



**NOTA DE PRENSA**

**CONTACTO:** Daniel Bargalló  
**Román y Asociados**  
Tel: 93 414 23 40

## **DOGI International Fabrics factura 75,3 millones de euros en el primer semestre del 2003**

*La guerra en Iraq, la neumonía atípica en Asia (SARS) y la recesión en Alemania, principales factores que han afectado a la actividad en este periodo*

*La ampliación de capital, el desarrollo de nuevos productos, la reducción de costes en las plantas europeas y el plan de inversiones en el mercado asiático, principales acciones para mejorar los resultados del próximo ejercicio*

**El Masnou, Barcelona, 29 de agosto de 2003.**– DOGI International Fabrics (Mercado Continuo: DGI) ha alcanzado una facturación de **75,3 millones de euros en el primer semestre de 2003, lo que supone una reducción del 21,9 % respecto al mismo periodo de 2002.**

Los principales factores que han afectado a la facturación, especialmente en el segundo trimestre del año, han sido la erupción de la neumonía atípica (SARS) en China y Hong Kong (zonas donde la compañía concentra su actividad comercial), la guerra de Iraq y la crisis económica en Europa, principalmente en Alemania.

La facturación en el mercado asiático se ha visto afectada también por la situación de debilidad del dólar y de las monedas asiáticas frente al Euro. Esta debilidad ha generado un impacto en ventas derivado de las diferencias de conversión de 4 millones de euros.

Por su parte, en el mercado americano, tercer gran área de negocio de la multinacional, se ha optado por un modelo que permite a la filial mejicana abastecer a sus clientes gracias a una fuerte organización comercial y suministrarse de otras plantas del grupo. Esta estrategia, iniciada una vez superado el proceso de reestructuración de las inversiones en este país, permitirá mantener un 30% de la facturación, centrada en la gama de productos con mayor valor añadido. La reestructuración implantada en este mercado ha permitido que el resultado operativo de la filial mejicana mejore en 2 millones de euros en comparación con el resultado registrado en el primer semestre de 2002.

A corto plazo, se esperan mejoras en el mercado europeo, “donde las perspectivas para el año 2004 son muy favorables una vez se lancen los nuevos productos que estamos desarrollando”, y en el mercado asiático “donde se espera que la expansión de la actividad recupere su normalidad una vez superado el impacto del SARS”, asegura el presidente de la empresa, Josep Doménech.

La disminución de la facturación en el primer semestre de 2003 ha generado un **resultado neto negativo de 4,4 millones de euros en el primer semestre de 2003** frente al resultado neto negativo de 1,7 millones de euros registrado en el mismo periodo de 2002.

Con el objetivo de invertir estos resultados **DOGI international fabrics** ha puesto en marcha un plan de acción orientado a mejorar la rentabilidad de las distintas sociedades del Grupo.

**Para más información sobre DOGI International Fabrics contactar con:**

Agencia de Comunicación Román y Asociados: Daniel Bargalló  
Tel. 93 414 23 40 – [d.bargallo@romanyasociados.es](mailto:d.bargallo@romanyasociados.es)



Dicho plan, que se implantará en el último trimestre del año, se basa en la externalización de ciertos servicios, simplificación organizativa y austeridad general en los gastos y compra de servicios. El plan de reducción previsto significará unos ahorros de 6 millones de euros al año.

Asimismo, en los últimos se ha realizado un especial esfuerzo de desarrollo de nuevos productos de tecnología muy avanzada. Este esfuerzo se ha materializado en el reciente lanzamiento por parte de España de una línea de productos que representa una novedad técnica a nivel mundial y en Alemania la reorientación de su gama de productos técnicos de control que hasta la fecha tenían únicamente el componente técnico, al que se ha incorporado el componente moda. Estos lanzamientos se han presentado con éxito a los principales clientes y su lanzamiento mundial se producirá en el mes de Septiembre.

Paralelamente **DOGI International Fabrics**, ha iniciado un proceso de reordenación de las plantas que le permitirá disponer de plantas especializadas por productos. De esta manera, las plantas europeas dejarán de producir productos “commodities” para centrarse en productos innovadores técnicamente y que incorporen el concepto de moda, transfiriendo la tecnología a las otras plantas del grupo a medida que el producto vaya madurando. En China, se centrará la producción de “commodities”, pero se irán incorporando otros elementos a medida que el mercado local se vaya sofisticando. Filipinas se especializará en productos de control y sólo fabricará “commodities” con la capacidad sobrante. Finalmente, Tailandia tendrá una gama amplia de productos donde primará el factor moda. Este proceso debe culminar en el 2005.

A nivel financiero, se ha realizado una ampliación de capital con el objetivo de reforzar los fondos propios de la sociedad. Asimismo, la ampliación de capital permitirá mejorar de forma considerable los ratios financieros a efectos de continuar el desarrollo y expansión de las actividades de **DOGI International Fabrics** en la forma prevista. La compañía estima que invertirá del orden de 8 millones de euros anuales en el periodo 2004-2007 con el objetivo de reforzar su presencia en el mercado asiático. En el caso de China, la compañía prevé duplicar la capacidad actual hasta llegar a los 8 millones de metros anuales. Las inversiones en Asia no deben significar necesariamente la adquisición de activos fuera del Grupo, sino el traslado de la capacidad sobrante en Méjico y Europa.

### **Sobre DOGI International Fabrics**

**DOGI International Fabrics**, fundada en 1954, es una compañía líder mundial en el sector de la fibra elástica aplicada a los tejidos. La compañía controla el diseño, producción y comercialización de tejidos elástico de alto valor añadido para los segmentos de gama alta de moda íntima, baño y moda deportiva.

**DOGI International Fabrics** se caracteriza por disponer de un equipo humano altamente cualificado y comprometido con un proyecto común, por la constante innovación tecnológica que le ha permitido alcanzar los máximos estándares de calidad de producto, la internacionalización de la compañía, la creatividad y orientación hacia la moda en un mercado altamente competitivo y la atención personalizada a los clientes.

**DOGI International Fabrics** dispone de 7 plantas industriales en todo el mundo y oficinas comerciales en 13 países que ocupan a más de 1.600 empleados.

### **Para más información sobre DOGI International Fabrics contactar con:**

Agencia de Comunicación Román y Asociados: Daniel Bargallo

Tel. 93 414 23 40 – [d.bargallo@romanyasociados.es](mailto:d.bargallo@romanyasociados.es)