveedores con “camisas verdes” del Hot Button Canopy, los cuales nos aseguran que estas fibras no provienen de bosques primarios, evitando así el riesgo de deforestación. En cuanto a las fibras sintéticas, seguimos trabajando con poliéster reciclado, poliuretano reciclado, entre otras. TENCEL™ es una marca de Lenzing AG.

Gracias a la incorporación de estas materias primas en nuestras producciones hemos conseguido que el 22% del volumen total de nuestra colección del 2023 sea sostenible.

En cuanto al packaging de prendas y accesorios, las cajas y perchas en las que se recibe la mercancía de los proveedores son reutilizadas para realizar movimientos de mercancía entre tiendas o devoluciones a almacenes centrales, prolongando al máximo su vida útil.

Las bolsas utilizadas en nuestros puntos de venta y las etiquetas de precio de nuestras referencias están certificadas por FSC® (Forest Stewardship Council) lo que ratifica su origen responsable. Asimismo, las bolsas de algodón utilizadas en packaging son reutilizables y pueden destinarse a otros usos prolongando su vida útil.

Tipo de fibra o materia <sup>3</sup>	2023
Algodón responsable y reciclado	12%
Lino europeo	56%
Celulósicas sostenibles	18%
Madera de origen forestal sostenible	10%
Sintéticas recicladas	24%
Metales reciclados	29%
Piel de fabricación responsable	68%

### Consumo de materiales de envase y embalaje\* (T)

	2023	2022
Cartón	235	208
Plástico	12	9
<b>Total</b>	<b>247</b>	<b>217</b>

1. Se reporta el consumo total de fibras y materias primas empleadas en nuestras colecciones comerciales del ejercicio 2022. 2. Se reporta el consumo total de fibras y materias primas empleadas en nuestras colecciones comerciales del ejercicio 2023. 3. Se reporta el % total del volumen sostenible por tipología de fibras o materias sostenibles empleadas en nuestras colecciones comerciales. 4. Se reporta el consumo de material de envase y embalaje en el grupo (SSCC, México y Japón).

## 6 Sostenibilidad y gestión ESG: la estrategia Impacto Positivo



### Nueva alianza con Pyratex

Durante el ejercicio de 2023, nos aliamos con la start-up pionera en innovación textil, Pyratex para avanzar en la incorporación de nuevas fibras con menor impacto de manera consistente en las próximas colecciones. Pyratex se especializa desde 2014 en el desarrollo de tejidos a partir de nuevas fibras orgánicas o recicladas, que destacan por sus cualidades sostenibles y su producción local.

El acuerdo extiende la colaboración existente para la co-producción, de una selección de camisetas y sudaderas, acceso preferente a los tejidos innovadores generados de Pyratex, y avanzar en la formación y sensibilización en sostenibilidad e innovaciones textiles.

### Consumo energético

El consumo de combustibles convencionales en Adolfo Domínguez se basa en la climatización de las instalaciones de servicios centrales en Ourense y el consumo de los vehículos de la compañía, tanto si son propios como de renting. Además, la compañía presenta también consumos de electricidad procedentes de la red eléctrica, tanto para la iluminación como para las instalaciones térmicas y de refrigeración.

Consumo de combustibles convencionales (GJ)	2023	2022
Diésel/Gasóleo	785,86	772,77
Gasóleo de calderas (Gasóleo C)	947,68	1.490,46
Gas natural	2.051,08	1.495,19

Consumo de energía eléctrica (KWh)	2023	2022
<b>Sede central y oficinas</b>	734.173 <sup>1</sup>	865.037 <sup>1</sup>
<b>Tiendas</b>	3.391.878 <sup>2</sup>	3.654.632 <sup>2</sup>
España	2.512.255	2.819.275
Japón	461.089	435.957
Portugal	309.246	245.502
Francia	94.861	132.685
México	14.427	21.213
<b>Total</b>	4.126.051	4.519.669
Energía adquirida renovable	75% <sup>3</sup>	78% <sup>3</sup>

### Plan de medidas de eficiencia energética

En el 2023 hemos continuado con el compromiso de adquirir energía renovable. En este sentido, la compañía suministradora ha certificado que el 100% de la energía que comercializa a Adolfo Domínguez es verde, y de recursos totalmente renovables, reduciendo emisiones de CO2. Esto supone un 75% del total (96% en España).

Por otra parte, la sociedad ha instalado 252 placas solares, ha tomado medidas de optimización de la climatización y continúa trabajando en sustituir la luminaria fluorescente por iluminación LED. A cierre de 2023, un 55% de nuestros puntos de venta cuentan con iluminación LED incorporada (48% en 2022) y el alumbrado de los escaparates en instalaciones de alumbrado exterior ha empezado a apagarse a las 22 horas.

### Huella de carbono

Adolfo Domínguez calcula su huella de carbono en los alcances 1 y 2, y muestra una mayor eficiencia en las emisiones directas durante 2023 como consecuencia de los compromisos adquiridos para luchar contra el cambio climático (-3.4%).

Emisiones atmosféricas (T CO2 eq)	2023	2022
Alcance 1: Emisiones directas	252	261
Alcance 2: Emisiones indirectas	371	358

### Gestión de residuos

Todos los residuos peligrosos derivados del cambio progresivo de equipos informáticos han sido recogidos y tratados por empresas autorizadas en la gestión de este tipo de materiales, lo que ha supuesto evitar la emisión de 1,04 toneladas de CO2 eq, frente a los 840 Kilos de CO2 eq del ejercicio anterior.

Generación de residuos peligrosos <sup>4</sup> (Kg)	2023	2022
Electrónicos	127	483
Aerosoles	8	34
Envases contaminados	10	21
<b>Total</b>	<b>145</b>	<b>538</b>

En el caso de los residuos no peligrosos, la compañía trabaja de la mano de un gestor local para el reciclado de los residuos generados en servicios centrales y en los centros logísticos.

Generación de residuos no peligrosos <sup>4</sup> (Kg)	2023	2022
Papel y cartón	43.816	41.765
Plástico	8.041	8.000
Metales	1.140	3.603
Madera	14.600	16.660
Tejidos	102	1.227
Electrónicos	485	493
Baterías	1	-
Residuos Adhesivos y sellantes	58	-
Tonners	72	12
Residuos municipales	-	3.340
Residuos de construcción	17.800	4.320
<b>Total</b>	<b>86.115</b>	<b>79.420</b>

### Taxonomía ambiental

La actividad principal del Grupo se basa en el diseño y comercialización al mayor y al menor de prendas confeccionadas, bolsos y zapatos; la cual no se identifica como una actividad elegible dentro de las actividades enunciadas en los Reglamentos Delegados. No obstante, se identificaron cuatro actividades elegibles vinculadas al modelo de negocio de la compañía incluidas en los Anexos I y II del Reglamento Delegado (UE) 2021/2139 (RD de Clima), bajo los epígrafes que se indican a continuación:

**7.2.** Renovación de edificios existentes.

**7.3.** Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética.

**7.5.** Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y regular la eficiencia energética de los edificios.

**7.6.** Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable.

Y una actividad elegible, vinculada e incluida en el Anexo I al IV del Reglamento Delegado (UE) 2023/ 2486 (RD Ambiental), dentro del objetivo de transición a la Economía circular, bajo el epígrafe de:

**5.5.** Producto como servicio y otros modelos circulares de servicios orientados al uso y los resultados.

1. Corresponde al consumo real de las oficinas, instalaciones de plancha y reoperado y almacén de España y las oficinas de Japón, México y China. 2. Considerado el consumo eléctrico real de más del 90% de las tiendas de gestión directa del grupo. 3. En el 2023 el 96% de la energía adquirida en España proviene de fuentes renovables y en el 2022 fue 97% 4. Se reportan los residuos generados en servicios centrales y naves de Ourense. Bajo un criterio de m2 de superficie estas instalaciones representan un porcentaje igual o superior al 90% de la información reportada ya que la gestión de residuos en tiendas se efectúa a través de servicios municipales no disponiéndose de la información cuantitativa.

## 6 Sostenibilidad y gestión ESG: la estrategia Impacto Positivo



### Clientes

Adolfo Domínguez es una firma comprometida con la satisfacción de sus clientes y la mejora de la experiencia de compra. La firma llega a sus clientes a través de distintos canales de distribución: tiendas propias, franquicias, tiendas, outlet, tiendas multidepartamentales y comercio *online*.

Los estándares de calidad y seguridad de Adolfo Domínguez son muy exigentes y se aplican en todas las fases del proceso de producción, desde el desarrollo del concepto de los artículos, la compra de los materiales y la fabricación hasta el consumo y se asegura un cumplimiento estricto de la legislación aplicable y otras recomendaciones en la materia en cada país donde se comercializan nuestras prendas.

Año	2022	2023
Total referencias	2.558	2.610
Total referencias <i>fail</i>	140	150
Total referencias <i>pass</i>	2.408	2.460
Total analizadas	862	1.400
% Analizadas	34%	54%
% No conformidad	5%	6%
% Conformidad	95%	94%

En el caso de aquellas referencias cuyo resultado no cumplía con nuestros estándares de salud y seguridad (6%) hemos activado los mecanismos internos encaminados a rechazar el producto y/o aplicar los cambios necesarios para que cumpla con los estándares.

En el ejercicio 2023 recibieron un total de 37.542 gestiones (consultas, solicitudes o incidencias). En el ejercicio anterior se recibieron un total de 35.298 gestiones.

### Sociedad

La Compañía mantiene un diálogo permanente con su comunidad local con el fin de coordinar e integrar los asuntos relevantes para la sociedad con sus objetivos y estrategias empresariales por medio de donaciones (como ayuda de niños con necesidades especiales con la Fundación Seur, integración de personas con distintas capacidades físicas en el mundo laboral a través de la Asociación Aixiña, y otras colaboraciones con organizaciones como la Asociación Banco de Alimentos de Ourense o el Programa de Conservación de WWF España), y acciones de divulgación (como campañas en periodos comerciales destacados como San Valentín, Día del Padre, Día de la Madre o Navidad, o fechas con significado de sostenibilidad, como el Día de la Tierra) y académicas (Universidad Pontificia de Comillas, Executive Education de EDEM Escuela de Empresarios, el Instituto de Empresa o CESUGA).

<b>Gobernanza</b>	Observatorio Textil, Moda y Calzado
	Clúster Gallego Textil Moda – Confederación de Industrias Textiles de Galicia (Cointega)
	Pacto Mundial de las Naciones Unidas
	Women's Empowerment Principles (Wpe)
	Fundación Cre100do
<b>Temas sociales</b>	Carta de la Diversidad de la Fundación Alares Y El Instituto Europeo Para La Gestión De La Diversidad
	Fundación Corresponsables
	Cruz Roja
<b>Temas ambientales</b>	The Climate Project
	#PORELCLIMA
	Ecoembes
	Fur Free Alliance
	Alianza Galega Polo Clima

### Trabajadores

Nuestro equipo es un elemento fundamental para el crecimiento sostenible de la empresa y para la generación de valor. Conseguir crear un equipo humano competitivo y motivado, potenciar la formación, la atracción, el desarrollo y promoción del talento y la flexibilidad, son algunos de los factores que permiten a la empresa crecer. El número total de empleados a fecha de cierre es de 1.007 frente a los 957 del ejercicio anterior.

Toda la información referente a la estructura de la plantilla en tipos de contrato y de jornada, de género, de edad, de categorías y retribuciones medias se encuentra disponible en el Informe de sostenibilidad de la compañía, así como información adicional sobre conciliación, seguridad y salud laboral y diálogo social.

Países	N.º de empleados por país y por género <sup>1</sup>			2023
	Mujeres	Hombres	Total	% Total
España	629	128	757	75%
México	69	32	101	10%
Japón	33	14	47	5%
Portugal	64	10	74	7%
Francia	17	5	22	2%
China	3	3	6	1%
<b>Total</b>	<b>815</b>	<b>192</b>	<b>1.007</b>	<b>100%</b>

1. Medido en jornadas equivalentes trabajadas. 2. En 2022 solo se reportaron datos de España, Portugal y México, motivo principal que determina las variaciones entre ambos ejercicios. 3. número de accidentes de trabajo registrados en un periodo/ número promedio medio de empleados \*1000. 4. número de accidentes de trabajo con baja (incl. In itinere) / número de horas trabajadas \* 1.000.000. 5. número de jornadas perdidas / número de horas trabajadas \* 1.000.

### Brecha salarial

La media de las remuneraciones brutas anuales de los hombres y mujeres ha sido objeto de especial interés en el grupo, por lo que se sigue de cerca la denominada “brecha salarial”. El resultado negativo obtenido indica que la retribución salarial media es favorable a las mujeres en los porcentajes presentados:

Diferencia en la retribución media por categoría profesional y género (Brecha salarial)				2023
Servicios centrales			Tiendas	
Técnicos	Mandos Intermedios	Direcciones Departamentales	Técnicos	Mandos Intermedios
(11%)	(13%)	(24%)	(7%)	(6%)

### Salud, bienestar y seguridad laboral

Adolfo Domínguez busca ofrecer a sus empleados un entorno laboral seguro y saludable, estudiando y tomando todas aquellas medidas que sean adecuadas para prevenir accidentes y lesiones ocasionadas durante la actividad laboral o asociadas a ella, mediante la limitación de las causas de riesgo inherentes a dicho entorno laboral. El área de PRL certifica que, durante el último ejercicio, no se ha registrado ninguna enfermedad profesional.

Accidentalidad Laboral (datos para España, Portugal México, Francia y Japón)*	2023		2022 <sup>2</sup>	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
<b>Total Accidentes sin baja (incl. In itinere)</b>	20	2	9	4
Accidentes con baja en centro de trabajo	19	3	11	1
Accidentes con baja en centro in itinere	3	0	2	1
<b>Total Accidentes con baja</b>	<b>22</b>	<b>3</b>	<b>13</b>	<b>2</b>
<b>Accidentes mortales</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Número de jornadas perdidas</b>	<b>479</b>	<b>180</b>	<b>372</b>	<b>18</b>

Índices de Accidentalidad Laboral (datos para España, Portugal México, Francia y Japón)*	2023		2022 <sup>2</sup>	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Índice de incidencia <sup>3</sup>	53,03	25,91	31,61	33,9
Índice de frecuencia <sup>4</sup>	15,52	8,68	10,43	6,31
Índice de gravedad <sup>5</sup>	0,34	0,52	0,30	0,06

### Formación

Durante 2023 se han priorizado las formaciones de Compliance, obligaciones legales, formaciones internas con un coste muy reducido. Adicionalmente se ha hecho una priorización dentro de todas las necesidades identificadas atendiendo a criterios de:

Horas de formación por categoría profesional						
	2023			2022		
	Tiendas	SS.CC.	Total	Tiendas	SSCC	Total
Técnicos	4.438	4.338	8. 775	2.429	2.895	5.325
Mandos intermedios	1.340	1.387	2. 727	678	808	1.486
Direcciones Departamentales		96	96	0	147	147
<b>Total</b>	<b>5.778</b>	<b>5.821</b>	<b>11.598</b>	<b>3.107</b>	<b>3.851</b>	<b>6.958</b>

7

# Otros hechos relevantes y hechos posteriores al cierre



## ⑦ Otros hechos relevantes y hechos posteriores al cierre

### MARZO 2023

#### Un desfile no desfile en Matadero



La marca avanza en su propuesta de desfiles no desfiles y presenta su colección a lo largo de tres días en el Centro de Creación Contemporánea de Madrid (MATADERO) mediante una experiencia inmersiva.

La firma incorpora una dirección propia de Sostenibilidad e Impacto Positivo, participe también en el Comité de Dirección de la compañía.

### ABRIL 2023

#### Alianza con el grupo Chalhoub



Adolfo Domínguez apuesta por una transformación digital integral, con impacto en todos sus procesos de negocio. Algunas de las iniciativas llevadas a cabo durante el ejercicio 2023 son las siguientes: Adolfo Domínguez sella una alianza con el grupo Chalhoub, el mayor distribuidor de lujo de Oriente Medio, para abrir 16 nuevos establecimientos en la zona hasta 2027.

El acuerdo incluye la comercialización de las colecciones de hombre, mujer y complementos de Adolfo Domínguez tanto en tiendas como en centros comerciales, así como la potenciación de la tienda *online* en toda el área. Durante el ejercicio, se han abierto ya 3 de las 16 tiendas del plan.

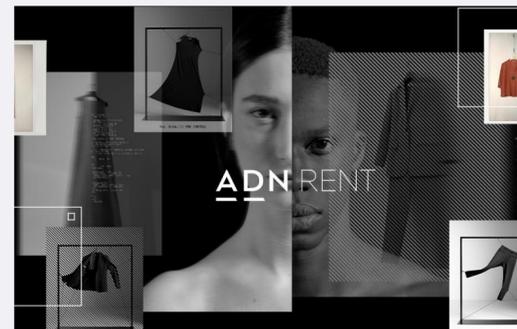
### JULIO 2023

#### Segunda flagship internacional

La marca abre su segunda flagship en el extranjero, en el centro comercial Mall of Emirates, en Dubái. La apertura se enmarca dentro del plan de expansión firmado con el grupo Chalhoub.

### SEPTIEMBRE 2023

#### Nuevo servicio de alquiler de prendas



La firma lanza de forma masiva ADN RENT, su propio servicio de alquiler, como parte de su apuesta por ofrecer alternativas para un consumo más responsable.

### OCTUBRE 2023

#### ADN PREMIUM: una nueva forma de comprar



La marca lanza ADN PREMIUM, un servicio de suscripción que permite acceder a sus colecciones con un descuento del 30% durante todo el año.

### DICIEMBRE 2023

#### Inclusión en Alianza Galega polo Clima

Como empresa dispuesta a asumir un compromiso para avanzar en la mejora del medioambiente y la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030, Adolfo Domínguez firma su entrada en la Alianza Galega Polo Clima.

### Posteriores al cierre del ejercicio

#### ENERO 2024

#### Alianza con Pyratex

La firma se alía con Pyratex, empresa pionera en innovación textil para incorporar de manera consistente nuevas fibras, reconocidas por su sostenibilidad y producción local, en las colecciones.

#### FEBRERO 2024

#### Desfile Intuición en Dubai.

La marca presencia la colección Intuición con un desfile en la Dubái Fashion Week.

# Futuro e inversión



## ⑧ Futuro e inversión

En el ejercicio 2024, teniendo en cuenta la evolución que ha seguido la actividad del Grupo, se espera continuar con el crecimiento progresivo en la línea de ventas.

Se continuará trabajando en ofrecer al cliente una experiencia de compra omnicanal y en el desarrollo de las líneas de optimización y mejora de procesos ya iniciadas en ejercicios anteriores y que contribuirían a la mejora del EBITDA.

Entre las actuaciones que se planifica llevar a cabo en el ejercicio 2024, se encuentran las siguientes:

**1. Optimización en la gestión de aprovisionamientos y de la cadena de suministro.**

**2. Expansión en nuevos mercados de la mano de socios especialistas en retail.**

**3. Consolidar el rejuvenecimiento de la marca con inversión en marketing y comunicación, potenciando nuestra presencia en redes sociales y promoviendo la difusión en canales digitales (Social Live Shopping)**

**4. Consolidar el crecimiento de nuestro ecosistema ADN**

**5. Continuar con las inversiones y mejoras en el proceso de digitalización del Grupo.**

1. Royalties *fragancias*. (A) Datos obtenidos de los últimos estados financieros disponibles, no auditados. (B) Contravaloren euros de las cuentas anuales expresadas en moneda local teniendo en cuenta el tipo de cambio al 29 de febrero de 2024. (C) Sociedad auditada por Mazars

9

# Adolfo Domínguez en Bolsa



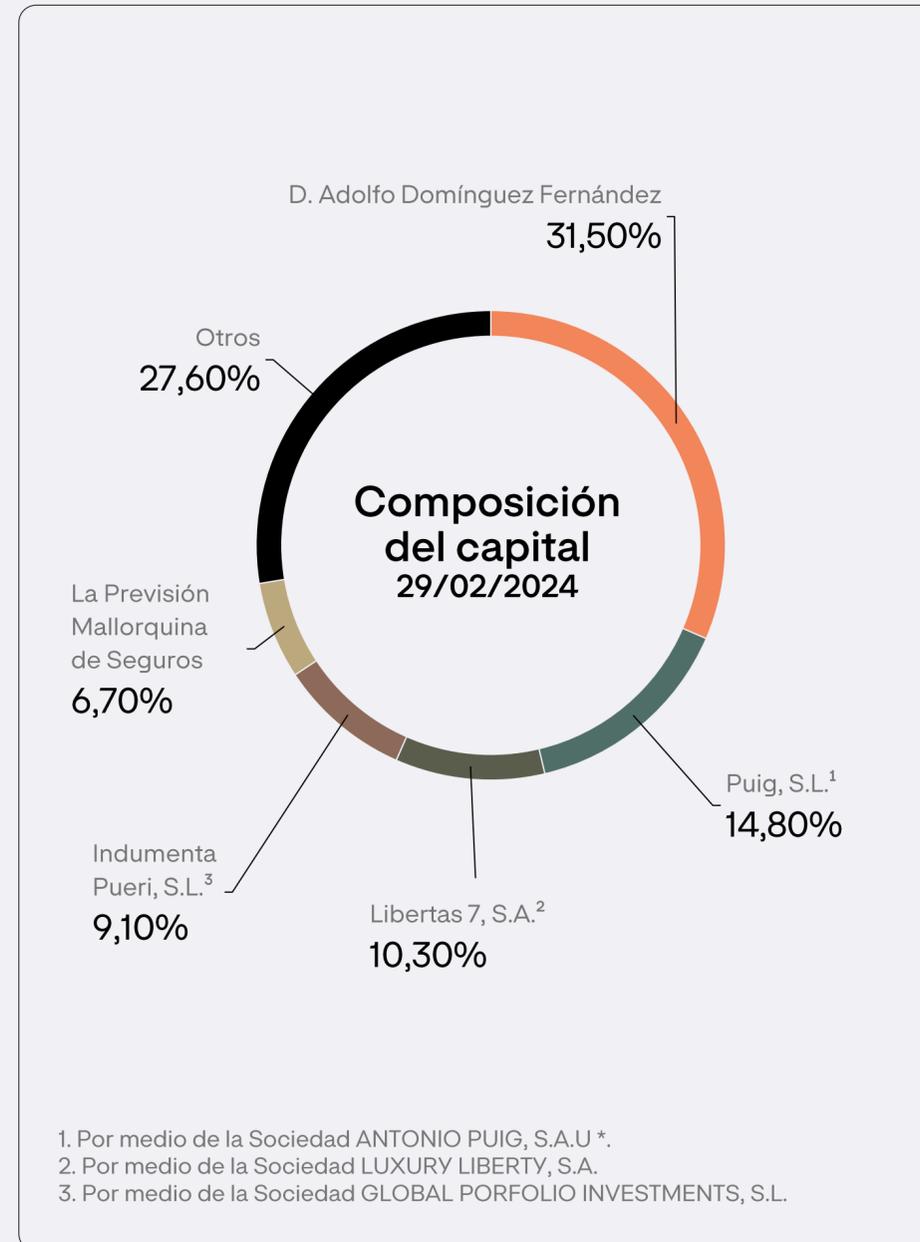
## 9 Adolfo Domínguez en Bolsa

Los mercados financieros a nivel mundial registraron el pasado año una evolución favorable, el panorama geopolítico y económico continúa siendo complejo caracterizado por un conflicto bélico en Ucrania enquistado y el estallido de uno nuevo en la franja de Gaza, que junto al endurecimiento de las políticas monetarias restrictivas invitan a la cautela, con especial foco en la eurozona después de las seis subidas de tipos sufridas en 2023 y la desaceleración del crecimiento económico.

Por su parte, la acción de Adolfo Domínguez, después del rally que registró en el ejercicio 2022-23 con una revalorización del 78%, el pasado año (marzo 2023-febrero 2024) sufrió un ajuste del 31%, mayor que el mostrado por el índice selectivo Ibx Small Cap que cayó un 8,5% en el mismo periodo. La compañía cerró el mes de febrero de 2024 con una cotización de 4,5 euros, situando la capitalización bursátil a final de su ejercicio en 41,7 millones de euros.

Conviene destacar que la compañía ha iniciado una nueva política de impulso a las Relaciones con Inversores con el objetivo de mejorar su posicionamiento entre los inversores institucionales y minoristas, a través de iniciativas que abarcarán diferentes dimensiones de su relación con el mercado de valores. Entre ellas podemos anticipar por un lado la revisión y actualización de su reporting periódico del que buena muestra es este informe de gestión del ejercicio 2023-2024, y por otro, una mayor proactividad en la comunicación de sus resultados y de su propuesta de inversión, a través de la realización de webcast y presencia en foros y medios especializados.

Asimismo, se está trabajando en ampliar el seguimiento por parte de los analistas de la industria con la incorporación de una nueva cobertura que permita disponer al mercado de más opiniones especializadas e independientes.



\* Con fecha 24/04/2024 se comunica que el accionista indirecto es Exea Empresarial, S.L. tras la reestructuración del Grupo.

### Cotización (euros)

	mar 2023-feb 2024	mar 2022-feb 2023
Inicio	6,52	3,67
Mínimo	4,26	3,25
Máximo	7,00	6,94
Cierre periodo	4,50	6,52
Media	5,53	4,11

### Otros indicadores bursátiles

	mar 2023-feb 2024	mar 2022-feb 2023
Capitalización bursátil (euros)	41.742.000,00	60.479.520,00
Nº de acciones	9.276.000,00	9.276.000,00
Valor nominal de la acción (euros/acción)	0,60	0,60
Vol. contrat. acumulado (acciones)	669.762,00	709.263,00
Vol. contrat. medio diario (acciones)	2.814,13	2.992,67
Vol. contrat. efectivo acumulado (euros)	3.815.559,99	3.345.839,99
Vol. contrat. efectivo medio diario (euros)	16.073,85	14.117,47

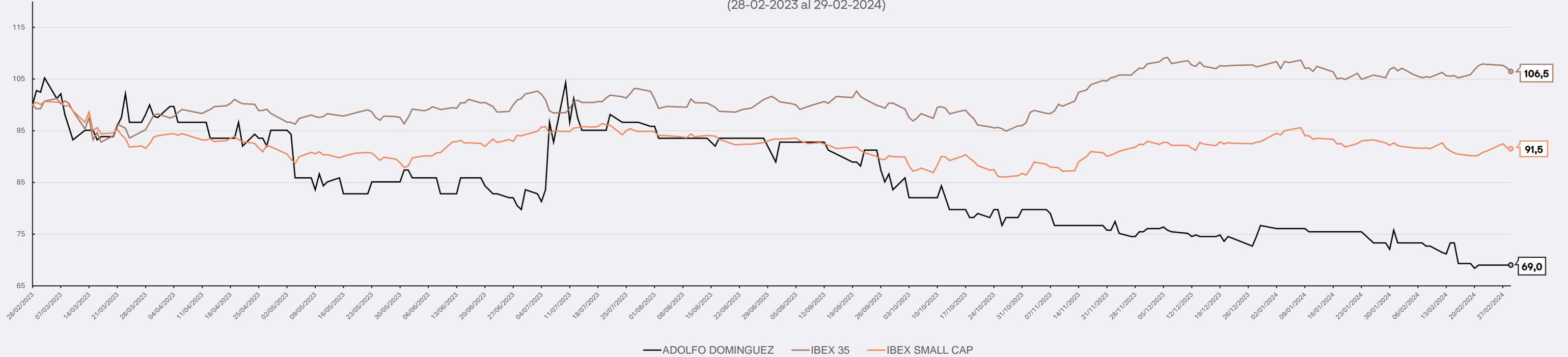
### Adolfo Domínguez vs Índices

	mar 2023-feb 2024 <sup>1</sup>	mar 2022-feb 2023
Adolfo Dominguez	(31,0%)	77,7%
Ibex 35	6,5%	10,8%
Ibex Small Cap	(8,5%)	3,0%

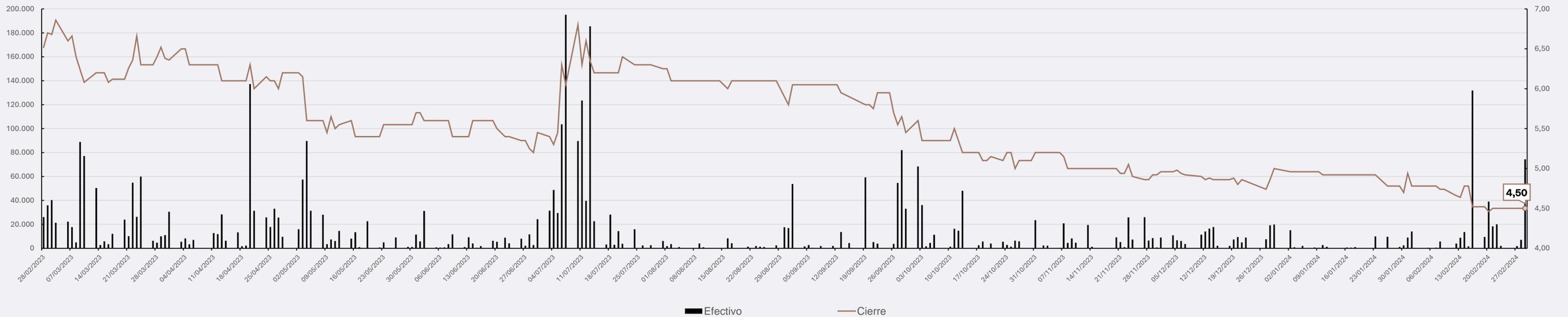
<sup>1</sup> % de variación de cotización cierre en el periodo desde 28-2-2023 hasta el 29-2-2024, y del 28-2-22 al 28-2-2023

# 9 Adolfo Domínguez en Bolsa

Adolfo Domínguez vs Ibex 35 e Ibex Small Cap  
(28-02-2023 al 29-02-2024)



Adolfo Domínguez (ADZ): Evolución cotización y volumen efectivo, 28-02-2023 a 29-02-2024



10

# Glosario



## 10 Glosario

### Córner:

Espacio de la marca ubicado dentro de una tienda o establecimiento ajeno (por ejemplo, un centro de El Corte Inglés). Suele tener una superficie inferior a la de una tienda de calle.

### Deuda financiera neta:

Es la suma de la deuda financiera a largo y corto plazo (incluye deudas con entidades de créditos y terceros) menos el efectivo y otros activos líquidos equivalentes (saldos en bancos).

### EBIT:

Beneficio antes de intereses e impuestos

### EBITDA (Earnings Before Interests, Tax, Depreciation and Amortization):

El beneficio de la empresa antes de restar los intereses a pagar por la deuda contraída, los impuestos propios del negocio, las depreciaciones por deterioro de este, y la amortización de las inversiones realizadas.

### Deuda Financiera Neta/EBITDA (DFN/EBITDA):

No incluye pasivo por arrendamiento; EL EBITDA no incluye efecto por reversión de NIIF 16.

### Ecosistema ADN:

Plataforma que alberga todos los servicios personalizados de la marca. Incluye ADN RENT (servicio de alquiler), ADNBOX (personal shopper *online* con IA) y ADN LIVE (experiencias de venta interactiva). El Ecosistema ADN es accesible desde la página web de la firma: ADN | Te damos la bienvenida a lo nuevo de Adolfo Domínguez (adolfodominguez.com).

**Importe neto de la cifra de negocio:** Ingresos obtenidos por las ventas y los servicios prestados por la compañía a sus clientes.

### Margen bruto:

Beneficio directo por la venta de productos o servicio, es decir, la diferencia entre los ingresos por ventas obtenidos y los costes directos de producción (es decir, sin incluir las amortizaciones ni los gastos generales, financieros y comerciales).

### Método Ágora:

En 2019, Adolfo Domínguez puso en marcha una nueva metodología para la creación de sus colecciones, conocida como el método Ágora. Con ella, todos los diseñadores de la firma trabajan en un mismo espacio, el Ágora, para crear las colecciones de hombre, mujer y complementos a partir de un mismo concepto que se declina en cada prenda. El Ágora es un lugar y una forma de crear que impulsa la creatividad y originalidad, similar a la utilizada en las marcas de alta costura.

### Moda de autor:

La moda de autor es aquella que incluye en su proceso un alto componente de innovación y originalidad, que tiene un relato estético propio. Adolfo Domínguez es una firma de moda de autor. Las colecciones de la compañía responden a una interpretación actualizada de los valores estéticos de la marca: sencillez, poesía y siluetas fluidas que representan la libertad en el vestir.

### Omnicanalidad:

Combinación e interrelación entre todos los canales de venta disponibles para los clientes y su funcionamiento como uno solo. Por ejemplo: una estrategia omnicanal permite comprar *online* y devolver en tienda.

### Servitización:

Generación de servicios dentro de la oferta comercial de la marca.

### Tienda en franquicia:

Tienda en la que la explotación de la misma está delegada a un tercero y no gestionada directamente por la marca. Puede incluir también el derecho de explotación de los productos y los servicios de la marca en un mercado o lugar concreto.

### Tienda propia:

Tienda gestionada directamente por el grupo de moda.

### Ventas comparables:

Ventas en tiendas comparables que no tienen en cuenta aperturas, ni reformas durante el ejercicio.

### Ventas medias por punto de venta físico:

Ingresos de ventas totales del año entre el promedio de puntos de ventas del cierre del ejercicio en curso y del ejercicio anterior.



# Contacto

relacion.inversores@adolfodominguez.com  
+34 988 398 705 (08:00 a 16:15)



12

# Anexos



## 12 Anexos

Cifras expresadas en unidades

### Evolución de puntos de venta por categoría

	28/ 02/ 2019	28/ 02/ 2020	28/ 02/ 2021	28/ 02/ 2022	28/ 02/ 2023	29/ 02/ 2024
Tiendas en Gestión Directa	95	95	86	86	93	<b>98</b>
Tiendas en Franquicia	132	123	86	95	83	<b>98</b>
Corners en Gestión Directa	164	172	170	167	163	<b>164</b>
<b>Total Puntos de Venta</b>	<b>391</b>	<b>390</b>	<b>342</b>	<b>348</b>	<b>339</b>	<b>360</b>

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

### % distribución de puntos de venta por categoría

	28/ 02/ 2019	28/ 02/ 2020	28/ 02/ 2021	28/ 02/ 2022	28/ 02/ 2023	29/ 02/ 2024
Tiendas en Gestión Directa	24,3%	24,4%	25,1%	24,7%	27,4%	<b>27,2%</b>
Tiendas en Franquicia	33,8%	31,5%	25,1%	27,3%	24,5%	<b>27,2%</b>
Corners en Gestión Directa	41,9%	44,1%	49,7%	48,0%	48,1%	<b>45,6%</b>
<b>Total Puntos de Venta</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

### Evolución de puntos de venta por mercados geográficos

	28/ 02/ 2019	28/ 02/ 2020	28/ 02/ 2021	28/ 02/ 2022	28/ 02/ 2023	29/ 02/ 2024
<b>Europa</b>	<b>202</b>	<b>203</b>	<b>189</b>	<b>180</b>	<b>165</b>	<b>172</b>
Tiendas en Gestión Directa	73	74	69	67	71	<b>77</b>
Tiendas en Franquicia	36	33	26	23	8	<b>8</b>
Corners en Gestión Directa	93	96	94	90	86	<b>87</b>
<b>México</b>	<b>125</b>	<b>130</b>	<b>111</b>	<b>126</b>	<b>128</b>	<b>134</b>
Tiendas en Gestión Directa	3	3	3	3	3	<b>2</b>
Tiendas en Franquicia	51	51	32	46	48	<b>55</b>
Corners en Gestión Directa	71	76	76	77	77	<b>77</b>
<b>Japón</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>19</b>	<b>19</b>
Tiendas en Gestión Directa	18	17	14	16	19	<b>19</b>
Tiendas en Franquicia	--	--	--	--	--	--
Corners en Gestión Directa	--	--	--	--	--	--
<b>Resto del mundo</b>	<b>46</b>	<b>40</b>	<b>28</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>35</b>
Tiendas en Gestión Directa	1	1	--	--	--	--
Tiendas en Franquicia	45	39	28	26	27	<b>35</b>
Corners en Gestión Directa	--	--	--	--	--	--
<b>Total puntos de Venta</b>	<b>391</b>	<b>390</b>	<b>342</b>	<b>348</b>	<b>339</b>	<b>360</b>

Ejercicios fiscales finalizados en febrero