

Visítalo en:

<http://www.labolsa.com/noticias/20050829181831001/economia-empresas-adolfo-dominguez-obtuvo-un-beneficio-de-6-9-millones-en-el-primer-semester-un-44-mas>

Adolfo Domínguez obtuvo un beneficio de 6,9 millones en el primer semestre, un 44% más.

29 de Agosto de 2005, 18:18|

Desarrollará la línea de ropa para niños a través de tiendas exclusivas

MADRID, 29 (EUROPA PRESS)

Adolfo Domínguez obtuvo un beneficio neto consolidado de 6,9 millones de euros en el primer semestre de 2005, lo que supone un incremento del 44,24% respecto al mismo periodo del año anterior, informó hoy la compañía a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

Según la firma de moda, este beneficio se sustenta sobre una mejora del margen bruto, derivado de un aumento de las ventas y de una disminución de su coste, y en una moderación de los gastos.

Los resultados, elaborados de acuerdo a las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), arrojaron una cifra de negocio de 69 millones de euros, lo que significa un crecimiento del 13,07%, tanto por el incremento de ventas en el período de rebajas como por la mejora de las ventas en temporada.

El 82% de la cifra de negocio de Adolfo Domínguez derivó del mercado interior, con 56,6 millones de euros, y un 10,4% (7,2 millones de euros) correspondió a las ventas en países de la Unión Europea.

El resultado bruto de explotación (Ebitda) creció un 40% y se situó en 12,7 millones de euros, mientras que el resultado neto de explotación (Ebit) y el beneficio bruto (Bai) se establecieron en 10,2 y 10,3 millones de euros, respectivamente, con un crecimiento del 49% en ambos casos.

CONTROL DE GASTOS Y COSTES.

La compañía precisó que ha continuado con su "estricto control de gastos" y sus esfuerzos por reducir los costes de aprovisionamiento, al tiempo que mantiene la expansión de los nuevos formatos de tienda, que se materializó en nueve tiendas nuevas, tras el cierre de una franquicia en España y dos tiendas en Francia.

En la actualidad, la firma de moda dispone de un total de 311 puntos de venta, de los que 164 son franquicias, frente a 147 tiendas propias, lo que representa un incremento del 2,5% y del 3,5%, en cada caso. La 'Línea U' cuenta con 76 establecimientos y 'AD Complementos', con 18.

En los seis primeros meses, la empresa lanzó al mercado la primera colección de ropa infantil 'AD Niños' a través de clientes multimarca y en algunas tiendas propias. "La acogida, de momento satisfactoria, servirá para el desarrollo de esta línea a través de tiendas exclusivas, como ha ocurrido antes con la Línea U o con AD Complementos", indicó.