

ADOLFODOMINGUEZ

Informe de Gestión

2024/25

Nota legal

La información

La información contenida en este Informe de Gestión correspondiente al ejercicio 2024/25 (marzo 2024-febrero 2025) 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.

Este Informe de Gestión contiene la revisión de la gestión de la actividad y resultados de la compañía durante el ejercicio 2024/25 (marzo 2024-febrero 2025), así como su comparación con el mismo periodo de 2023/24 (marzo 2023 – febrero 2024) e incluye información financiera extraída de los estados financieros anuales de Adolfo Domínguez, S.A. y sus filiales, correspondiente al ejercicio 2024/25 (marzo 2024-febrero 2025), 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 sobre el Gobierno Corporativo de Adolfo Domínguez se incluye dentro del Informe de Gestión desde la página 31 hasta la página 36 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 Gestión 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

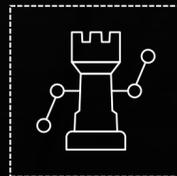
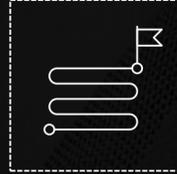
1. 2024/25 de un vistazo
2. Carta al Accionista
3. Adolfo Domínguez: perfil de compañía y modelo de negocio
4. Resultados consolidados en 2024/25
 - Resultados económico-financieros
 - Gestión del balance y financiación
 - Generación de cash flow
5. Red de Distribución y desglose de ventas
6. Sostenibilidad y gestión ESG: la estrategia Impacto Positivo
7. Gestión de riesgos
8. Evolución previsible: futuro e inversión
9. Otros hechos relevantes y hechos posteriores al cierre
10. Inversión en I+D
11. Transacciones efectuadas con partes vinculadas con el Grupo
12. Periodo medio de pago a proveedores
13. Operaciones con acciones propias
14. Perímetro de consolidación
15. Adolfo Domínguez en Bolsa
16. Información No Financiera
17. Informe Anual de Gobierno Corporativo
18. Informe Anual de Retribuciones a los Consejeros
19. Glosario
20. Contacto
21. Anexos

2024/25 de un vistazo



1 2024/25 de un vistazo

I. Hitos de gestión



Resultados 2024/25:

- La facturación alcanza los 136,5 millones de euros y crece un +7,8% sobre el ejercicio anterior. En términos acumulados la compañía presenta un CARG del 14% en ventas desde el 2020.
- Las ventas comparables aumentan un 7,4 %. Sin tener en cuenta el tipo de cambio, las ventas comparables crecen un 9,3%.
- La facturación crece en todos los canales de distribución, en los principales mercados y en todas las líneas de negocio.

Gestión operativa:

- La marca cuenta con 371 puntos de venta en 51 países entre presencia física, online y omnicanal.
- El e-commerce, accesible desde 31 países, crece un 25,4%.
- Las ventas comparables en moneda local aumentan un 9,4% en Europa, 9,5% en México, 2,4% en Japón y 12,1% en el resto de los países en los que la firma tiene presencia.
- El 63% de los puntos de venta se encuentran en el extranjero.
- La marca continúa desarrollando su estrategia de reposicionamiento de la red comercial, con 25 aperturas, 5 reformas y 7 reubicaciones. El 100% de las aperturas del ejercicio se realizan a nivel internacional, mientras que España engloba el 42% de las reubicaciones.

Crecimiento rentable:

- El margen bruto aumenta un 2,6% en términos absolutos respecto al año anterior, a pesar del aumento de los costes logísticos consecuencia de las disrupciones en la cadena de suministro derivadas de las tensiones geopolíticas globales y el de los precios de las materias primas de las colecciones, cada vez más enfocadas en el impulso de materiales sostenibles, el diseño y la calidad.
- El constante foco en la rentabilidad ha permitido aumentar la eficiencia de gastos sobre ventas y de la venta media por punto de venta, a pesar de incrementos de costes salariales y de distribución.
- Como consecuencia, El EBITDA se sitúa en 16,9 millones de euros, un 2.6% por debajo del ejercicio 2023/24.
- Tercer año consecutivo con beneficio neto, en un sector altamente competitivo.

Gestión del capital y generación de cash flow:

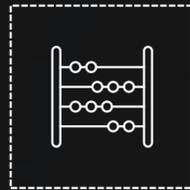
- La compañía obtiene un flujo de caja libre de 4 millones de euros, dedicando una parte muy relevante al repago de los créditos a largo plazo, lo que ha permitido cancelar anticipadamente 3 millones de euros de los créditos ICO en 2024, y hacer frente al crecimiento de las necesidades operativas del negocio y a la inversión en un modelo de franquicia poco exigente en CapEx.

Sostenibilidad:

- Primera gran marca de moda textil en España con facturación mayor de 100 millones de euros en obtener la certificación B Corp, con una puntuación de 90,6 puntos, reafirmando el compromiso con los más altos estándares de sostenibilidad, responsabilidad social y transparencia.
- Un gran lugar para trabajar. Obtención de la certificación Great Place To Work, que la entidad independiente otorga a los lugares con las mejores prácticas laborales.
- Un 43% de las fibras de las colecciones es ya sostenible.

1 2024/25 de un vistazo

II. Principales magnitudes financieras



CIFRA DE NEGOCIO

€136,5M

Var. 2023/24: **7,8%**



EBITDA

€16,9M

Var. 2023/24: **(2,6)%**



EBIT

€2,9M

Var. 2023/24: **(17,3)%**



RESULTADO NETO

€0,9M

Var. 2023/24: **24,4%**



DFN

€7,3M

Var. 2023/24: **(32,9)%**



DFN / EBITDA

0,43x

Var. 2023/24: **(0,20) p.**



DFN / PATRIMONIO NETO

0,43x

Var. 2023/24: **(0,15) p.**



Capit. bursátil

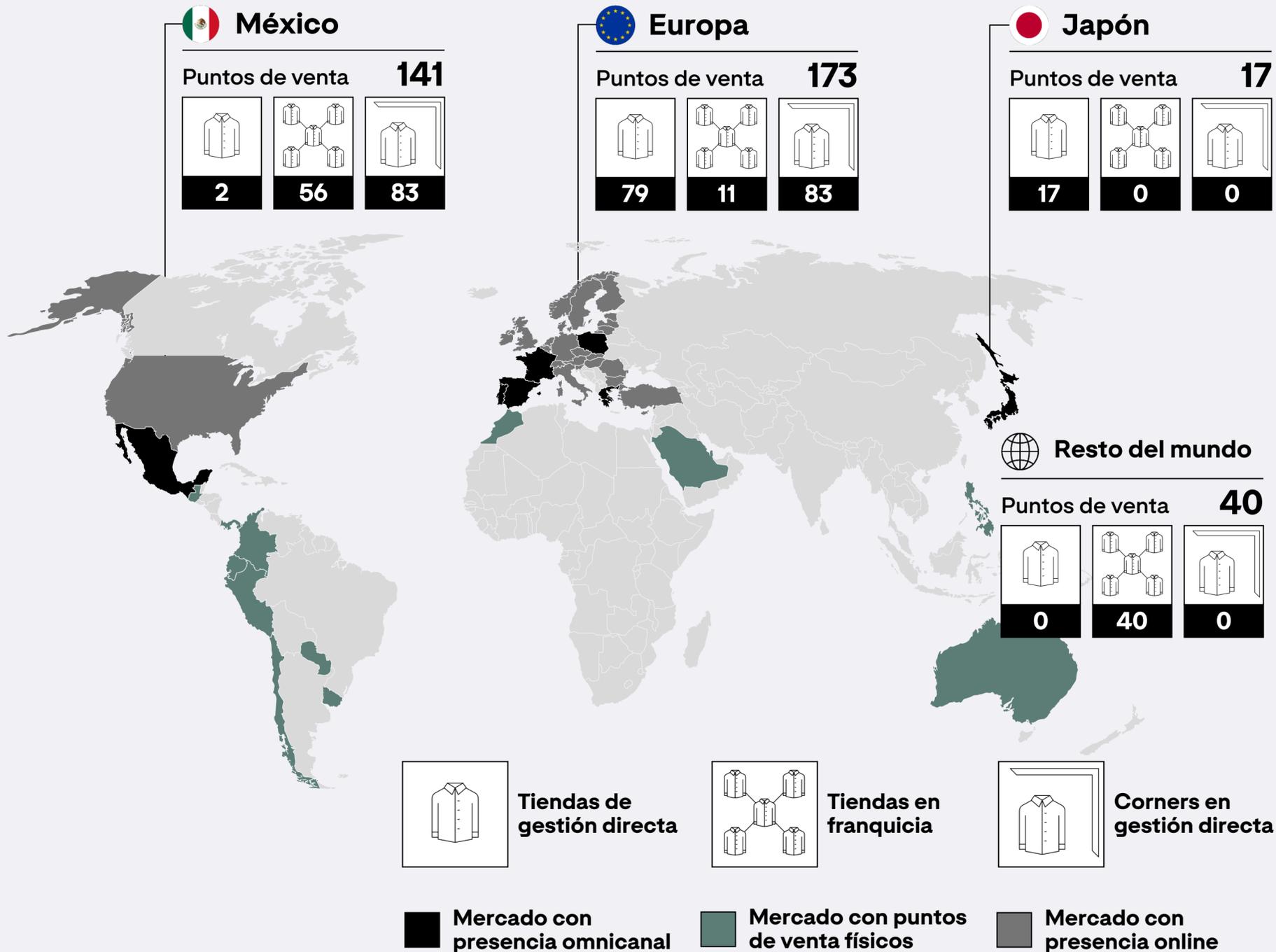
€46M

28.02.2025

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

1 2024/25 de un vistazo

III. Mercados geográficos



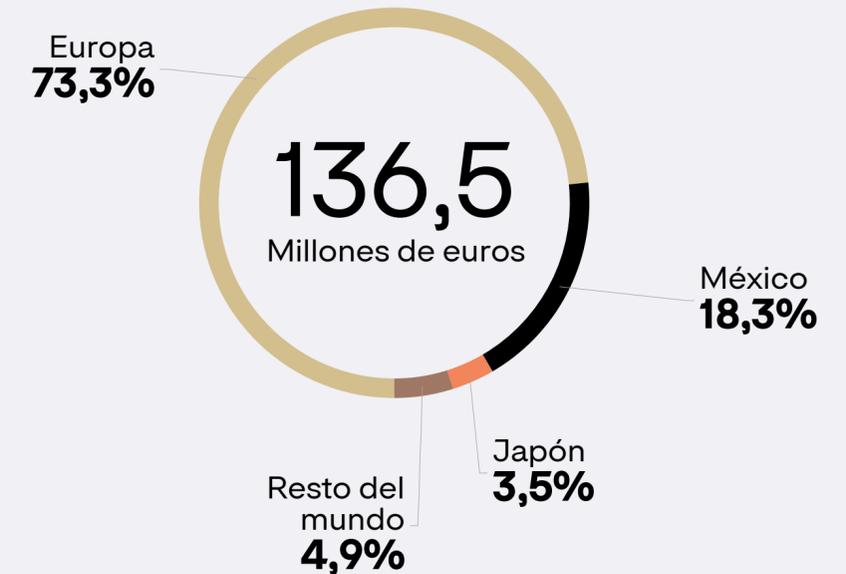
Total puntos de venta

371

Nuevas aperturas

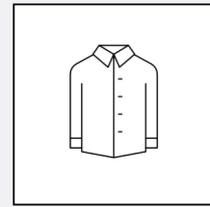
25

Distribución ingresos por mercados geográficos 2024/25

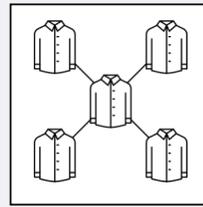


1 2024/25 de un vistazo

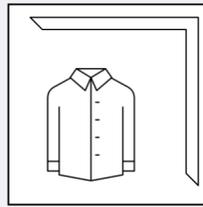
IV. Red de Distribución



Tiendas de gestión directa



Tiendas en franquicia



Corners en gestión directa

	Tiendas de gestión directa	Tiendas en franquicia	Corners en gestión directa	Total
29/02 2024	98	98	164	360
28/02 2025	98	107	166	371
Var.	0	9	2	11

Distribución ingresos por tipo de canal 2024/25

Venta física
85,4%



Venta online
14,6%

Carta al Accionista



② Cartas al Accionista

Carta de la Presidenta Ejecutiva

El valor de la diferencia

Dicen en el mundo de la publicidad:
“cuando ellos hagan zig, tú haz zag”.

El branding es el arte de crear y mantener una identidad fuerte y diferente con respecto a la competencia. Es el intangible que tan bien manejan las marcas francesas e italianas para provocar deseo y lealtad en los consumidores. Es lo que te mantiene a flote cuando arrecia la tormenta de los cambios económicos y geopolíticos, como los que nos rodean hoy.

En un entorno incierto, sacamos fuerza de nuestra esencia. Ropa de autor, que genera confianza y distinción para el cliente. Prendas que por su diseño y calidad están pensadas para durar.

Somos una marca para personas especialmente sensibles a la estética y a las cosas bien hechas. Para aquellas que piensan que cuidar lo que nos rodea no es una moda que viene y va. Para las que apuestan por empresas que aspiran a durar en el tiempo cuidando lo que hacen y cómo lo hacen.

Este ejercicio ha estado impulsado por los principales mercados, España y Portugal, donde encadenamos años consolidando

nuestra presencia; también por aquellos que siguen madurando a buen ritmo, como los situados en Oriente Medio y Latinoamérica; y con un crecimiento moderado de las nuevas apuestas internacionales.

El buen desempeño de las colecciones ‘INTUICIÓN, ‘IKIGAI’ y ‘RENACER’ ha hecho crecer todas las líneas de negocio.

Nos hace especial ilusión el comportamiento de Hombre, que nos permite equilibrar la oferta. Y de Complementos, por ser un producto que permite rejuvenecer la marca y ampliar la tipología de cliente. En un mundo donde el textil rápido se ha hecho con el mercado, los bolsos son una categoría resiliente por la que merece la pena apostar. Y eso estamos haciendo.

Este año hemos reforzado ADN PREMIUM, un ecosistema que permite acceder a un abanico de experiencias: ADN BOX, la posibilidad de recibir en casa una selección de prendas hecha por la inteligencia artificial y un personal shopper; ADN RENT, un servicio de alquiler de ropa; ADN LIVE, experiencias de live shopping; y ADN PLAY, una experiencia de compra en tienda gamificada.

Es importante reconocer lo bueno de las apuestas que hemos hecho, pero no podemos obviar que nos movemos en una economía afectada por muchos movimientos geopolíticos, y que navegarlos ha sido especialmente difícil este año.

La complejidad de nuestra cadena suministro, que ha aumentado todavía más, ha elevado sus costes y ha penalizado nuestro avance.

Sabemos que nos queda camino para crecer de forma rentable y generar valor, pero vamos a recorrerlo. Lo haremos desde la confianza que nos da tener una base sólida.

Una empresa saneada, una marca renovada, y nuevas generaciones de clientes que se suman a los que ya teníamos y que ven nuestra diferencia. Somos una marca de autor que declina la sostenibilidad. Y no hay muchas.

Creemos en esa diferencia.

Adriana Domínguez

Presidenta Ejecutiva 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 371 puntos de venta en 51 países, entre presencia física, online y omnicanal, y una facturación anual de 136,5 millones de euros. Adolfo Domínguez emplea a 1.002 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.

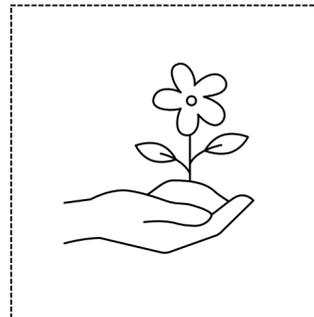


3 Adolfo Domínguez: perfil de compañía y modelo de negocio



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.

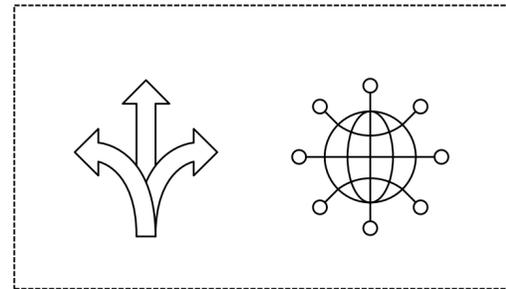
Tiendas y comercio *online*

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



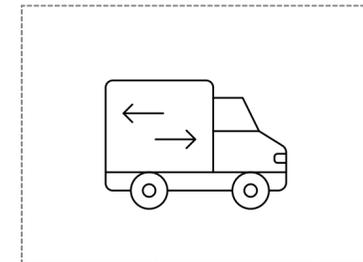
Adolfo Domínguez es una marca comprometida con la satisfacción de sus clientes y con ofrecer el mejor diseño y calidad en sus prendas. La marca llega a sus clientes a través de distintos canales de distribución: tiendas propias, franquicias, tiendas outlet, tiendas multidepartamentales y comercio *online*.

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.

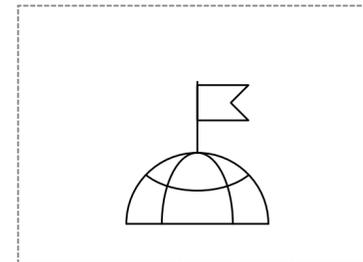
TRANSFORMACIÓN DIGITAL

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 2024/25



④ Resultados consolidados en 2024/25

I. Resultados económico-financieros

El ejercicio 2024/25 ha supuesto para Adolfo Domínguez otro ejercicio más de consolidación del crecimiento continuado de su facturación.

Así, las ventas totales consolidadas ascendieron a 136,5 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 7,8% respecto al ejercicio anterior. En términos acumulados desde el 2020 la compañía presenta un CARG del 14% en ventas. Por su parte, el e-commerce mejora un 25,4% en el ejercicio 2024/25.

En lo que respecta a las ventas comparables, estas crecen un 7,4%, y aumentan en todos los mercados principales de la marca. Mejoran un 9,4% en Europa, el mercado más maduro y con mayor volumen, y un 1,4% en México, principal filial en el extranjero. Por su parte, Japón decrece un -3,1%. Las ventas comparables muestran el sólido crecimiento orgánico del negocio, apoyado en la propuesta de valor diferencial de moda de autor de Adolfo Domínguez. Sin tener en cuenta el tipo de cambio y en moneda local, las ventas comparables crecen un 9,3% y aumentan un 9,4% en Europa, un 9,5% en México, un 2,4% en Japón y un 12,1% en el resto de países en los que la firma tiene presencia.

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 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 31 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 76,6 millones de euros y representa un 56,1% de la cifra de ventas: 2 millones de euros más que en el ejercicio 2023/24, aunque resulta 3 puntos porcentuales inferior al del ejercicio anterior. La evolución del margen está impactada principalmente por el aumento de los costes logísticos derivados de las tensiones geopolíticas y la disrupción de la cadena de suministro, a pesar de la continua mejora de la gestión del calendario promocional y del incremento de productos full price de continuidad. Adicionalmente, el efecto de tipo de cambio, desfavorable en 2024, y favorable en 2023, explica parcialmente el impacto.

Por su parte, el total de gastos e ingresos operativos se sitúa en 59,7 millones de euros, lo que supone un 44% de las ventas. El ratio de gastos sobre ventas mejora respecto al año anterior. La partida de Otros Ingresos de la compañía crece, entre otros, por el buen desempeño del programa de suscripción ADN PREMIUM, que cuenta con un millar de nuevos usuarios en el ejercicio.

Cifras expresadas en miles de euros

	Ejercicio 2024/25 Mar 2024 - Feb 2025	Ejercicio 2023/24 Mar 2023 - Feb 2024	% Var.
Cuenta de resultados consolidada			
Importe neto de la cifra de negocios	136.504,86	126.669,99	7,8
Aprovisionamientos	(59.859,16)	(51.996,43)	15,1
Margen Bruto	76.645,70	74.673,56	2,6
Otros ingresos de explotación	3.407,82	2.963,79	15,0
Gastos de personal	(37.417,72)	(34.706,41)	7,8
Otros gastos de explotación	(25.707,90)	(25.550,52)	0,6
EBITDA	16.927,90	17.380,42	(2,6)
Amortización del inmovilizado	(15.395,43)	(13.861,81)	11,1
Deterioro y resultado por enajenaciones de inmovilizado	1.327,88	(61,30)	c.s.
Otros resultados			--
Resultado de Explotación (EBIT)	2.860,35	3.457,31	(17,3)
Ingresos financieros	55,79	147,17	(62,1)
Gastos financieros	(1.100,00)	(1.072,62)	2,6
Gastos financieros arrendamiento	(778,56)	(789,36)	(1,4)
Diferencias negativas de cambio, neto	102,30	(772,92)	c.s.
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros y variación valor razonable instr. Financieros		(0,21)	--
Resultado financiero	(1.720,46)	(2.487,94)	(30,8)
Resultado antes de impuestos	1.139,89	969,37	17,6
Impuesto sobre beneficios	(231,52)	(239,19)	(3,2)
Resultado Neto	908,37	730,18	24,4

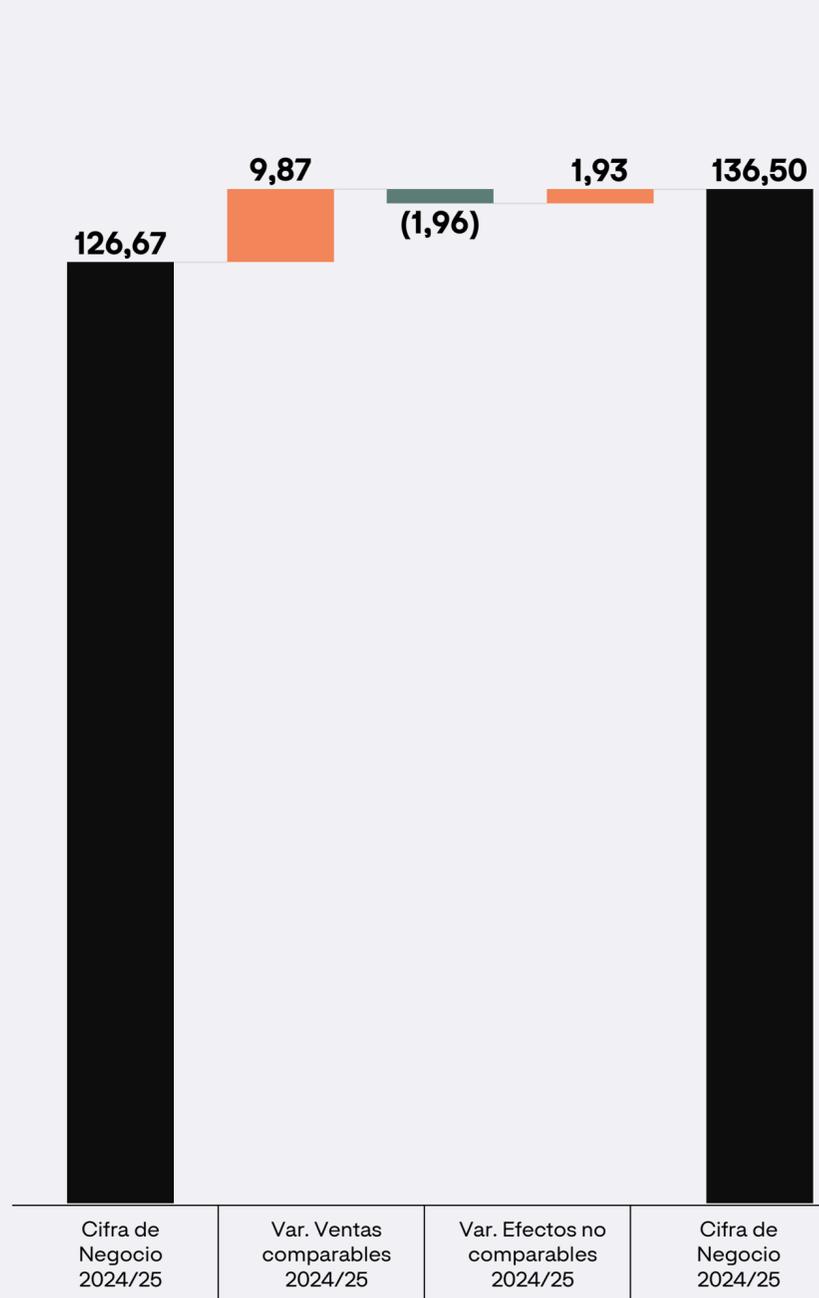
1. Definición de ventas comparables incluida en el Glosario.

4 Resultados consolidados en 2024/25

I. Resultados económico-financieros

Evolución de ingresos 2024/25

Cifras expresadas en millones de euros



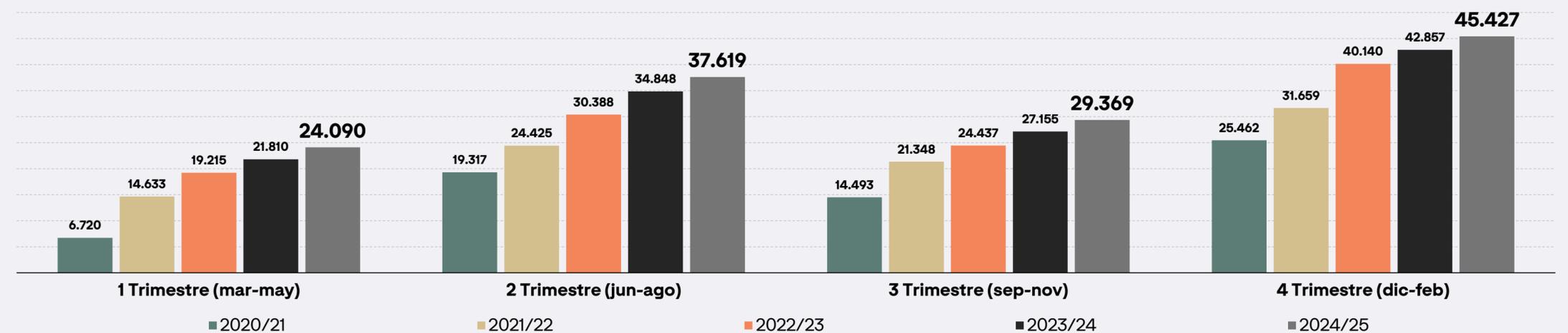
Evolución de venta trimestrales acumuladas 2020/21 a 2024/25

Cifras expresadas en miles de euros



Evolución ventas trimestrales 2020/21 a 2024/25

Cifras expresadas en miles de euros



4 Resultados consolidados en 2024/25

I. Resultados económico-financieros

En términos de EBITDA, esta medida alternativa de rendimiento se sitúa en un 12,4% con 16,9 millones de euros, un punto porcentual por debajo de 2023. La evolución del EBITDA se explica principalmente por el impacto de la subida de los costes de transporte reflejada en el margen.

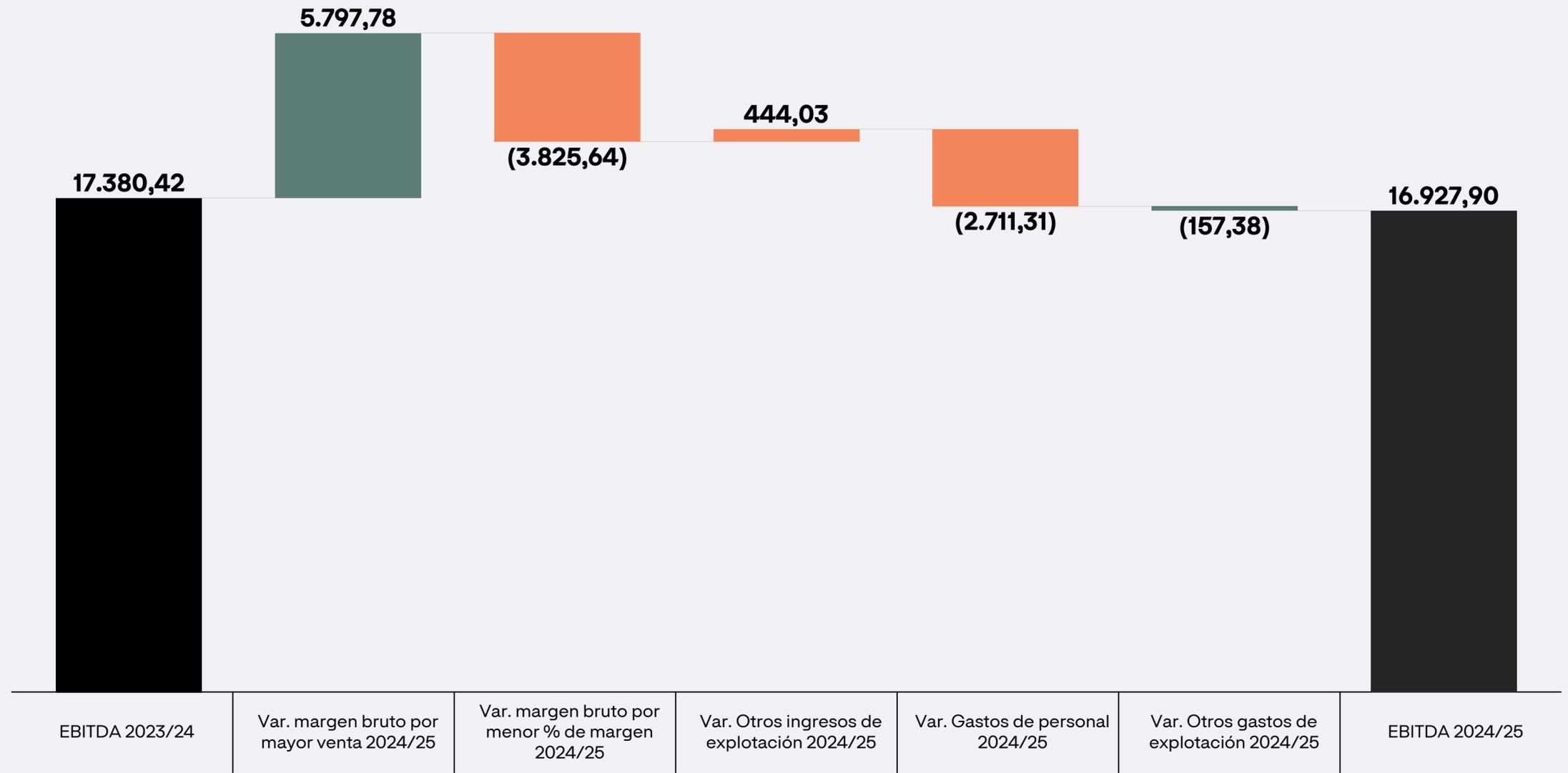
Una vez deducidas las amortizaciones y deterioros, el resultado de explotación (EBIT) se sitúa en 2,9 millones de euros, lo que supone un 2% sobre ventas. La evolución del EBIT refleja la venta de la tienda del Grupo de moda en Bilbao, en propiedad desde 1997, y que la compañía ha vendido tras su traslado a un emplazamiento con mayor potencial comercial, compensando parcialmente el impacto del deterioro del ejercicio.

Esta métrica se ve afectada por el esfuerzo continuado del Grupo en posicionar la marca y por situarse en localizaciones premium en un contexto de alquileres más altos.

En cuanto al resultado financiero, este se sitúa en 1,7 millones de euros, incluyendo el impacto por IFRS16 de 0,8 millones de euros.

Por último, la buena evolución de la facturación, a pesar de la caída del margen bruto sobre las ventas, y las eficiencias en la gestión de los gastos de explotación generan un resultado neto positivo de 0,9 millones de euros. La compañía suma tres ejercicios consecutivos con resultado neto positivo, consolida así su recuperación y vuelta a la senda de la rentabilidad sostenible.

Evolución de EBITDA 2024/25
Cifras expresadas en miles de euros

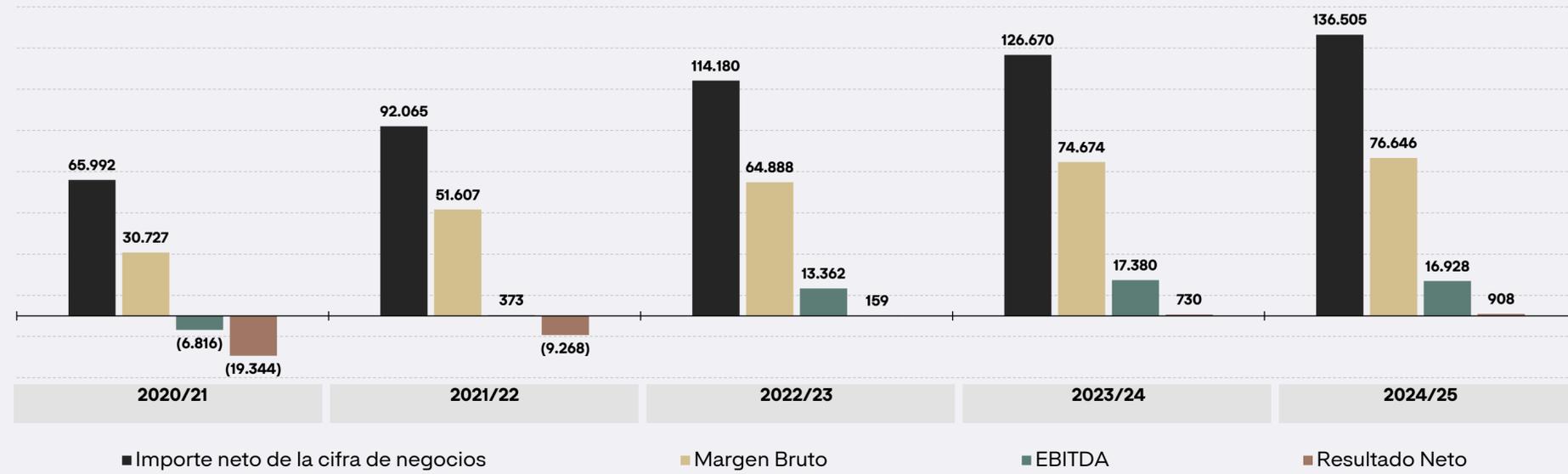


4 Resultados consolidados en 2024/25

II. Balance y financiación

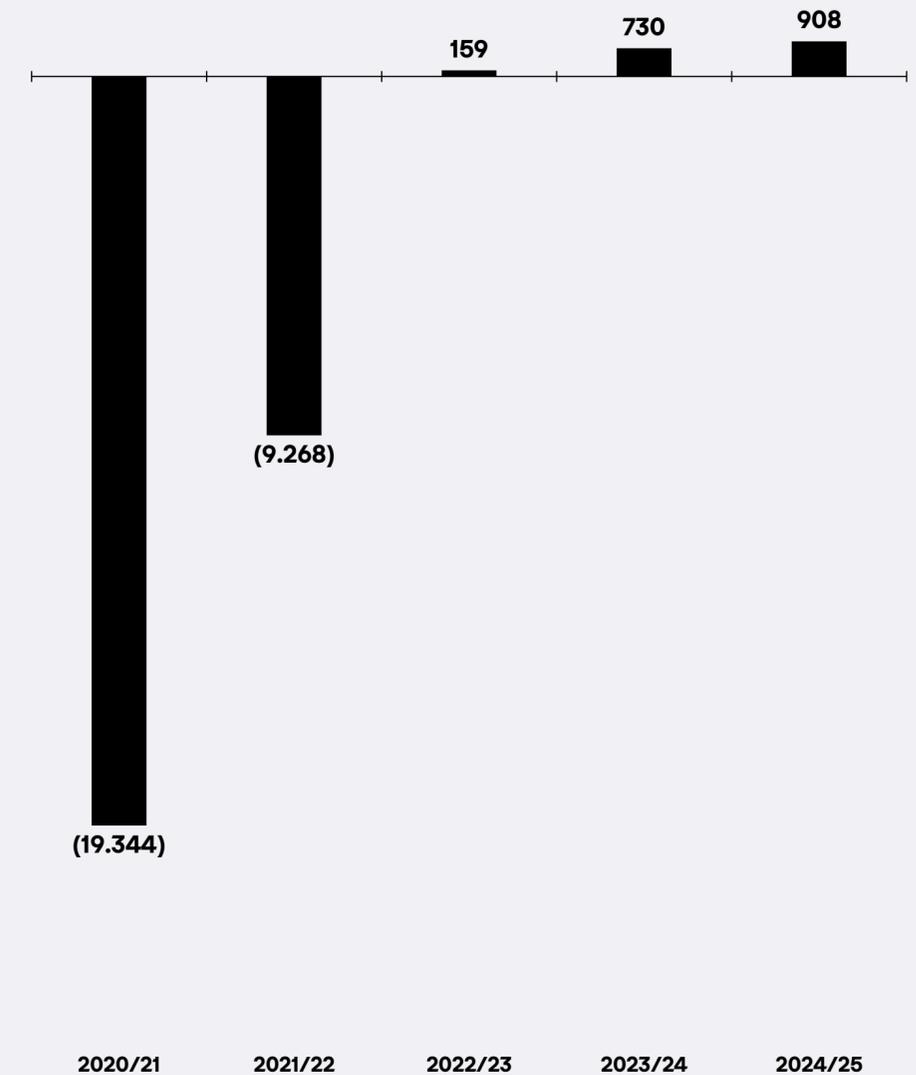
Evolución Ingresos vs Margen Bruto vs EBITDA vs Resultado Neto periodo ejercicios 2019/20 a 2024/25

Cifras expresadas en miles de euros



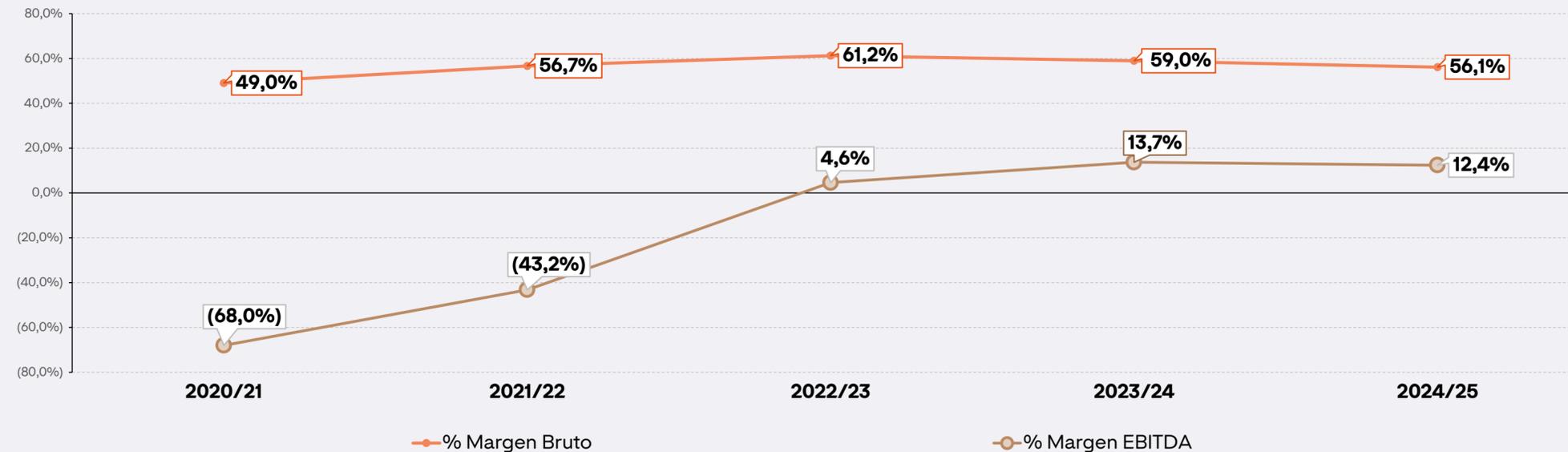
Resultado Neto periodo ejercicio 2020/21 a 2024/25

Cifras expresadas en miles de euros



Evolución % margen bruto, margen EBITDA sobre ventas ejercicios 2020/21 a 2024/25

Cifras expresadas en %



④ Resultados consolidados en 2024/25

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 2020 préstamos a largo plazo avalados por el ICO por importe de 15,5 millones de euros con vencimiento en abril de 2026. Desde entonces, la firma ha ido cumpliendo con el calendario de amortización anual de manera que a la fecha del ejercicio 2024/25, el importe pendiente asciende a 2,8 millones de euros. En 2023, el importe ascendía a 8,6 millones de euros. En el ejercicio 2024/25, la compañía ha repagado de forma anticipada 3 millones de euros. Desde el punto de vista de la estructura de capital, el saldo de deuda financiera neta asciende a 6,3 millones de euros (10 millones de euros en 2023/24), lo que apenas representa un 5,7% de la base de activos y un 36% 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 2025 en 0,4x, lo que significa un elevado nivel de cobertura de deuda mediante la generación interna de recursos operativos.

Fondo de maniobra consolidado: las variaciones producidas en la estructura del estado de situación financiera consolidado se reflejan en el Fondo de Maniobra que disminuye en -5,2 millones de euros respecto al ejercicio anterior, principalmente por el repago de la deuda ICO. La compañía mantiene una posición financiera sólida y bajo control, con un fondo de maniobra cercano al equilibrio (-468 miles de euros) sin considerar los efectos contables de la NIIF 16. Esta cifra refleja una adecuada gestión de los activos y pasivos corrientes, y el compromiso por preservar la estabilidad operativa en el corto plazo. El impacto de la NIIF 16 (-12,9 millones de euros) responde al reconocimiento técnico de pasivos por arrendamientos, sin implicar salidas inmediatas de caja, lo que reafirma la solidez estructural del negocio. Seguimos enfocados en una gestión financiera responsable, orientada a la eficiencia y sostenibilidad.

Crifras expresadas en miles de euros

	Ejercicio 2024/25	Ejercicio 2023/24	% Var.
Balance de situación consolidado	28/02/2025	29/02/2024	
Activo no corriente	68.841,58	70.945,56	(3,0)
Derechos de uso	37.559,38	37.092,93	1,3
Inmovilizado intangible	2.620,37	4.121,67	(36,4)
Inmovilizado material	8.848,02	8.961,06	(1,3)
Inmuebles de inversión	1.897,16	3.267,25	(41,9)
Inversiones financieras a largo plazo	4.903,85	4.787,14	2,4
Activos por impuesto diferido	12.939,75	12.588,91	2,8
Otros activos no corrientes	73,06	126,60	(42,3)
Activo corriente	38.813,45	41.627,36	(6,8)
Existencias	28.132,93	25.913,50	8,6
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	6.066,80	8.297,64	(26,9)
Inversiones financieras a corto plazo	247,13	218,19	13,3
Administraciones públicas		1.675,18	--
Otros activos corrientes	1.328,96	1.183,39	12,3
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	3.037,63	4.339,46	(30,0)
Total activo	107.655,03	112.572,92	(4,4)
Patrimonio neto total	17.012,63	18.675,83	(8,9)
Pasivo no corriente	38.930,29	44.564,17	(12,6)
Provisiones	122,71	105,11	16,7
Deudas con entidades de crédito	416,66	4.714,37	(91,2)
Otros pasivos financieros	129,55	158,36	(18,2)
Pasivo por arrendamiento a largo plazo	28.146,63	29.815,29	(5,6)
Ingresos diferidos	443,39	237,96	86,3
Pasivos por impuesto diferido	9.671,34	9.533,08	1,5
Pasivo corriente	51.712,11	49.332,92	4,8
Provisiones a corto plazo	79,27	34,05	132,8
Deudas con entidades de crédito	9.942,34	10.541,81	(5,7)
Derivados	2,08		--
Otros pasivos financieros corrientes	9,92	9,39	5,7
Pasivo por arrendamiento a corto plazo	12.430,74	10.400,21	19,5
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	25.826,00	24.444,28	5,7
Administraciones Públicas	3.421,77	3.903,18	(12,3)
Total pasivo	107.655,03	112.572,92	(4,4)

4 Resultados consolidados en 2024/25

II. Balance y financiación

Cifras expresadas en miles de euros

Medidas alternativas de rendimiento	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
Importe neto de la cifra de negocios	114.876,18	65.992,16	92.065,28	114.179,63	126.669,99	136.504,86
Margen Bruto	64.272,37	30.726,54	51.606,88	64.888,12	74.673,56	76.645,70
OPEX	(52.929,38)	(37.542,43)	(51.233,94)	(55.099,22)	(60.256,93)	(63.125,62)
EBITDA	11.342,99	(6.815,89)	372,94	13.362,30	17.380,42	16.927,90
EBIT	951,91	(17.571,37)	(8.629,79)	2.960,30	3.457,31	2.860,35
Resultado Neto	(8.318,53)	(19.344,49)	(9.267,69)	158,66	730,18	908,37
Deuda financiera bruta total	982,16	15.984,81	17.524,63	18.283,21	15.256,18	10.359,00
Caja y equivalentes	9.924,74	16.353,78	15.144,99	9.136,64	4.339,46	3.037,63
Deuda Financiera Neta ¹	(8.942,58)	(368,97)	2.379,64	9.146,57	10.916,72	7.321,37
Activo Total	100.130,46	91.208,57	85.626,55	96.821,60	112.572,91	107.655,03
Recursos Propios	45.135,20	25.010,71	15.524,24	17.211,02	18.675,83	17.012,63
Deuda Financiera Neta/EBITDA ²	(0,79)	0,05	6,38	0,68	0,63	0,43
Deuda Financiera Neta/Recursos Propios	(0,20)	(0,01)	0,15	0,53	0,58	0,43
Deuda Financiera Neta/Total Activos	(0,09)	(0,00)	0,03	0,10	0,11	0,07

	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
% Margen Bruto	55,9	46,6	56,1	56,8	59,0	56,1
% Margen EBITDA	9,9	(10,3)	0,4	11,7	13,7	12,4
% Margen EBIT	0,8	(26,6)	(9,4)	2,6	2,7	2,1

Cifras expresadas en miles de euros

Ejercicio 2024/25

Ejercicio 2023/24

Cálculo Deuda Financiera Neta	28/02/2025	29/02/2024	% Var.
Deudas con entidades de crédito a largo plazo	416,66	4.714,37	(91,2)
Otros pasivos financieros a largo plazo	--	--	--
Otros pasivos financieros a largo plazo-fianzas	--	--	--
Deudas con entidades de crédito a corto plazo	9.942,34	10.541,81	(5,7)
Deuda Financiera Bruta total	10.359,00	15.256,18	(32,1)
Efectivo y otros equivalentes de efectivo	3.037,63	4.339,46	(30,0)
Deuda Financiera Neta	7.321,37	10.916,72	(32,9)

Cifras expresadas en miles de euros

Ejercicio 2024/25

Ejercicio 2023/24

Posición Financiera Neta	28/02/2025	29/02/2024	% Var.
Activos financieros	1.155,57	1.127,81	2,5
Efectivo y otros equivalentes	3.038	4.339	(30)
Total activos financieros	4.193	5.467	(23)
Deudas con entidades de crédito	(10.359,00)	(15.256,00)	(32,1)
Otros pasivos financieros	(139,48)	(167,76)	(16,9)
Total pasivos financieros	(10.498,48)	(15.423,76)	(31,9)
Posición Financiera Neta	(6.305,27)	(9.956,95)	(36,7)

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

4 Resultados consolidados en 2024/25

II. Balance y financiación

Activo

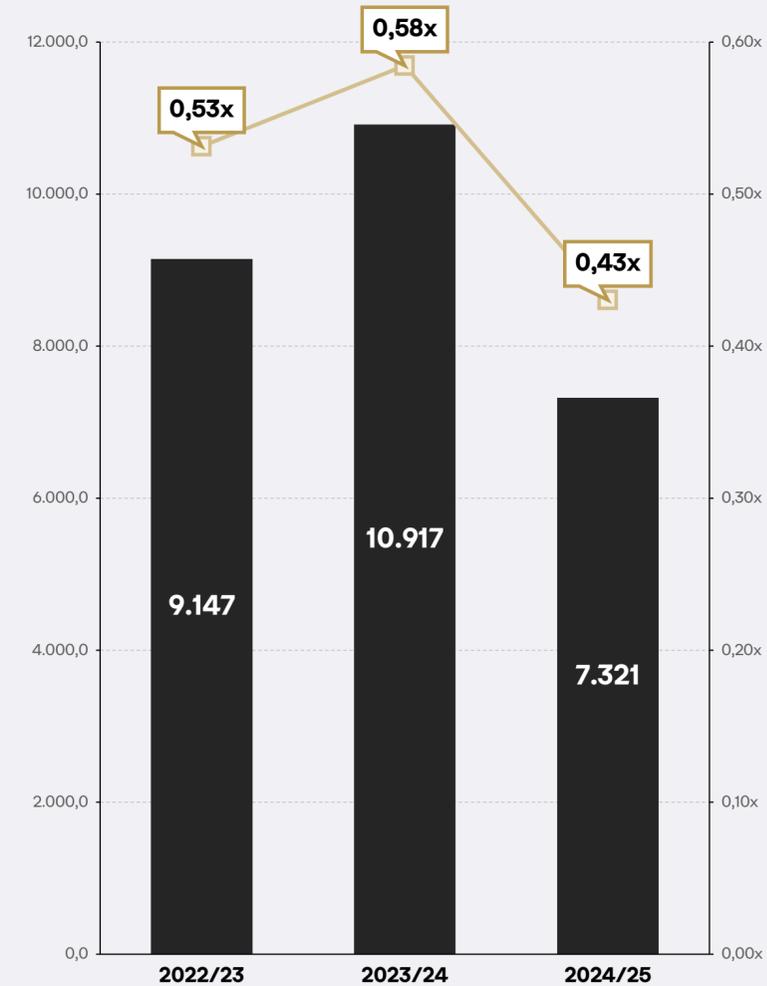


Pasivo



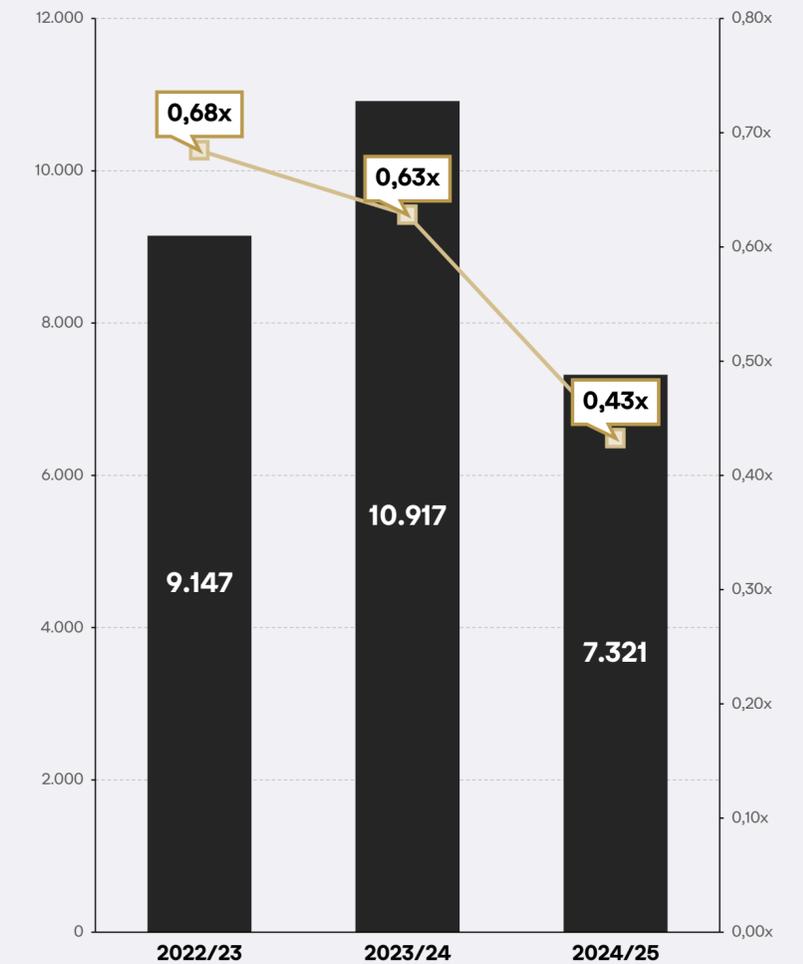
Evolución Deuda Financiera Neta¹ vs Deuda Financiera Neta/Recursos Propios

Cifras expresadas en millones de euros



Evolución Deuda Financiera Neta¹ vs Deuda Financiera Neta/EBITDA²

Cifras expresadas en millones de euros



■ Deuda Financiera Neta¹ □ Deuda Financiera Neta/Recursos Propios

■ Deuda Financiera Neta¹ □ Deuda Financiera Neta/EBITDA²

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

④ Resultados consolidados en 2024/25

III. Generación de Cash Flow

La generación del cash flow por parte de la compañía es uno de sus principales focos.

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, a la inversión y al repago de la deuda ICO.

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 2024/25, se ha continuado con el esfuerzo de posicionamiento de marca y mejora de experiencia de cliente con el impulso, entre otras iniciativas, de proyectos del Ecosistema ADN como ADN Premium.

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

Flujos de efectivo de las actividades de explotación	Ejercicio 2024/25		Ejercicio 2023/24	
	Mar 2024 - Feb 2025	Mar 2023 - Feb 2024		% Var.
Resultado consolidado del ejercicio antes de impuestos	1.139,89	969,37		17,6
Ajustes del resultado consolidado	14.575,52	16.723,49		(12,8)
Amortización del Inmovilizado	15.395,43	13.861,81		11,1
Correcciones valorativas por deterioro	(1.253,99)	468,34		c.s.
Resultado por bajas y enajenaciones del inmovilizado	(1.389,66)	66,04		c.s.
Resultado por bajas y enajenaciones de instr. financieros				--
Variación de valor razonable en instrumentos financieros				--
Ingresos financieros	1.878,56	(147,17)		c.s.
Gastos financieros	(55,79)	1.861,98		c.s.
Diferencias de cambio		740,02		--
Otros ingresos y gastos	0,97	(127,53)		c.s.
Cambios en el capital corriente	2.636,11	(233,03)		c.s.
Existencias	(4.729,32)	8,28		c.s.
Deudores y otras cuentas a cobrar	4.668,91	130,46		n.s.
Otros activos corrientes	(148,56)	(153,86)		(3,4)
Acreedores y otras cuentas a pagar	2.845,08	566,72		n.s.
Otros pasivos corrientes				--
Otros activos y pasivos no corrientes		(784,63)		--
Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación	(1.853,93)	(3.065,19)		(39,5)
Pagos de intereses	(1.205,89)	(1.072,62)		12,4
Cobros de intereses	55,79	147,17		(62,1)
Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios	(703,83)	(2.139,74)		(67,1)
Total Flujos de efectivo de las actividades de explotación	16.497,60	14.394,64		14,6
Flujos de efectivo de las actividades de inversión	Mar 2024 - Feb 2025	Mar 2023 - Feb 2024		% Var.
Pagos por inversiones	(3.104,18)	(4.298,99)		(27,8)
Inmovilizado material, intangible e inversiones inmobiliarias	(2.602,99)	(3.887,15)		(33,0)
Otros activos financieros	(501,19)	(411,84)		21,7
Cobros por desinversiones	3.745,99	10,14		n.s.
Inmovilizado material, intangible e inversiones inmobiliarias	3.352,27	5,08		n.s.
Otros activos financieros	393,72	5,06		n.s.
Total Flujos de efectivo de las actividades de inversión	641,81	(4.288,85)		c.s.

Emisión de instrumentos de patrimonio

Flujos de efectivo de las actividades de financiación	Ejercicio 2024/25		Ejercicio 2023/24	
	Mar 2024 - Feb 2025	Mar 2023 - Feb 2024		% Var.
Cobros y pagos por instrumentos de patrimonio		1.052,55		--
Emisión de instrumentos de patrimonio		1.052,55		--
Enajenación de instrumentos de patrimonio propio				--
Pagos por dividendos y remun. de otros instr. de Patrimonio				--
Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero	(4.897,18)	(3.797,37)		29,0
Emisión de deuda con entidades de crédito				--
Emisión de otras deudas				--
Devolución de deuda con entidades de crédito	(4.897,18)	(3.797,37)		29,0
Devolución de otras deudas				--
Otros flujos de efectivo de las actividades de financiación	(13.221,47)	(12.143,60)		8,9
Pagos por arrendamiento	(13.221,47)	(12.143,60)		8,9
Total Flujos de efectivo de las actividades de financiación	(18.118,64)	(14.888,42)		21,7
Efecto de las variaciones de los tipos de cambio	(322,59)	(14,54)		n.s.
Aumento/Disminución neta del efectivo o equivalentes	(1.301,82)	(4.797,17)		(72,9)
Efectivo o equivalentes al comienzo del periodo	4.339,46	9.136,64		(52,5)
Efectivo o equivalentes al final del periodo	3.037,63	4.339,47		(30,0)

Cálculo del free cash flow

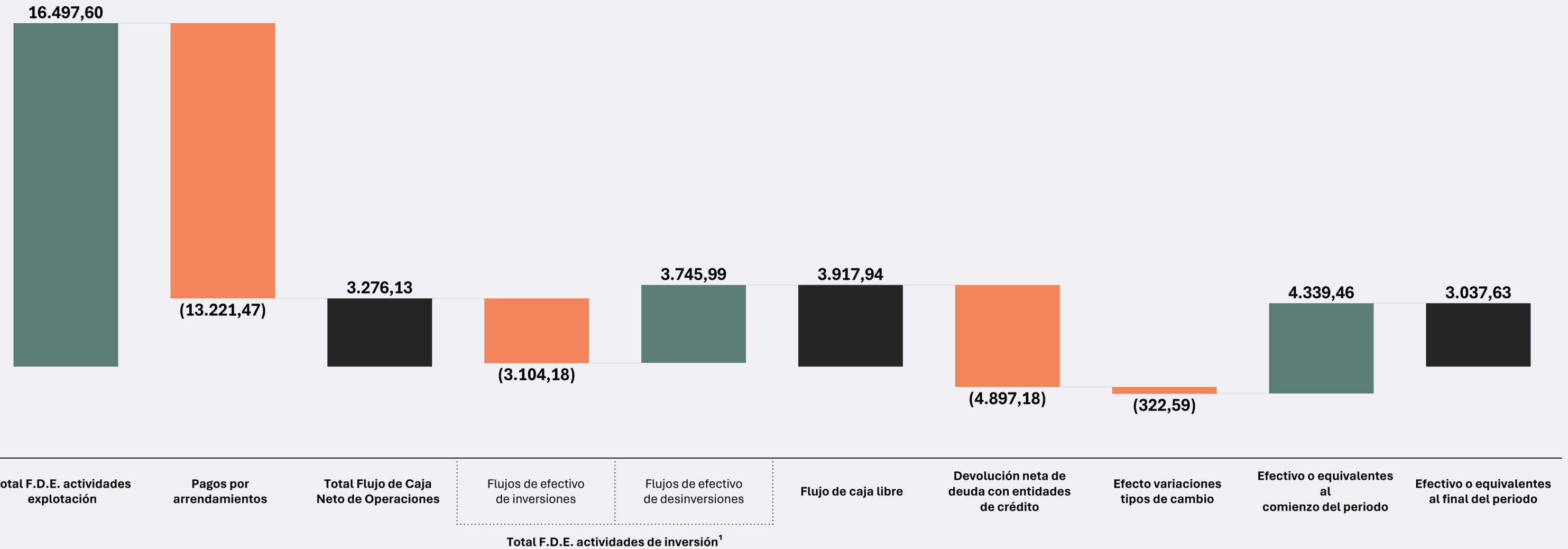
	Mar 2024 - Feb 2025	Mar 2023 - Feb 2024	% Var.
EBITDA	16.927,90	17.380,42	(2,6)
Capex del periodo	(3.104,18)	(4.298,99)	(27,8)
Inversión en circulante	2.636,11	(233,03)	c.s.
Pago de intereses financieros netos	(1.150,10)	(925,45)	24,3
Pago de impuesto sobre Sociedades	(703,83)	(2.139,74)	(67,1)
Flujo de caja libre	14.605,91	9.783,21	49,3

④ Resultados consolidados en 2024/25

III. Generación de Cash Flow

Generación de Cash Flow 2024/25

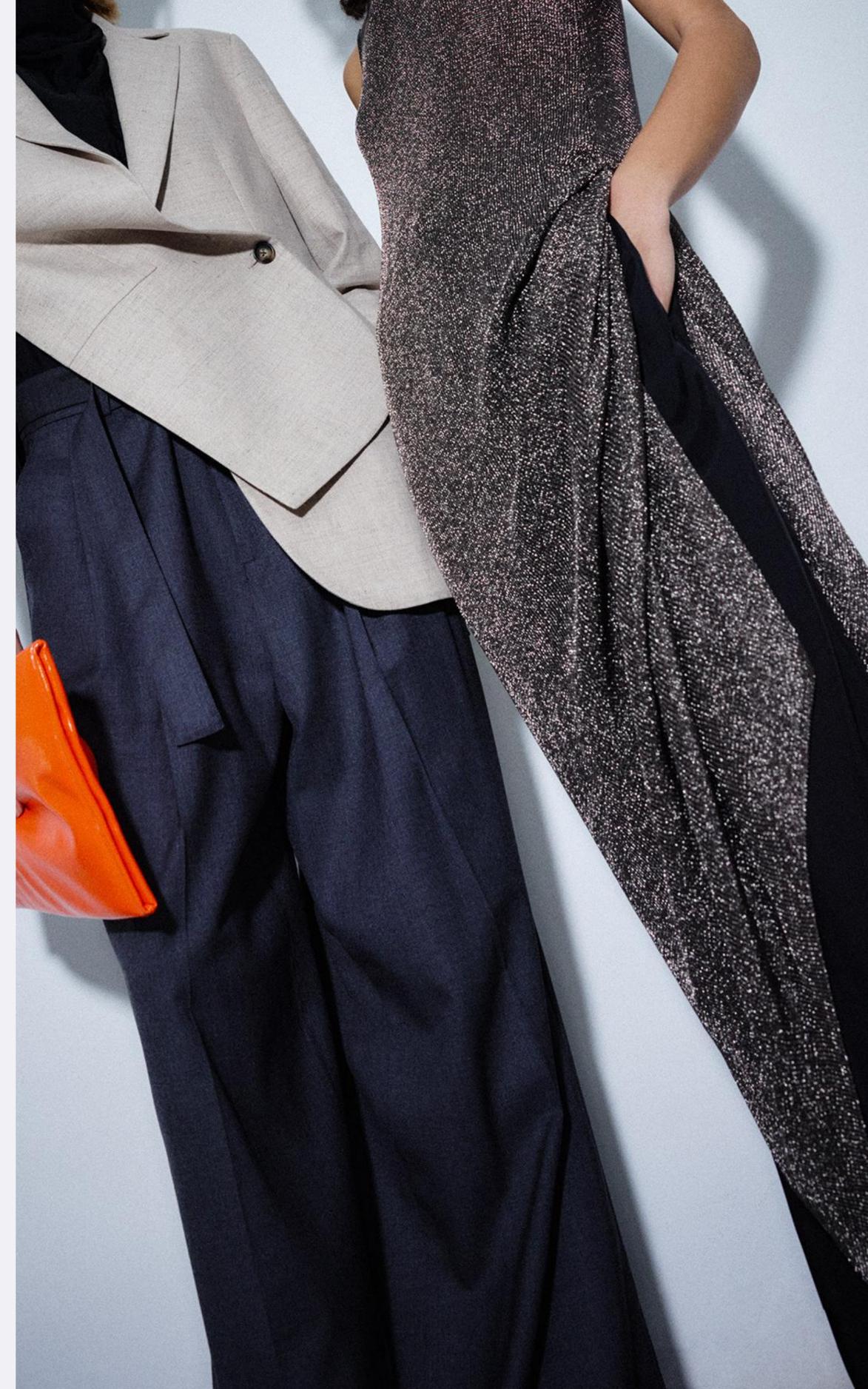
Cifras expresadas en miles de euros



1. El total de Flujos de Efectivo de las actividades de inversión incluye el ingreso extraordinario por la venta de la tienda en Bilbao.

5

Red de Distribución y desglose de ventas



5 Red de Distribución y desglose de ventas

I. Canales de distribución

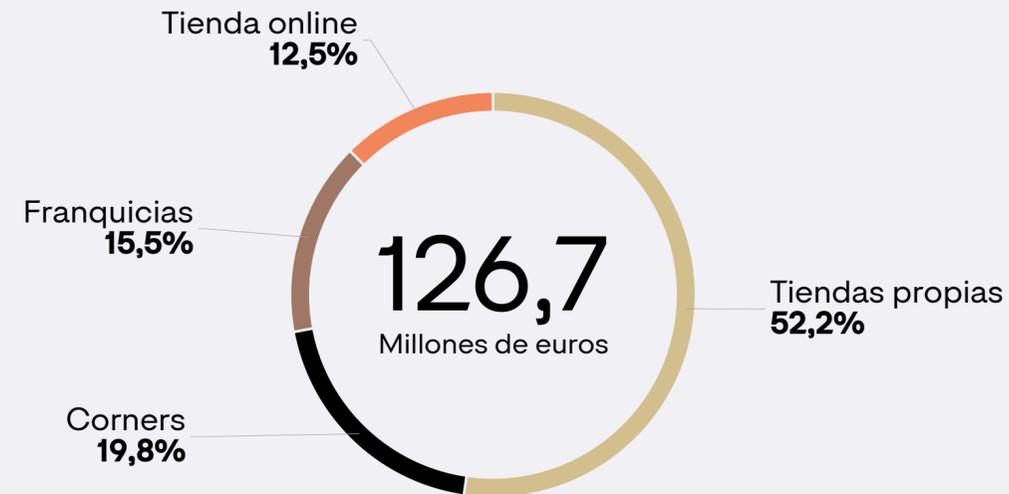
La red comercial de Adolfo Domínguez se distribuye en 371 puntos de venta en 51 países: 20 de ellos con tiendas físicas, 22 a través del canal online y 9 con presencia omnicanal.

El 71% de los puntos de venta de la red comercial está formado por tiendas (98 establecimientos) o córners (166) de gestión directa, y el 29% por franquicias (107).

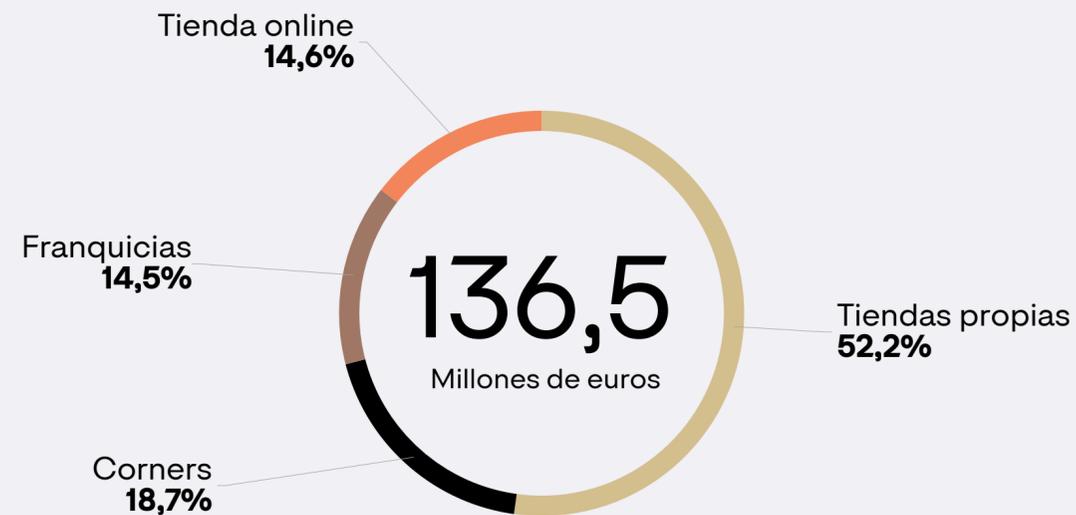
Durante el ejercicio 2024/25, han crecido las ventas en todos los canales de distribución. La mejora en tiendas propias fue del 7,7%, del 2,3% en los córners, del 0,8% en las franquicias, y del 25,4% en la tienda online.

El reposicionamiento de los puntos de venta aumenta las ventas medias por punto de venta (de 267,1 en 2019/20 a 319,1 en 2024/25), obteniendo importantes ganancias de eficiencia.

Distribución ingresos por canales de distribución 2023/24

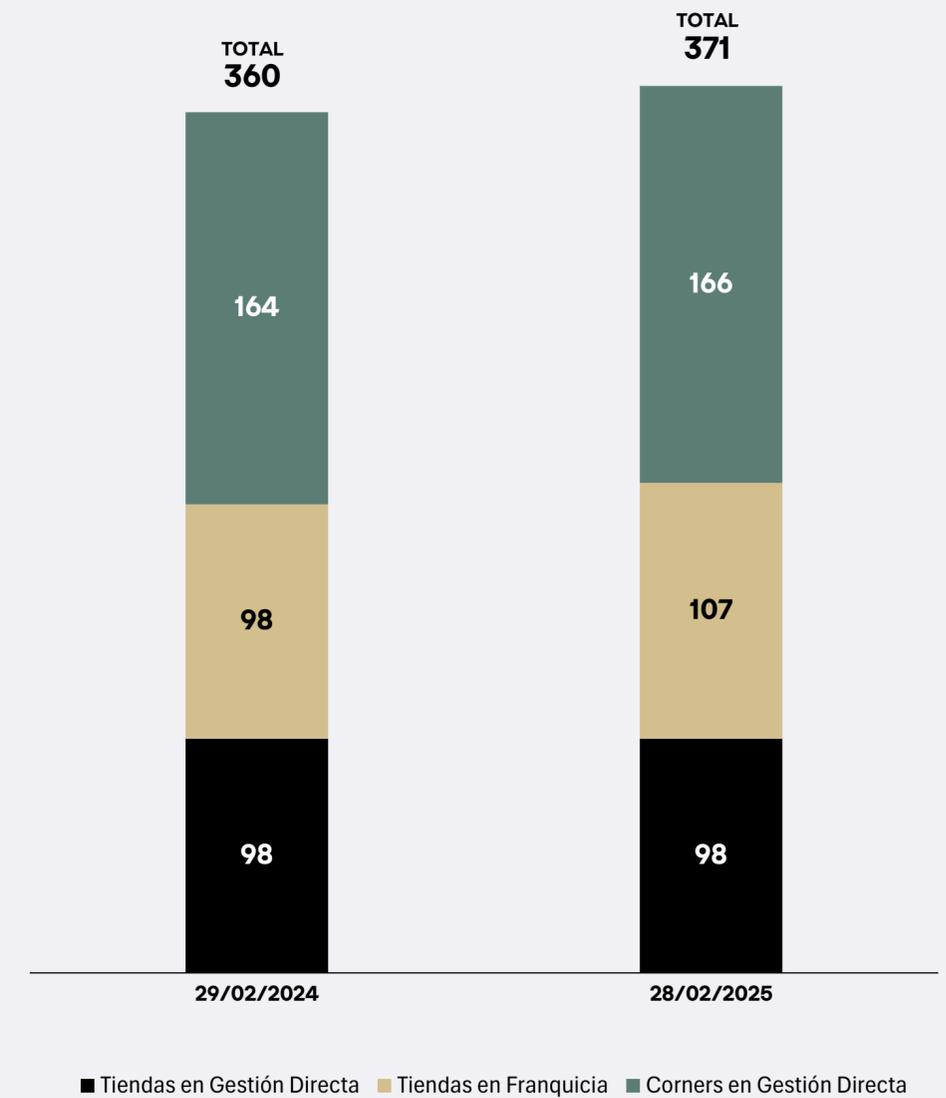


Distribución ingresos por canales de distribución 2024/25



Evolución de puntos de venta por categoría

Cifras expresadas en unidades

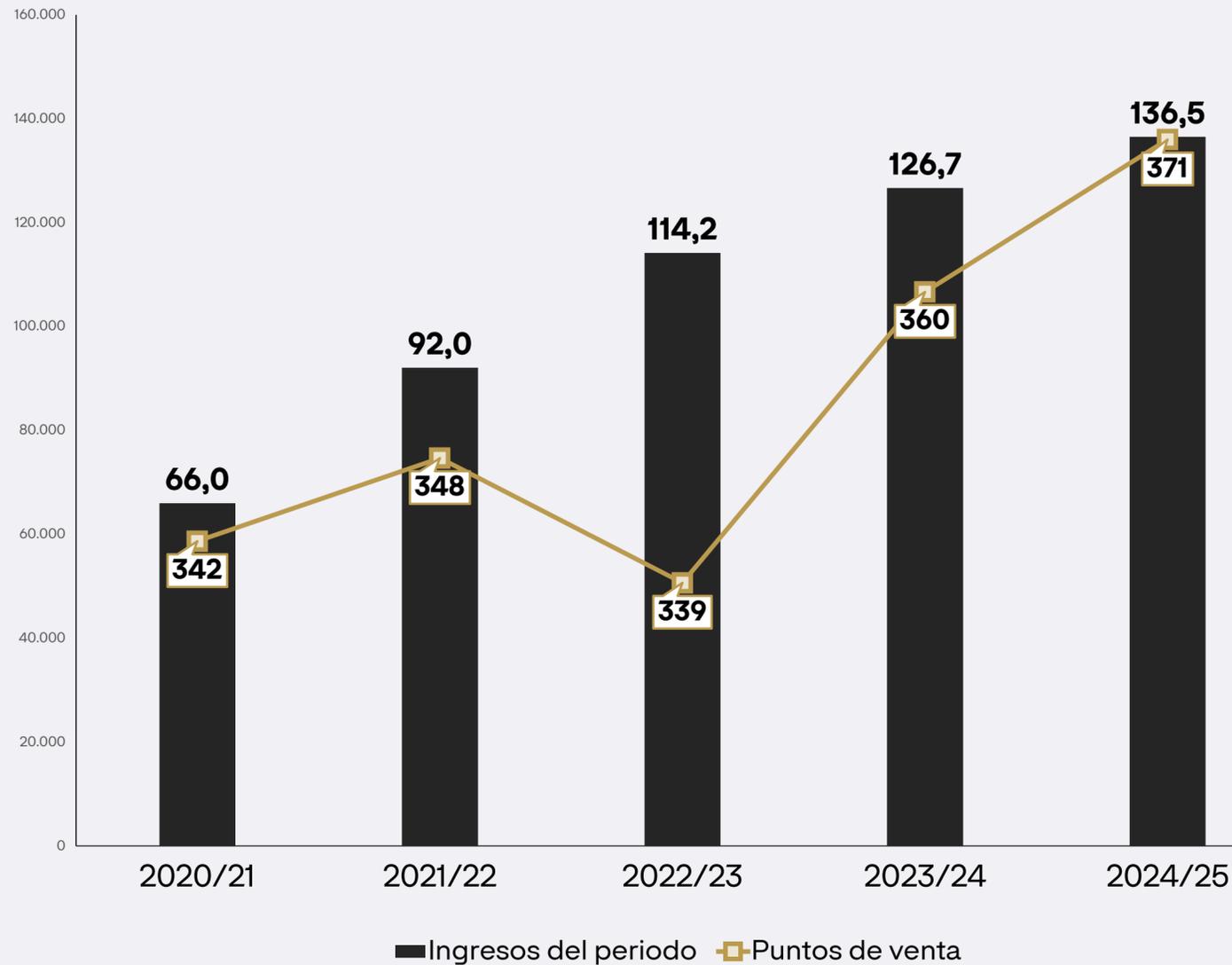


5 Red de Distribución y desglose de ventas

I. Canales de distribución

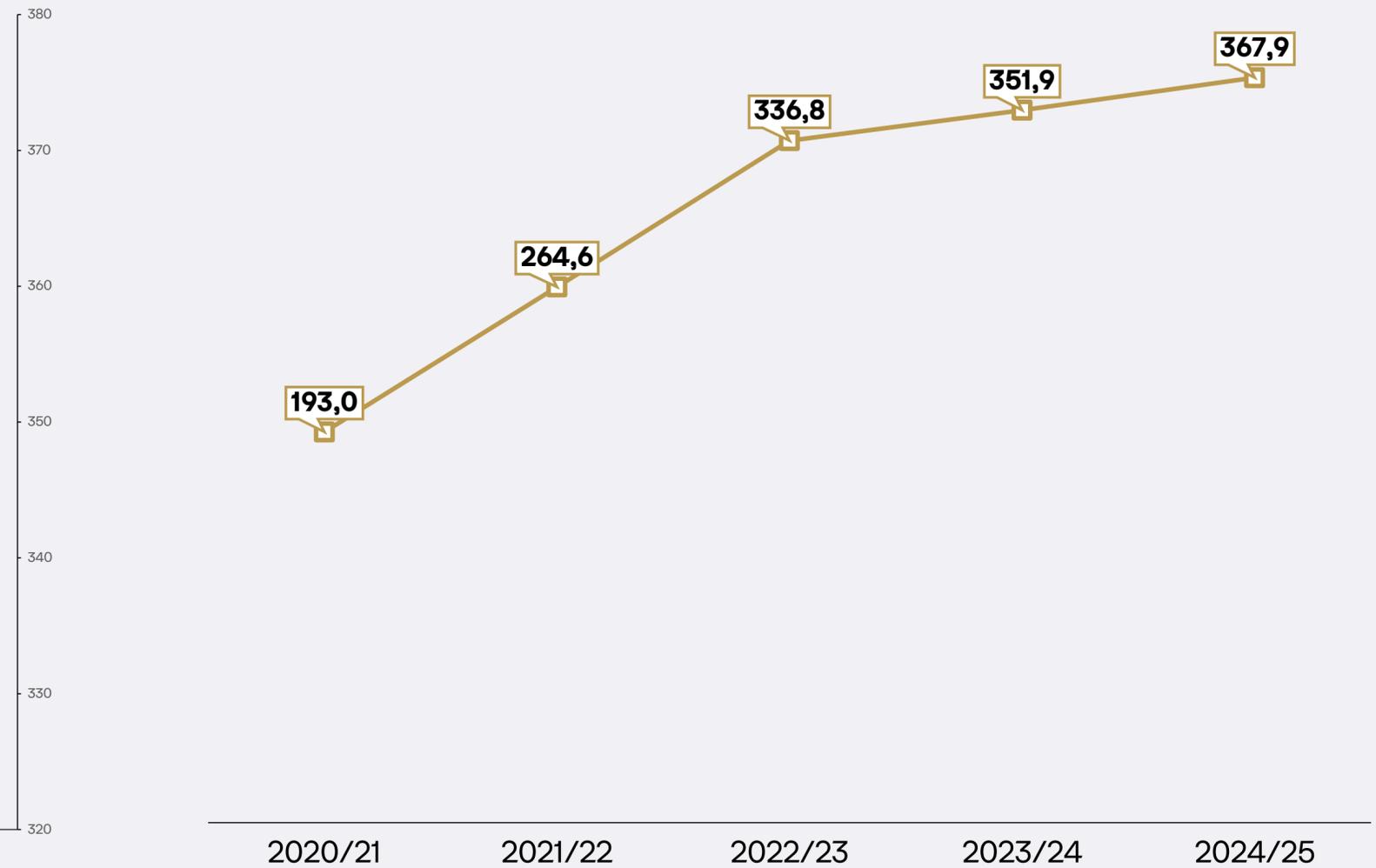
Evolución anual de ventas y puntos de venta

Cifras expresadas en millones de euros y puntos de venta al final del periodo



Ingreso medio por punto de venta

Cifras expresadas en miles de euros



1. Ventas incluye las procedentes del canal online como consecuencia de la estrategia de omnicanalidad.

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	Ejercicio 2024/25		% Var.
	Mar 2024 - Feb 2025	Mar 2023 - Feb 2024	
Importe neto de la cifra de negocios	136.504,86	126.669,99	7,8
Tiendas propias	71.232,79	66.160,41	7,7
Corners	25.614,31	25.032,10	2,3
Franquicias	19.767,71	19.612,70	0,8
Tienda online	19.890,05	15.864,78	25,4

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

% Distribución de cifra neta de negocios por tipo de canal de distribución	Ejercicio 2024/25		Var. p.p.
	Mar 2024 - Feb 2025	Mar 2023 - Feb 2024	
Importe neto de la cifra de negocios	100,0	100,0	
Tiendas propias	52,2	52,2	(0,0)
Corners	18,8	19,8	(1,0)
Franquicias	14,5	15,5	(1,0)
Tienda online	14,6	12,5	2,0

Ejercicios fiscales finalizados en febrero

% distribución de cifra neta de negocios entre nacionales e internacionales	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
Importe neto de la cifra de negocios	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
% Ventas nacionales	64,0	62,5	64,5	62,5	58,8	59,1
% Ventas internacionales	36,0	37,5	35,5	37,5	41,2	40,9

Cifras expresadas en unidades

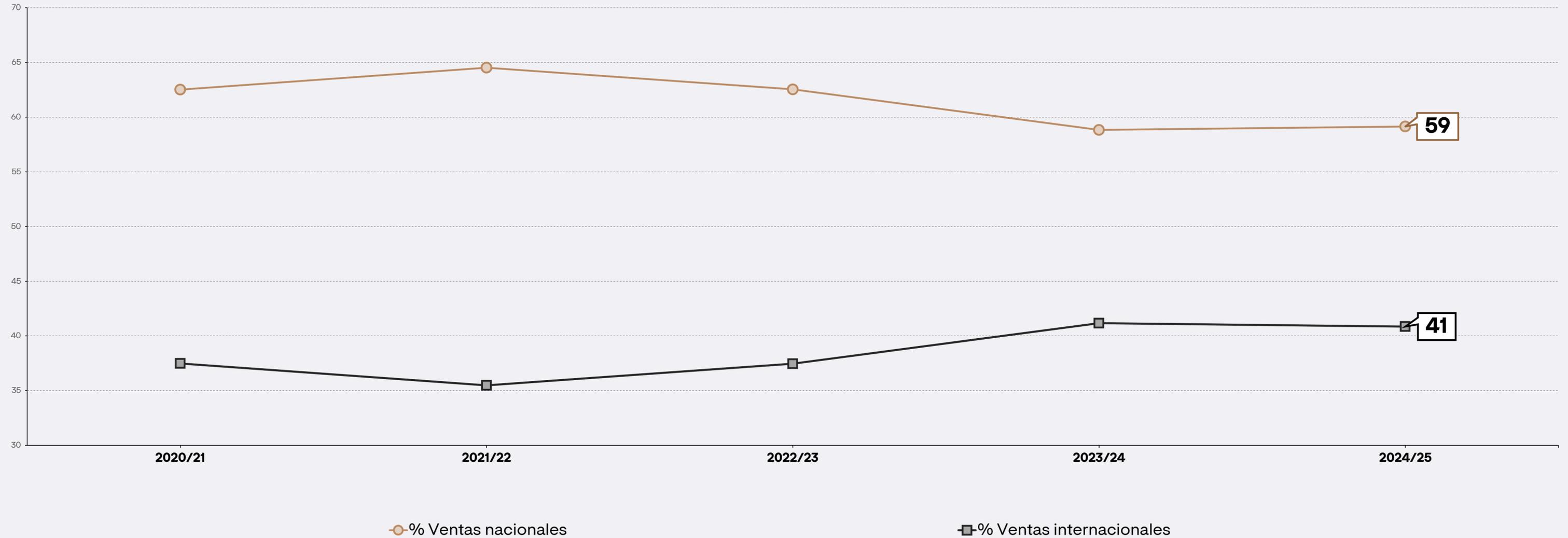
Evolución de puntos de venta físicos y online	Tiendas propias	Franquicias	Corners	Total
Total puntos de venta a 29.02.2024	98	98	164	360
Nuevas aperturas	5	12	8	25
Transferencias netas de tiendas propias a franquicias	0	0	0	0
Cierres	(5)	(3)	(6)	(14)
Total puntos de ventas a 28.02.2025	98	107	166	371
Nº de tiendas reformadas durante el ejercicio	1	2	2	5

5 Red de Distribución y desglose de ventas

I. Canales de distribución

Evolución histórica ventas nacionales vs internacionales, 2020/21-2024/25

Cifras expresadas en %



5 Red de Distribución y desglose de ventas

II. Adolfo Domínguez mercado a mercado

Las ventas totales del Grupo crecen en Europa (+11,4%) y México (+3,3%), mientras que en Japón se reducen (-11,7%). Estos comportamientos han estado influidos por el comportamiento del tipo de cambio, especialmente en Japón, donde la política de tipos bajos del Banco de Japón ha auspiciado movimientos especuladores de inversores hacia mercados con crecimiento y tipos más altos, situación que ya empezó a mostrar mejoras hacia el final del ejercicio 2024/25. En términos comparables sin efecto de tipo de cambio, también han crecido las ventas en Japón (+2.4%).

Adolfo Domínguez continúa apostando por la internacionalización y el 63% de sus tiendas están ya fuera de España, 3 puntos porcentuales más que en el periodo anterior. Durante el ejercicio 2023/24, la compañía ha abierto 25 puntos de venta, reformado 5 y reubicado 7 puntos de venta.

EL 100% de las aperturas (25 puntos de venta) se ha realizado en el ámbito internacional, distribuidas entre tiendas propias, franquicias y córners, con un enfoque estratégico en mercados clave.

En Europa, la marca ha fortalecido su presencia con la apertura de dos tiendas propias en Portugal, segundo mercado más importante en el continente por detrás de España, y con la apertura en Francia de una nueva tienda en el centro comercial Carrousel du Louvre, uno de los puntos clave en el turismo de París, entre otras aperturas. En el caso de España, la firma ha reubicado y renovado su imagen en sus espacios de El Corte Inglés de Preciados (Madrid).

En México, la marca ha abierto 8 puntos de venta, 6 de ellos de la mano de Palacio de Hierro, principal socio de la firma en el país.

La marca ha abierto además tiendas en Grecia, Uruguay, Chipre, Colombia y Ecuador como parte de su estrategia para seguir consolidando su presencia en Europa y América Latina.

Distribución ingresos por canales de distribución 2023/24



Distribución ingresos por canales de distribución 2024/25



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. El informe completo puede consultarse en la web de la compañía y en la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). En esta sección se reflejan los principales avances en materia de sostenibilidad.

Rankings y certificaciones

En 2025, Adolfo Domínguez se convirtió en la mayor empresa textil de España en obtener la prestigiosa certificación B Corp, con una puntuación de 90,6 puntos, reafirmando su compromiso con los más altos estándares de sostenibilidad, responsabilidad social y transparencia

En 2024, Adolfo Domínguez se situó en la 5ª posición del ranking de Responsabilidad ESG Merco del sector de la moda, lo que supone una mejora de 2 puestos con respecto al ranking de 2023.

Este hito fue posible gracias al alineamiento de todas las direcciones corporativas de la empresa, e incluyó la aprobación, en la Junta General de Accionistas de mayo de 2024, de la integración de la calidad de los productos, el respeto al medioambiente y a las personas como parte fundamental de la misión y propósito de la empresa.

Gobernanza de la sostenibilidad

Doble materialidad

Durante 2024/25, Adolfo Domínguez ha llevado a cabo un exhaustivo análisis de doble materialidad para identificar los impactos, riesgos y oportunidades relevantes para sus operaciones, relaciones comerciales y cadena de valor. Este proceso se ha desarrollado en cumplimiento de la Directiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo, de diciembre de 2022, y siguiendo las recomendaciones de la guía de implementación EFRAG IG 1 Materiality Assessment.

Tema	Subtema	Impacto	Riesgo	Oportunidad	Operaciones propias / CV
Cambio climático	Adaptación y mitigación al cambio climático	✓	✓	-	Ambas
	Energía	-	✓	✓	Ambas
	Cuidado y protección de los recursos naturales y de los ecosistemas	✓	✓	✓	Cadena de valor
	Economía circular	✓	✓	✓	Ambas
Social	Condiciones de trabajo de los trabajadores directos	✓	✓	✓	Operaciones propias
	Desarrollo y formación del talento	✓	✓	✓	Operaciones propias
	Empleo seguro	-	✓	✓	Operaciones propias
	Aspectos sociales de la relación con proveedores y franquiciados	✓	✓	✓	Cadena de valor
	Impacto en la comunidad	-	-	✓	Ambas
	Calidad del servicio y satisfacción del consumidor	✓	-	-	Operaciones propias
Gobernanza	Cultura corporativa y compromiso político	✓	✓	✓	Operaciones propias
	Corrupción y soborno	-	✓	-	Operaciones propias
	Gestión de las relaciones con los proveedores	-	✓	✓	Operaciones propias
	Privacidad y seguridad de la información	-	✓	✓	Operaciones propias

6 Sostenibilidad y gestión ESG: la estrategia Impacto Positivo

De este análisis se han identificado las principales cuestiones ESG que resultan materiales a la compañía en función de su impacto, riesgo y oportunidad:

Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

Políticas de sostenibilidad

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

Gobernanza

- Código de Conducta y Prácticas Responsables
- Política de anticorrupción y antisoborno
- Estrategia y Política Fiscal
- Política de Contratación y Compras Generales
- Protocolo de Prevención y Detección de Delitos
- Reglamento del Comité de Ética
- Política de Comunicación Corporativa
- Política de Protección de Datos
- Política de Operaciones Vinculadas
- Manual de Gestión de Riesgos
- Procedimiento de Tesorería
- Procedimiento de Operaciones Vinculadas
- Procedimiento de Diligencia Debida de terceros
- Política y procedimiento de Prevención de Blanqueo de Capital y Financiación del terrorismo

Ambiental

- Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto Positivo
- Política de Bienestar animal

Trabajadores

- Procedimiento de Prevención de Riesgos Laborales
- Política y Procedimiento de Aceptación de Regalos y Atenciones
- Procedimiento de Selección de Personal
- Procedimiento de Desplazamientos y Gastos de Viaje
- Régimen Disciplinario
- Protocolo para la prevención y actuación frente al acoso sexual y el acoso por razón de sexo en el ámbito laboral
- Procedimiento de Formación
- Normas de Régimen Interno
- Política de Desconexión Digital
- Política de Protección de Datos

- Procedimiento de Verificación de las Obligaciones de Actualización y Supresión de Ficheros de Datos Personales
- Procedimiento de Incidentes de Seguridad
- Normativa del Sistema Interno de Información
- Política de Retención de Datos
- Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto positivo
- Política de Gestión de Becas
- Procedimiento de Bienvenida e integración

Proveedores

- Política de Contratación y Compras Generales
- Código de Conducta y Prácticas Responsables
- Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto positivo

Comunidad local

- Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores
- Procedimiento de control de Calidad
- Política y Procedimiento de Donaciones
- Protocolo de Inspecciones o Incoación de Expedientes

Clientes

- Código de Conducta y Prácticas Responsables
- Normativa del Sistema Interno de Información
- Política de Comunicación Corporativa
- Política de Protección de Datos
- Procedimiento de control de Calidad
- Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto positivo

Aspectos medioambientales

El modelo de negocio de Adolfo Domínguez, promoviendo una moda consciente de autor pretende ser mas respetuoso con la preservación del entorno, 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.

Cambio climático

En 2024/25, la compañía ha calculado por primera vez su huella de carbono completa, incluyendo la totalidad de emisiones directas e indirectas y ha empezado a trazar su ruta de descarbonización para definir metas y actuaciones alineadas con los objetivos establecidos en el Acuerdo de París.

Toda la energía en oficinas, almacenes y centros logísticos y el 92% de las tiendas de gestión directa de España está contratada con IBERDROLA, 91% en el ejercicio anterior, empresa que certifica que el 100% de la energía que comercializa a Adolfo Domínguez es renovable, que permite reducir emisiones de CO2 eq. Esto supone que un 96% de energía renovable adquirida en España, que supone un 76% a nivel global, siendo en el ejercicio anterior un 95% y 75% respectivamente.

Emisiones de gases de efecto invernadero (tCO2 eq)

	2024/25 ²	2023/24 ¹
Emisiones de GEI brutas de alcance 1 (tCO2eq)	434 ¹	418 ²
Emisiones de GEI brutas de alcance 2 basadas en el mercado (tCO2eq)	312 ³	371 ⁴
Emisiones de GEI indirectas brutas totales (alcance 3) (tCO2eq)	16.344 ⁵	N/A ⁶
Emisiones de GEI totales (basadas en el mercado) (tCO2eq)	17.542	-
Intensidad de las emisiones de alcance 1 y 2 sobre facturación (tCO2eq/MME)	5,47	6,23

1. Los factores de emisión aplicados son los siguientes: gas natural: 2,116 Kg de CO2 eq/m3; gasóleo C: 2,721 Kg de CO2 eq/l; diésel de automoción: 2,516 Kg de CO2 eq/l; y gasolina automoción 2,249 Kg de CO2 eq/l. Las emisiones fugitivas se han calculado en base a estimaciones debido a la ausencia de datos. 2. Los factores de emisión aplicados a los combustibles consumidos son los siguientes: (i) gas natural: 0,202 Kg de CO2 eq/kWh; (ii) gasóleo C: 2,868 Kg de CO2 eq/l; y (iii) gasóleo de automoción: 2,493 Kg de CO2 eq/l. Adicionalmente, al alcance 1 del año 2023 se han añadido las emisiones correspondientes a la categoría de emisiones fugitivas. Este resultado de Huella de Carbono incluye las emisiones ya calculadas para el ejercicio 2023-2024 más las provenientes de las emisiones fugitivas (calculadas para el ejercicio 2024-2025). Se realiza con el fin de facilitar la comparación de los indicadores de los diferentes años. 3. El 76% del consumo eléctrico es renovable, al que se le aplica un factor de emisión 0 kg CO2 eq/kWh. El consumo eléctrico restante no renovable se le aplican distintos factores de emisión dependiendo de la comercializadora y, en su defecto, se utiliza el factor de emisión del país en el que se localiza el consumo (obtenido de la Agencia Internacional de la Energía, el Gobierno de México y Red eléctrica española). 4. El 75% del consumo eléctrico es renovable, al que se le aplica un factor de emisión 0 kg CO2 eq/kWh. El consumo eléctrico restante no renovable se le aplica un factor de emisión de 0,36 Kg de CO2 eq/kWh. 5. El Alcance 3 se añade por primera vez el año 2024-2025. Las fuentes utilizadas son: DEFRA, OCCC, IEA y Ecoinvent. 6. Durante periodos anteriores al referente al presente informe no se realizaba el cálculo de las emisiones de Alcance 3.

De todas las políticas relacionadas con la sostenibilidad que tiene la compañía, se ha actualizado en febrero de 2024 el Código de Conducta y Prácticas responsables y que ha sido adaptado a todas sus filiales,

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 2024/25 se han recibido 15 comunicaciones en dicho canal (36 en 2023).

6 Sostenibilidad y gestión ESG: la estrategia Impacto Positivo

Materias primas

Durante 2024 continuamos apostando por fibras y tejidos más respetuosos con el planeta. Somos miembros de Leather Working Group, y certificados bajo el estándar Textile Exchange.

Materias Primas ¹ (t)	2024/25	2023/24
Textil	844	718
Piel	38	36
Metal	11	10
Otras	14	22
Total	907	786

1. Se reporta el consumo total de fibras y materias primas empleadas en las colecciones comerciales de cada uno de los ejercicios.

El objetivo es aumentar el porcentaje y uso de fibras certificadas campaña a campaña. En 2024/25, el 44% de las referencias tuvo algún tipo de certificación de sostenibilidad, lo que supone un 5% más que en el año 2023/24. Este aumento en el número de referencias certificadas significa, en términos de peso, que un 29% de todas las fibras consumidas es de origen certificado, lo que supone un 7% de incremento con respecto a 2023/24.

Finalmente, durante el ejercicio de 2024/25 la Compañía firmó un memorando de colaboración con el Grupo INTEXTER, adscrito a la Universidad Politécnica de Catalunya para colaborar en la mejora de la durabilidad de las colecciones de Adolfo Domínguez.

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 0,524 toneladas de CO2 eq, frente a las 1,04 toneladas de CO2 eq del ejercicio anterior.

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.

Aspectos sociales

Compromiso con el respeto a los derechos humanos

Adolfo Domínguez mantiene un firme compromiso con los Derechos Humanos, guiando su actividad empresarial según los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas¹. La compañía asume la responsabilidad de respetar, proteger y garantizar estos derechos, así como de establecer mecanismos de reparación cuando sea necesario.

Este compromiso se traduce en la prevención de cualquier tipo de discriminación, el rechazo absoluto al trabajo forzoso e infantil y la promoción de un empleo digno. Además, se extiende más allá de sus empleados, abarcando a proveedores y socios en toda la cadena de valor.

Estos principios están reflejados en su Código de Conducta y Prácticas Responsables, así como en el Compromiso de Sostenibilidad de Proveedores.

La compañía es miembro de la red AMFORI, una red que permite el despliegue de herramientas para el control de los derechos humanos en cadena de valor como las auditorías BSCI.

1. https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/publications/guidingprinciplesbusinesshr_sp.pdf

En 2024/25, ha comenzado a formar parte de su Member Advisory Council.

En 2024/25, con un incremento del 12,5% con respecto al año pasado, la compañía alcanzó el 100% de proveedores de moda y complementos con auditoría social en vigor.

Clientes

Adolfo Domínguez mantiene un firme compromiso con la satisfacción de sus clientes y la mejora continua de su experiencia de compra, día a día se trabaja para mantener los estándares de calidad ofreciéndoles productos de moda de autor.

Año	2024/25	2023/24
Total referencias	2.767	2.610
Total referencias <i>fail</i>	137	150
Total referencias <i>pass</i>	2.630	2.460
Total analizadas	1.283	1.400
% Analizadas	46%	54%
% No conformidad	5%	6%
% Conformidad	95%	94%

En 2024, se gestionaron 40.911 consultas, solicitudes e incidencias de clientes, frente a las 37.542 del ejercicio anterior, reflejando un aumento en la interacción y el compromiso con la atención al cliente.

Trabajadores

El equipo humano de Adolfo Domínguez es fundamental para el crecimiento sostenible y creación de valor de la compañía. Para fomentar un entorno competitivo y motivado, se pone énfasis en la formación continua, la atracción, el desarrollo y la promoción del talento, así como en la flexibilidad laboral.

A cierre del ejercicio, el número total de empleados asciende a 1.002, frente a los 1.007 del año anterior.

Toda la información detallada sobre la estructura de la plantilla, incluyendo tipos de contrato, jornada laboral, género, edad, categorías y retribuciones medias, está disponible en el Estado de Información No Financiera de la sociedad. Además, dicho informe incluye información sobre conciliación, seguridad y salud laboral, así como sobre el diálogo social y las políticas de bienestar laboral.

N.º de empleados por país y por género ¹				2024/25
Países	Hombres	Mujeres	Total	% Total
España	142	599	741	73%
México	32	65	97	10%
Japón	15	32	47	5%
Portugal	10	76	86	9%
Francia	7	18	25	2%
China	3	3	6	1%
Total	219	793	1.002	100%

1. Medido en jornadas equivalentes trabajadas.

Salud, bienestar y seguridad laboral

Adolfo Domínguez trabaja continuamente por ofrecer un entorno laboral seguro y saludable, analizando y tomando todas aquellas medidas que sean adecuadas para prevenir accidentes y lesiones que podrían ocasionarse durante la actividad laboral o derivadas de ella, mediante la limitación de las causas de riesgo inherentes a dicho entorno laboral.

Durante 2024 se ha logrado la certificación de “Great place to work”.

Accidentalidad Laboral	2024/25 ¹		2023/24	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Con baja				
En centro de trabajo	1	17	3	19
In itinere	2	2	0	3
Total Accidentes con baja	3	19	3	22
Total Accidentes sin baja	2	10	2	20
Índice de gravedad	0,06	0,18	0,52	0,34
Índice de frecuencia	7,55	10,91	8,68	15,52
Índice de incidencia	22,52	29,80	25,91	53,03
Enfermedades profesionales	0	0	N/A²	

1. Incluyendo datos para España, Portugal, Francia y México. 2. Durante el periodo 2023/2024 no se contabilizaron las enfermedades profesionales con o sin baja

6 Sostenibilidad y gestión ESG: la estrategia Impacto Positivo

Compromiso social

Todas las contribuciones benéficas de Adolfo Domínguez se realizan con total transparencia, en cumplimiento de la legislación vigente y del Código de Conducta y Prácticas Responsables. Estas acciones son supervisadas por el departamento de Sostenibilidad e Impacto Positivo.

Durante 2024, la mayor parte de las colaboraciones han sido con la Asociación Aixiña para facilitar la integración laboral de personas con distintas capacidades físicas, así como otras organizaciones humanitarias y sociales. Además, la compañía ha donado equipos informáticos para la educación digital, accesorios para el mercadillo solidario de la Fundación Condado de Taboada y ha impulsado campañas de sensibilización para un consumo responsable.

Gobernanza	Women's Empowerment Principles (WEP)
	Fundación CRE100DO
	Pacto Mundial de las Naciones Unidas
Temas ambientales	INTEXTER
	Movimiento Feather-Free
	Ecoembes
	Pyratex
	Fur Free Alliance



Gestión de riesgos



7 Gestión de riesgos

De forma resumida analizamos los principales riesgos a los que el Grupo está expuesto.

Riesgos del Entorno: riesgos externos que condicionan al Grupo Adolfo Domínguez por el sector en el que opera, tales como la caída del consumo o los cambios en las tendencias de los consumidores, la lenta recuperación de la crisis de los mercados financieros, los cambios normativos o los riesgos fortuitos.

Riesgos Estratégicos: riesgos derivados del modelo de negocio, diseño de planes estratégicos sobre el Precio, el Producto o el Punto de Venta.

Riesgos Operacionales: riesgos relacionados con los procesos ejecutados en la actividad de negocio del Grupo Adolfo Domínguez tales como aquellos relacionados con el aprovisionamiento (condicionado por los talleres que confeccionan nuestros diseños), la gestión del producto (calidad, adecuación del producto al mercado o gestión del stock), la planificación y logística del mismo, la distribución a través de los puntos de venta (franquicias y tiendas propias) y los procesos comerciales en tienda (generalmente asociados a la suscripción de contratos con terceros).

Riesgos Jurídicos: bajo este grupo se consideran aquellos riesgos de cumplimiento centrados en las distintas normativas que aplican al Grupo, así como aquellos riesgos jurídicos derivados de los distintos tipos de contrato que ligan al Grupo con agentes externos en los diferentes campos de la actividad, desde contratos de licencia, contratos de arrendamiento y franquicia. Todos estos contratos no entrañan riesgo significativo para la empresa, están todos ellos adaptados a la normativa vigente y no suelen producirse situaciones conflictivas provocadas por una incorrecta interpretación de los mismos.

Riesgos Financieros: riesgos que afectan a la financiación del Grupo Adolfo Domínguez relacionados con i) el riesgo de tipo cambio, que influye por la vía de las compras realizadas en dólares y por las inversiones (tiendas) que tenemos fuera de la Zona Euro (Japón y México); ii) el riesgo de tipo de interés: la evolución de los tipos de interés puede influir en los resultados del Grupo y iii) el déficit de liquidez de las entidades financieras que pudiera repercutir en la cobertura de las necesidades de financiación.

La Sociedad Dominante utiliza ocasionalmente instrumentos financieros derivados para cubrir los riesgos a los que se encuentran expuestos sus flujos de efectivo futuros.

Fundamentalmente, estos riesgos son de variaciones de los tipos de cambio. En el marco de dichas operaciones la Sociedad Dominante contrata instrumentos financieros de cobertura de flujos de efectivo. A pesar de que los instrumentos de cobertura han sido constituidos para cubrir la exposición a la variación en los tipos de cambio derivados del propio negocio del Grupo, al no resultar una cobertura eficaz, y no cumplirse con los requisitos formales establecidos en las normas contables para poder acogerse a la contabilidad de coberturas, las variaciones que se producen en el valor razonable de estos instrumentos financieros se registran en la cuenta de resultados consolidada.

Riesgos de Recursos Humanos: riesgos asociados al capital humano que integra el Grupo Adolfo Domínguez, relacionados, principalmente con aquellos en materia de Ley de Prevención de Riesgos Laborales y la gestión del personal.

Riesgos de Sistemas de Información: riesgos asociados al uso de las nuevas tecnologías en los procesos del Grupo Adolfo Domínguez.

Riesgos de Información: riesgos asociados a la calidad y oportunidad de la información relevante para el Grupo Adolfo Domínguez.

Riesgos Fortuitos: riesgos que pueden proceder de diversas fuentes y que, para evitar consecuencias graves, exigen establecer las coberturas suficientes para que, en caso de que se produzcan, el impacto sea lo más leve posible. El Grupo cuida que las instalaciones y los procesos de fabricación se adapten a las normas y a la legislación en vigor, a la vez, contratan pólizas de seguros que permitan dar cobertura a estas situaciones.

Control de riesgos

El Consejo de Administración de la Sociedad Dominante, de conformidad con lo previsto en el artículo 5.4 del Reglamento del Consejo de Administración, aprobó la política de control y gestión de riesgos, en la cual se establecen los objetivos, la metodología y los principios inspiradores básicos para establecer una adecuada gestión de los potenciales riesgos a los que se enfrenta el Grupo.

El Sistema de Gestión de Riesgos, que compete a todo el Grupo, se basa en un modelo que identifica los eventos de Riesgo clave del Grupo Adolfo Domínguez, los evalúa y monitoriza de forma periódica su evolución.

El Grupo Adolfo Domínguez se encuentra sometido a diversos riesgos inherentes a los distintos países, sectores y mercados en los que opera y a las actividades que desarrolla. La Sociedad Dominante establece los mecanismos y principios básicos para una adecuada gestión de los potenciales riesgos a los que se enfrenta, a través de un procedimiento sistemático y preventivo, el cual aborda los riesgos mediante la previsión y la prevención, además de mediante la inspección y la comprobación. Dicho Procedimiento sistemático y preventivo tiene un ámbito de aplicación que abarca a todo el Grupo, recogiendo las actividades relevantes en los países donde opera.

La Dirección del Grupo Adolfo Domínguez es responsable de liderar, implantar, transmitir y gestionar la estrategia y recursos que constituyen el Sistema de Gestión de Riesgos y asume como compromiso fundamental, la implantación de un Sistema de Gestión de Riesgos. El Grupo ha integrado en cada área de negocio una serie de dispositivos de control con el fin de evaluar, mitigar o reducir los riesgos del mismo. Cada nivel del Grupo lleva a cabo una labor para el control y la gestión de los riesgos.

Evolución previsible: Futuro e inversión



8 Evolución previsible: futuro e inversión

La evolución mostrada por los principales indicadores de negocio de Adolfo Domínguez hace que la compañía espere continuar con el crecimiento progresivo en la línea de ventas y rentabilidad en el próximo ejercicio 2025/26.

Una de las prioridades seguirá siendo ofrecer al cliente una experiencia de compra omnicanal, además de profundizar en el desarrollo de las líneas de optimización y mejora de procesos ya iniciadas en ejercicios anteriores y que contribuirían a la mejora del resultado operativo de la compañía.

Entre las actuaciones que se planifica llevar a cabo en el ejercicio 2025/26, 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 textil.

3. Impulsar el rejuvenecimiento de la marca con inversión en marketing y comunicación, potenciando nuestra presencia en redes sociales y promoviendo la difusión de canales sociales (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.

9

Otros hechos relevantes y hechos posteriores al cierre



9 Otros hechos relevantes y hechos posteriores al cierre

Marzo 2024

Quinta tienda en Colombia

Sumamos un nuevo punto de venta en Colombia. En esta ocasión, en el centro comercial Buenavista, en Barranquilla.



Abril 2024

Γεια σας!

Abrimos tres nuevos espacios en Grecia: dos de ellos en Atenas y una en Salónica, las principales ciudades del país.



Mayo 2024

Ana Rujas, protagonista del último social live shopping

Más de 5.000 usuarios han visto ya nuestro último social live shopping, en el que se presentaron las prendas claves de la colección Intuición de la mano de la actriz de La Mesías, Ana Rujas, y nuestro estilista, Javier Cuervo.



Mayo 2024

Junta General de Accionistas 2024

Celebramos la junta general ordinaria desde nuestros servicios centrales en Ourense, en el que los accionistas ratificaron de forma mayoritaria la gestión de la compañía.

Mayo 2024

Jornada en el Foro Medcap 2024

Participamos un año más en el Foro Medcap como parte de nuestro empeño por permanecer en contacto constante con nuestros accionistas y posibles inversores.



9 Otros hechos relevantes y hechos posteriores al cierre



Junio 2024

Desfile Chile

La marca presenta IKIGAI, su colección otoño-invierno 2024, en un desfile global en streaming accesible desde más de 29 países.

Junio 2024

Premio Empresa Familiar del año 2023

La firma de moda de autor es reconocida como Empresa Familiar del Año 2023. El galardón, otorgado por el Banco Sabadell en colaboración con Prensa Ibérica, reconoce la trayectoria, transformación e innovación de la compañía.

Junio 2024

Waiver 6 millones de euros

El Grupo amplía la financiación de sus líneas de circulante en 6 millones de euros con sus entidades del pool bancario.

Junio 2024

Premio Nacional de Marketing de Impacto Social

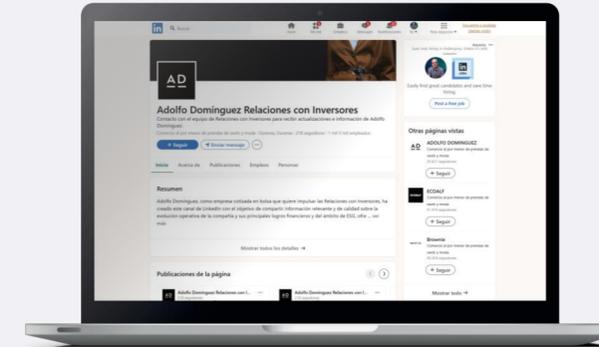
#UniformMonday, la apuesta de Adolfo Domínguez por la creación de un uniforme con el que vestirte de ti mismo todos los lunes, recibe el Premio Nacional de Marketing 2024 en la categoría de Impacto Social.



Julio 2024

Publicación informe de cobertura Lighthouse

Lighthouse, en su informe trimestral de cobertura, destaca el buen comportamiento de la firma en el primer trimestre y su potencial de inversión.



Julio 2024

¡Hola, LinkedIn!

Como parte del compromiso de la firma por impulsar las Relaciones con Inversores, inauguramos en LinkedIn nuestra página especializada de Relación con Inversores.

9 Otros hechos relevantes y hechos posteriores al cierre

Noviembre 2024

Publicación informe de cobertura Lighthouse

Lighthouse, en su informe semestral de cobertura, destaca la continua mejora de la firma en el semestre y la considera un “growth stock”.



Noviembre 2024

Premio CEDE a la sostenibilidad

La Confederación Española de Directivos y Ejecutivos (CEDE) reconoce la apuesta de Adolfo Domínguez por la sostenibilidad en sus galardones anuales.



Noviembre 2024

Apertura en el corazón de París

Nueva tienda en el centro comercial Carrousel du Louvre, en París.



Diciembre 2024

Acuerdo con Intexter para la innovación en sostenibilidad

Firma de la alianza con el Instituto de Investigación Textils y Cooperación Industrial (INTEXTER) de la Universitat Politècnica de Catalunya – Barcelona Tech (UPC) para investigar las claves para una mayor durabilidad de las prendas, abogando una vez más por un consumo más responsable, alejado del fast fashion.



Enero 2025

Adolfo Domínguez: Great Place To Work

Great Place to Work®, la consultora internacional independiente que identifica y certifica los mejores lugares para trabajar, reconoce al grupo Adolfo Domínguez como “un Gran Lugar para Trabajar”.

9 Otros hechos relevantes y hechos posteriores al cierre

Febrero 2025

Top 5 de empresas con mejor reputación ESG

Adolfo Domínguez entra en el Top 5 de las empresas de moda con mejor reputación ESG en España según el ranking publicado por el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco). El ranking Merco ESG España destaca a las empresas más responsables con el medioambiente, la sociedad y a nivel de gobernanza.

Marzo 2025

Préstamo largo plazo a Adolfo Domínguez Japón

La matriz ha constituido un préstamo bullet a 10 años de 4,6 millones de euros por la reclasificación de la deuda a corto plazo de la filial en Japón.

Abril 2025

Nuevo waiver por 12 millones de euros

El Grupo amplía sus líneas de financiación a corto plazo por importe de 7.000 miles de euros y a fecha de formulación de estas cuentas anuales se encuentran en curso 5.000 miles de euros adicionales.

Mayo 2025

Somos B Corp

Adolfo Domínguez recibe la certificación B Corp, convirtiéndose en la primera marca de moda de textil española con una facturación superior a los 100 millones de euros en formar parte de la comunidad. Solo 9.000 empresas de todo el mundo son reconocidas por esta organización, 280 de ellas en España.

Certified



®

Corporation

10

Inversión en I+D

11

Transacciones efectuadas con partes vinculadas con el Grupo

12

Periodo medio de pago a proveedores



10 Inversión en I+D

Durante el ejercicio no se ha realizado ninguna inversión o gasto que pueda ser considerado como de I+D, si bien, al igual que en los ejercicios anteriores, hemos incurrido en una serie de gastos e inversiones para la elaboración de muestrarios, que tienen la calificación de Innovación, lo que nos ha permitido aplicar las deducciones fiscales establecidas en el Impuesto de sociedades para actividades de Innovación Tecnológica.

11 Transacciones efectuadas con partes vinculadas con el Grupo

El importe total facturado de las transacciones realizadas con entidades participadas por personas vinculadas con el Grupo, que se comunican a la Comisión Nacional del Mercado de Valores, ha sido el siguiente:

Entidades que han facturado a Adolfo Domínguez: 0,31 millones de euros.

Entidades a las que ha facturado Adolfo Domínguez: 1,34 millones de euros.

Entidades a las que ha prestado fondos Adolfo Domínguez: 0,08 millones de euros.

12 Información sobre el período medio de pago a proveedores, según lo dispuesto por la Ley 15/2012, de 5 de julio, de modificación de la Ley 3/2004 de 29 de diciembre

La política de pagos general de la Sociedad Dominante cumple con los períodos de pago a proveedores comerciales establecidos en la normativa de morosidad en vigor. Con carácter general se está tratando de cumplir con los períodos de pago a proveedores comerciales establecidos en la normativa de morosidad. En este sentido, en la actualidad la Sociedad está evaluando la implantación en el próximo ejercicio de medidas para tratar de reducir el período de pago en aquellos casos en los que se ha venido superando el plazo máximo establecido. Dichas medidas de centrarán en reducir los períodos de los procesos de recepción, comprobación, aceptación y contabilización de las facturas (potenciando el uso de medio electrónicos y tecnológicos), así como en la mejora del procedimiento de resolución de incidencias en estos procesos, con el objetivo de que la orden de pago de las facturas se pueda realizar en las fechas de pagos mensuales establecidas por la Sociedad Dominante y no excediendo el plazo máximo establecido por la normativa de morosidad.

La compañía está también buscando nuevas fuentes de financiación y trabajando en la mejora de gestión de sus procesos de compras con el fin de reducir el plazo medio de pago actual.

Cifras en días	28/02/2025	29/02/2024
Periodo medio de pago a proveedores	64	53
Ratio de operaciones pagadas	65	54
Ratio de operaciones pendientes de pago	57	35

Cifras en euros	28/02/2025	29/02/2024
Total Pagos realizados	38.808.869	37.316.109
Total Pagos pendientes	6.494.228	2.257.423

Facturas pagadas en periodo inferior al máximo legal	28/02/2025	29/02/2024
Número de facturas pagadas en plazo inferior al máximo legal	13.289	9.673
Porcentaje sobre el número total de facturas pagadas	60%	72%
Importe de facturas pagadas en plazo inferior al máximo legal	23.239.237	23.335.677
Porcentaje sobre el importe total de facturas pagadas	60%	63%

13

Operaciones con
acciones propias

14

Perímetro de
consolidación



13 Operaciones con acciones propias

A la fecha de cierre del ejercicio 2024/25 el número de acciones propias en poder de la Sociedad Dominante asciende a 48.742.

Detalle de los movimientos de autocartera	Nº Acciones	Importe (euros)
Saldo a 1/03/2024	48.742	214.465
Compras		
Ventas		
Diferencia entre valor contable y de mercado a 31/08/2024		28.758
Saldo a 28/02/2025	48.742	243.223

14 Perímetro de consolidación

Perímetro de Consolidación	Domicilio	% Participación
Adolfo Domínguez, S.A.R.L.	Francia	100,00%
Adolfo Domínguez (Portugal) – Moda, Lda.	Portugal	100,00%
Adolfo Domínguez – Japan Company Ltd.(1)	Japón	100,00%
Trespas, S.A. de C.V. (1)	México	100,00%
Tormato S.A. de C.V.	México	100,00%
Adolfo Domínguez Shanghai Co Ltd.	China	100,00%

1. Sociedad auditada por Mazars

15

Adolfo Domínguez en Bolsa



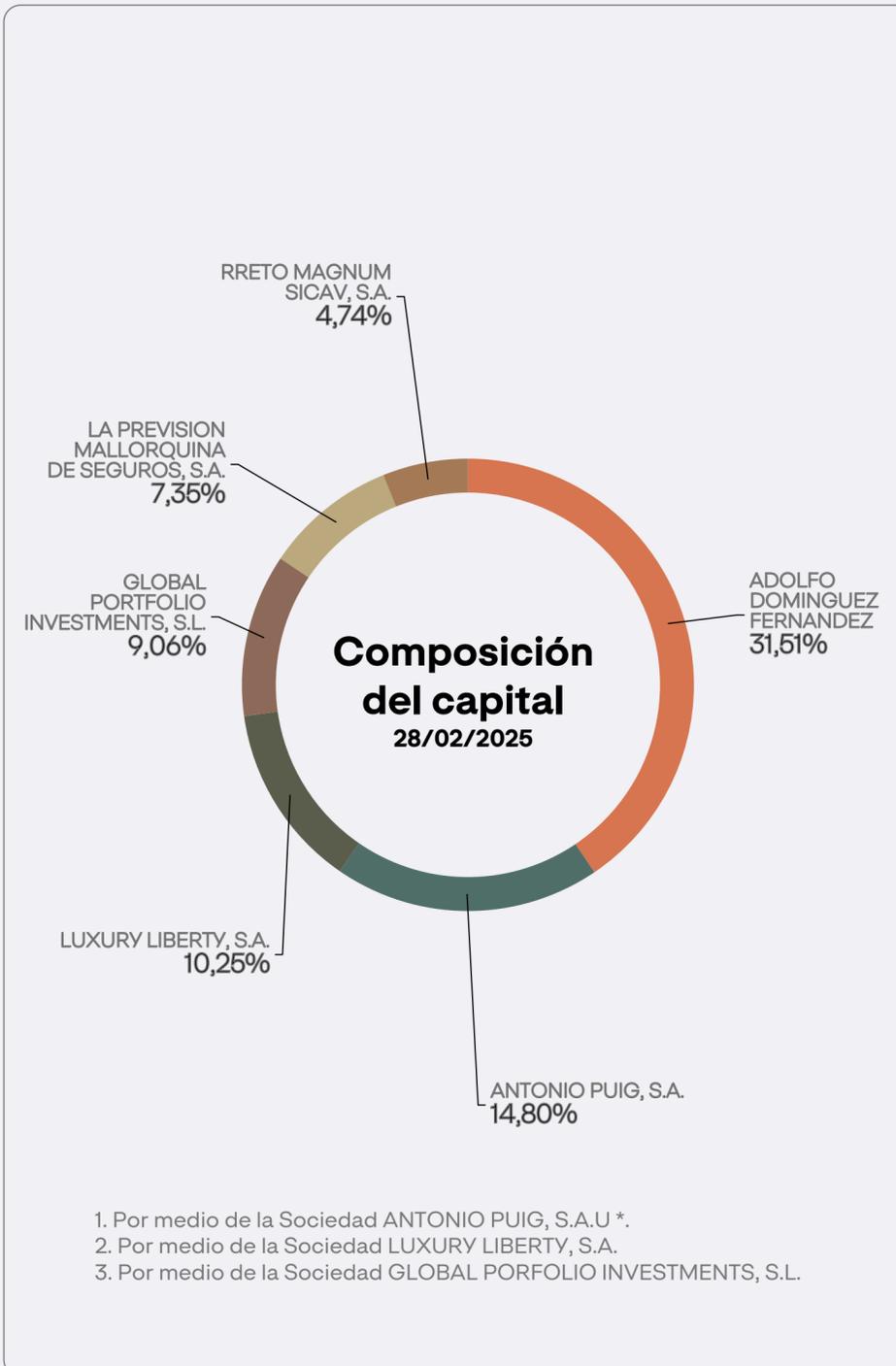
15 Adolfo Domínguez en Bolsa

Durante el ejercicio 2024/25 (marzo de 2024-febrero de 2025) la cotización de Adolfo Domínguez se ha revalorizado un 10,9% hasta alcanzar un valor 4,99 euros por acción, un drástico cambio respecto al ejercicio anterior donde se produjo una caída del -31,0%. Esta revalorización ha sido menor que las experimentadas en el mismo periodo por el Ibex 35 (+33,5%) y por el Ibex Small Cap (+17,1%). De esta manera, se ha alcanzado una capitalización bursátil de 46,3 millones de euros.

Es de destacar que, el pasado 23 de diciembre, el Comité Asesor Técnico de BME decidió incorporar a Adolfo Domínguez en el índice Ibex Small Cap, lo que constata la mejora de la liquidez de la compañía en el mercado.

La compañía ha ido mejorando así su presencia en los mercados en el último trimestre y ha terminado el ejercicio con un volumen medio diario de contratación de 2.791 acciones, lo que supone un incremento respecto al observado durante los primeros nueve meses del ejercicio del +5,9%. El comportamiento del volumen medio diario en euros alcanza un valor de 14.100 euros mejorando en +5,3% el que presentaba entre marzo y noviembre de 2024.

La compañía continúa en su ejecución de la nueva política de impulso a las Relaciones con Inversores con diversas iniciativas entre las que cabe destacar durante este periodo la publicación del informe de resultados semestrales con un mayor detalle y granularidad de datos operativos y financieros, la celebración de un webcast de resultados llevado a cabo por el consejero delegado, la publicación de un factsheet resumen de las principales magnitudes de la compañía destinado a un público inversor minorista, así como el lanzamiento de un nuevo perfil social en LinkedIn ad hoc a la dimensión de Relaciones con Inversores.



Cotización (euros)

mar 2024-feb 2025 mar 2023-feb 2024

Inicio	4,40	6,52
Mínimo	4,32	4,26
Máximo	6,00	7,00
Cierre periodo	4,99	4,50
Media	4,94	5,53

Otros indicadores bursátiles

mar 2024-feb 2025 mar 2023-feb 2024

Capitalización bursátil (euros)	46.287.240,00	41.742.000,00
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)	669.725,00	669.762,00
Vol. contrat. medio diario (acciones)	2.790,52	2.814,13
Vol. contrat. efectivo acumulado (euros)	3.383.919,51	3.815.559,99
Vol. contrat. efectivo medio diario (euros)	14.099,66	16.073,85

Adolfo Dominguez vs Índices

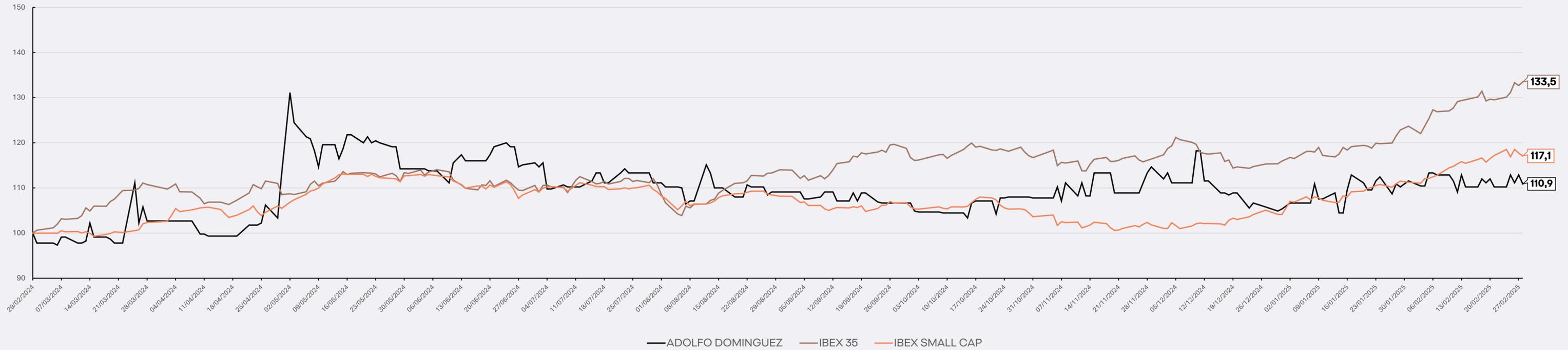
mar 2024-feb 2025 mar 2023-feb 2024¹

Adolfo Dominguez	10,9%	(31,0%)
Ibex 35	33,5%	6,5%
Ibex Small Cap	17,1%	(8,5%)

1. % de variación de cotización cierre en el periodo desde 29-02-2024 hasta el 28-02-2025, y del 28-02-2023 al 29-02-2024

15 Adolfo Domínguez en Bolsa

Adolfo Domínguez vs Ibex 35 e Ibex Small Cap, 29-02-2024 a 28-02-2025



Adolfo Domínguez (ADZ): Evolución cotización y volumen efectivo, 29-02-2024 a 28-02-2025



16

Información No Financiera

17

Informe Anual de Gobierno
Corporativo

18

Informe Anual de Retribuciones
a los Consejeros



16 Información No Financiera

El Estado de Información No Financiera de Adolfo Domínguez se expresa en documento aparte combinando la normativa establecida por Ley 11-2018 de 28 de diciembre y la propuesta de la Directiva (UE) 2022/2464, Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Dicho Estado de Información No Financiera contiene información relevante sobre cuestiones sociales y relativas al personal, medioambientales, derechos humanos, lucha contra la corrupción y gestión de impactos, oportunidades y riesgos para las materias de sostenibilidad. La información contenida en el mismo ha sido verificada por Mazars como firma independiente de servicios de verificación y en el Informe de Gestión se incluye un resumen de la misma.

17 Informe Anual de Gobierno Corporativo

El Informe Anual del Gobierno Corporativo del ejercicio 2024/25 se encuentra disponible en la web de la CNMV así como en www.adz.adolfodominguez.com.

18 Informe Anual de Retribuciones a los Consejeros

El Informe Anual de Retribuciones a los Consejeros del ejercicio 2024/25 se encuentra disponible en la web de la CNMV así como en www.adz.adolfodominguez.com.



Glosario



19 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).

Deuda Financiera Neta/EBITDA (DFN/EBITDA):

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

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.

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 (adolfo Dominguez.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.

PLM:

Product Life Management.

RFID:

Radio Frequency Identification.

Sell-out:

Venta al consumidor final.

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.

20

Contacto

relacion.inversores@adolfodominguez.com

+34 988 398 705 (08:00 a 16:15)



21

Anexos



21 Anexos

Evolución de puntos de venta por categoría

	29/02/2020	28/02/2021	28/02/2022	28/02/2023	29/02/2024	28/02/2025
Tiendas en Gestión Directa	95	86	86	93	98	98
Tiendas en Franquicia	123	86	95	83	98	107
Corners en Gestión Directa	172	170	167	163	164	166
Total Puntos de Venta	390	342	348	339	360	371

% distribución de puntos de venta por categoría

	29/02/2020	28/02/2021	28/02/2022	28/02/2023	29/02/2024	28/02/2025
Tiendas en Gestión Directa	24,36	25,15	24,71	27,43	27,22	26,42
Tiendas en Franquicia	31,54	25,15	27,30	24,48	27,22	28,84
Corners en Gestión Directa	44,10	49,71	47,99	48,08	45,56	44,74
Total Puntos de Venta	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Evolución de puntos de venta por mercados geográficos

	29/02/2020	28/02/2021	28/02/2022	28/02/2023	29/02/2024	28/02/2025
Europa	203	189	180	165	172	173
Tiendas en Gestión Directa	74	69	67	71	77	79
Tiendas en Franquicia	33	26	23	8	8	11
Corners en Gestión Directa	96	94	90	86	87	83
México	130	111	126	128	134	141
Tiendas en Gestión Directa	3	3	3	3	2	2
Tiendas en Franquicia	51	32	46	48	55	56
Corners en Gestión Directa	76	76	77	77	77	83
Japón	17	14	16	19	19	17
Tiendas en Gestión Directa	17	14	16	19	19	17
Tiendas en Franquicia	--	--	--	--	--	--
Corners en Gestión Directa	--	--	--	--	--	--
Resto del mundo	40	28	26	27	35	40
Tiendas en Gestión Directa	1	--	--	--	--	--
Tiendas en Franquicia	39	28	26	27	35	40
Corners en Gestión Directa	--	--	--	--	--	--
Total Puntos de Venta	390	342	348	339	360	371