

## **COMUNICACIÓN HECHO RELEVANTE**

"DOGI International Fabrics, S.A.", ("**DOGI**" o la "**Sociedad**"), en cumplimiento de lo establecido en el artículo 82 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, comunica el siguiente:

### **HECHO RELEVANTE**

#### **DOGI INTERNATIONAL FABRICS, S.A.**

Al amparo de la delegación de facultades otorgada a favor del Consejo de Administración de la Sociedad por la Junta General ordinaria de accionistas de DOGI celebrada en segunda convocatoria el pasado día 9 de junio de 2015, bajo el punto séptimo de su orden del día, en virtud del cual se autorizó al Consejo de Administración para, al amparo de lo previsto en el artículo 297.1.(b) del texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, aumentar el capital social en una o varias veces y en cualquier momento, dentro del plazo de cinco años contados desde la fecha de la adopción del acuerdo, hasta la mitad del capital social en esa fecha, el Consejo de Administración de la Sociedad ha acordado por unanimidad aprobar un aumento del capital social mediante aportaciones dinerarias y con reconocimiento del derecho de suscripción preferente de los accionistas de DOGI, por un importe efectivo de 4.958.488,95 euros, mediante la emisión y puesta en circulación de 4.909.395 nuevas acciones ordinarias, a un precio de emisión de 1,01 euros por acción, de los que 0,064 euros corresponden al valor nominal y el resto, esto es, 0,946 euros por acción, a prima de emisión, previéndose expresamente la posibilidad de suscripción incompleta (el "**Aumento de Capital**").

Los actuales accionistas podrán ejercer su derecho de suscripción preferente en la proporción de tres (3) acciones nuevas por cada cuarenta y una (41) acciones antiguas. Para garantizar que el número de acciones a emitir mantiene exactamente la proporción resultante de la aplicación de la citada ecuación de canje, el accionista Businessgate S.L. ha renunciado a diez (10) derechos de suscripción preferente de su titularidad.

Asimismo, actuarán en la ampliación como entidades colocadoras BEKA Finance, Sociedad de Valores, S.A. (que actúa también como entidad agente y entidad coordinadora, la "**Entidad Agente**") y GVC Gaesco Valores, Sociedad de Valores, S.A. (las "**Entidades Colocadoras**"); y ha actuado como asesor financiero VGM Advisory Partners, S.L.

Las principales condiciones del Aumento de Capital son:

- (a) **Cuantía:** Se ampliará el capital social por un importe nominal de 314.201,28 euros, mediante la emisión y puesta en circulación de 4.909.395 acciones ordinarias, con los mismos derechos que las acciones actualmente en circulación, de 0,064 euros de valor nominal cada una de ellas (las "**Acciones Nuevas**").
- (b) **Precio de suscripción:** El precio de emisión de las Acciones Nuevas será de 1,01 euros por acción, de los que 0,064 euros corresponden al valor nominal y el resto, esto es, 0,946 euros por acción, a prima de emisión.
- (c) **Forma de representación:** Las Acciones Nuevas estarán representadas por medio de anotaciones en cuenta, cuyo registro contable está atribuido a Sociedad de Gestión de los Sistemas de Registro, Compensación y Liquidación de Valores, S.A.U. ("**Iberclear**") y a sus entidades participantes.
- (d) **Períodos de suscripción:** Tendrán derecho de suscripción preferente los accionistas de la Sociedad que aparezcan legitimados según los registros contables de Iberclear al cierre del mercado del día hábil bursátil inmediatamente anterior al inicio del período de suscripción preferente. Dicha suscripción podrá realizarse en tres períodos:

- (i) En un primer período de quince (15) días naturales, contados desde el día hábil bursátil siguiente a la publicación del anuncio del Aumento de Capital en el Boletín Oficial del Registro Mercantil, los actuales accionistas podrán ejercer su derecho de suscripción preferente con respecto a la totalidad de las Acciones Nuevas objeto de la emisión, así como los adquirentes de derechos de suscripción preferente, en la proporción de tres (3) Acciones Nuevas por cada cuarenta y una (41) acciones en circulación de que sean titulares (el "**Período de Suscripción Preferente**").

Durante este período, al tiempo de ejercer sus derechos de suscripción preferente, los accionistas y los inversores podrán solicitar la suscripción de Acciones Nuevas adicionales de la Sociedad para el caso de que, al término del Período de Suscripción Preferente, quedaran Acciones Nuevas no suscritas y, por tanto, no se hubiera cubierto el importe total del Aumento de Capital.

- (ii) En el supuesto de que, una vez finalizado el Período de Suscripción Preferente, hubiera acciones sobrantes, se abrirá un proceso de asignación de Acciones Nuevas adicionales en el que se distribuirán las Acciones Nuevas sobrantes entre los accionistas que hayan cursado órdenes de solicitud de suscripción de Acciones Nuevas adicionales, de conformidad con lo previsto en el apartado anterior (el "**Período de Asignación de Acciones Adicionales**").

Este proceso tendrá una duración de cuatro (4) días naturales contados desde el cuarto día hábil bursátil siguiente al cierre del Período de Suscripción Preferente (sujeto a eventuales ajustes por razones operativas).

En el caso de que el número de Acciones Nuevas adicionales solicitadas para su suscripción en el Período de Asignación de Acciones Adicionales fuera igual o inferior al número de Acciones Nuevas sobrantes, éstas se asignarán a los peticionarios hasta cubrir íntegramente sus solicitudes.

Para el supuesto de que el número de Acciones Nuevas adicionales que se soliciten exceda del número de Acciones Nuevas sobrantes, la Entidad Agente practicará un prorrateo proporcional al volumen de Acciones Nuevas correspondiente al total de las solicitudes de Acciones Nuevas adicionales comunicadas. En caso de fracciones en la adjudicación, se redondeará por defecto.

Si tras la aplicación del prorrateo referido en el párrafo anterior, hubiese Acciones Nuevas no adjudicadas por efecto del redondeo, éstas se distribuirán una a una, por orden de mayor a menor cuantía de la solicitud de Acciones Nuevas adicionales y, en caso de igualdad, por orden alfabético de los accionistas y/o inversores que hubieran formulado dichas solicitudes, tomando la primera posición del campo "Nombre y Apellidos o Razón Social", sea cual sea su contenido, a partir de la letra "A".

- (iii) En el supuesto de que, finalizado el Período de Asignación de Acciones Adicionales, las Acciones Nuevas suscritas durante el Período de Suscripción Preferente y durante el Período de Asignación de Acciones Adicionales no fueran suficientes para cubrir la totalidad del Aumento de Capital y quedaran Acciones Nuevas sin suscribir (las "**Acciones de Asignación Discrecional**") se iniciará un período de asignación de las Acciones de Asignación Discrecional (el "**Período de Asignación Discrecional**").

El Período de Asignación Discrecional tendrá una duración máxima de siete (7) días naturales, contados desde el primer día hábil bursátil siguiente al cierre del Período de Asignación de Acciones Adicionales.

Las Acciones de Asignación Discrecional serán objeto de colocación entre inversores cualificados durante el Período de Asignación Discrecional por las Entidades Colocadoras, sin perjuicio de la facultad de DOGI de presentar propuestas de suscripción de inversores.

- (e) **Cierre anticipado:** El Consejo de Administración podrá declarar suscrito el Aumento de Capital de forma anticipada en cualquier momento, una vez que haya concluido el Período de Suscripción Preferente o, en su caso, el Período de Asignación de Acciones Adicionales, siempre y cuando haya quedado íntegramente suscrito el Aumento de Capital.
- (f) **Compromiso del accionista mayoritario:** Businessgate, S.L. ha manifestado su intención de suscribir durante el Período de Suscripción Preferente, al menos, el 50% del número de Acciones Nuevas que le correspondan en el ejercicio de los derechos de suscripción preferente de que es titular, y suscribir la totalidad de las Acciones Nuevas que, en su caso, no hubieran sido suscritas por accionistas o inversores al término de los tres períodos descritos en el apartado (d) precedente.
- (g) **Suscripción incompleta:** Sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado (f) precedente, se prevé expresamente la posibilidad de suscripción incompleta para el supuesto de que el compromiso del accionista mayoritario no pudiera ser atendido.

Se deja constancia de que el Aumento de Capital no tiene la consideración de oferta pública y que ni la emisión ni la posterior admisión a negociación de las Acciones Nuevas en las Bolsas de Valores de Madrid y Barcelona requerirán de la publicación y registro de un folleto informativo en la Comisión Nacional del Mercado de Valores, en aplicación de lo dispuesto, de un lado, en los artículos 30 *bis* 1.(e) de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores y 38.1.(e) del Real Decreto 1310/2005, de 4 de noviembre, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, en materia de admisión a negociación de valores en mercados secundarios, y, de otro lado, en el artículo 26.1.(a) del citado Real Decreto.

Asimismo, se informa de que el Consejo de Administración de la Sociedad ha aprobado un plan que recoge las bases de las principales líneas estratégicas que la Sociedad va a seguir entre los años 2015 y 2020, copia del cual se adjunta como anexo a la presente comunicación de hecho relevante.

Lo cual ponemos en su conocimiento a los efectos oportunos.

El Masnou, 23 de junio de 2015



## *Plan estratégico 2015-2020*

# Información Relevante

- El presente documento ha sido preparado por “DOGI International Fabrics, S.A.” (“DOGI”, “GRUPO”, “GRUPO DOGI” o la “Compañía”), con el fin de mostrar las bases del plan estratégico que se está implantando y que situará a DOGI en un referente en el sector.
- DOGI no asume ninguna responsabilidad por el contenido del documento si este es utilizado con una finalidad distinta a la expresada anteriormente.
- 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.
- Ni DOGI, ni sus filiales u otras compañías del grupo DOGI o sociedades participadas por DOGI asumen responsabilidad de ningún tipo, con independencia de que concurra o no negligencia o cualquier otra circunstancia, respecto de los daños o pérdidas que puedan derivarse de cualquier uso de este documento o de sus contenidos.
- Ni este documento ni ninguna parte del mismo constituyen un documento de naturaleza contractual, ni podrán ser utilizados para integrar o interpretar ningún contrato o cualquier otro tipo de compromiso.
- La información contenida en esta presentación es estrictamente confidencial y no ha sido objeto de verificación por ninguna otra persona o entidad. No debe asumirse la exactitud, imparcialidad y exhaustividad de la información y opiniones contenidas en este documento ni se realiza por parte de la Compañía y sus asesores ninguna manifestación ni se presta ninguna garantía, expresa o implícita, sobre su contenido.
- El incumplimiento del deber de confidencialidad puede suponer una infracción de la legislación aplicable en materia de mercado de valores y de su infracción se pueden derivar responsabilidades civiles, administrativas o penales. El receptor de la presentación acepta que toda o parte de la información aquí contenida puede o podrá merecer la calificación de información privilegiada en los términos previstos en la legislación aplicable y confirma que no utilizará la citada información ni llevará a cabo cualesquiera acciones que puedan constituir un incumplimiento de las disposiciones legales y/o restricciones previstas en la legislación aplicable sobre esta materia.
- Esta presentación no constituye ni forma parte de ninguna oferta de venta, o invitación a comprar o a suscribir, o solicitud de oferta de compra, venta o suscripción, de acciones de DOGI, ni constituye ni forma parte de ningún contrato o compromiso de compra, venta o suscripción de acciones de DOGI.
- La información y las opiniones contenidas en este documento están referidas a la fecha de este documento y, por tanto, están sujetas a posibles cambios.
- Esta comunicación contiene información y afirmaciones o declaraciones con proyecciones de futuro sobre DOGI. Tales declaraciones incluyen proyecciones y estimaciones financieras con sus presunciones subyacentes, declaraciones relativas a planes, objetivos, y expectativas en relación con operaciones futuras, inversiones, sinergias, productos y servicios, y declaraciones sobre resultados futuros, y, en particular, declaraciones relativas a la evolución futura de la actual base de clientes, el crecimiento futuro de sus diversas líneas de negocio, el negocio global, la cuota de mercado y otros aspectos de la actividad de la Compañía. Las declaraciones con proyecciones de futuro no constituyen hechos históricos y se identifican generalmente por el uso de términos como "espera," "anticipa," "cree," "pretende," "estima" y expresiones similares.
- En este sentido, si bien DOGI considera que las expectativas recogidas en tales afirmaciones son razonables, se advierte a los inversores de que la información y las afirmaciones con proyecciones de futuro están sometidas a riesgos e incertidumbres, muchos de los cuales son difíciles de prever y están, de manera general, fuera del control de DOGI, riesgos que podrían provocar que los resultados y desarrollos reales difieran significativamente de aquellos expresados, implícitos o proyectados en la información y afirmaciones con proyecciones de futuro. Entre tales riesgos e incertidumbres están aquellos identificados en los documentos enviados por DOGI a la Comisión Nacional del Mercado de Valores y que son accesibles al público.

# Información Relevante

- Las afirmaciones o declaraciones con proyecciones de futuro se refieren exclusivamente a la fecha en la que se manifestaron, no constituyen garantía alguna de resultados futuros y no han sido revisadas por los auditores de DOGI. Se recomienda no tomar decisiones sobre la base de afirmaciones o declaraciones con proyecciones de futuro. La totalidad de las declaraciones o afirmaciones de futuro reflejadas en este documento quedan sujetas, expresamente, a las advertencias realizadas. Las afirmaciones o declaraciones con proyecciones de futuro incluidas en este documento están basadas en la información disponible a la fecha de esta comunicación. DOGI no asume obligación alguna –aun cuando se publiquen nuevos datos o se produzcan nuevos hechos, incluyendo, sin limitación, cambios en los canales de venta, su estrategia de adquisiciones o la aparición de otros eventos inesperados– de actualizar públicamente sus afirmaciones o revisar la información con proyecciones de futuro.
- En la medida de lo posible, los datos relativos a la industria, al mercado y a la futura posición competitiva de DOGI contenidos en esta presentación provienen de fuentes oficiales o de terceros. Las publicaciones o estudios de terceros relativos a la industria generalmente establecen que los datos contenidos en ellos han sido obtenidos de fuentes que consideran fiables, pero no existe ninguna garantía respecto de la exactitud o integridad de los citados datos. Si bien la Compañía considera razonablemente que estas publicaciones o estudios han sido preparados por una fuente de reputación contrastada, la Compañía no ha verificado de forma independiente los datos contenidos en tales publicaciones o estudios. Asimismo, ciertos datos relativos a la industria, al mercado y a la futura posición competitiva de la Compañía contenidos en esta presentación han sido extraídos de los análisis o estimaciones realizados por la propia Compañía basados en el conocimiento y experiencia que su equipo gestor tiene sobre los mercados en los que se espera que opere DOGI. Si bien la Compañía considera razonablemente que los citados análisis o estimaciones son razonables y fiables, tanto estos como la metodología aplicada y las hipótesis utilizadas no han sido verificadas por un tercero independiente que determine su exactitud y están sujetas a cambios. Por tanto, no debe depositarse plena confianza en los datos relativos a la industria, al mercado o la futura posición competitiva de DOGI incluidos en esta presentación.
- La información contenida en esta presentación no constituye asesoramiento en materia de inversión, jurídico, contable, regulatorio, fiscal, financiero o de ninguna otra naturaleza y la información no tiene en cuenta los objetivos de inversión del receptor de esta presentación ni el asesoramiento en materia de inversión, jurídico, contable, regulatorio, fiscal, financiero o de cualquier otra naturaleza recabado por el receptor de esta presentación de acuerdo con sus necesidades particulares. El receptor de esta presentación es el único responsable de formar su propia opinión y alcanzar sus propias conclusiones sobre estas cuestiones y de realizar de manera independiente su propia evaluación de la información contenida en esta presentación. El receptor de esta presentación es el único responsable de la búsqueda de asesoramiento profesional independiente en relación con la información.
- La recepción del presente documento supone la aceptación de las limitaciones establecidas en los párrafos anteriores e implica la vinculación del receptor a su contenido. En particular, el receptor reconoce y admite que: (i) el contenido de esta presentación es estrictamente confidencial, por lo que el receptor no publicará, distribuirá ni reproducirá en ningún formato el documento, en su totalidad o en parte, en ningún supuesto; y (ii) a petición por escrito de DOGI en cualquier momento, el receptor deberá devolver el presente documento o lo destruirá, remitiendo a DOGI confirmación por escrito de dicha destrucción.

# Índice

1. **Introducción al grupo Dogi**
2. Información del mercado: tejidos textiles
3. Dogi en la actualidad – Medidas adoptadas
4. Líneas estratégicas de Dogi

# 1. Introducción al grupo Dogi

## Historia y hecho relevantes

- Líder en Europa y América en la fabricación de tejidos elásticos para ropa interior, ropa deportiva y ropa de baño

- 2 plantas de producción estratégicamente ubicadas en el Barcelona y en Carolina del Norte (Estados Unidos)

- Más del 60% de las ventas del grupo provienen de la planta de Estados Unidos

**1954**

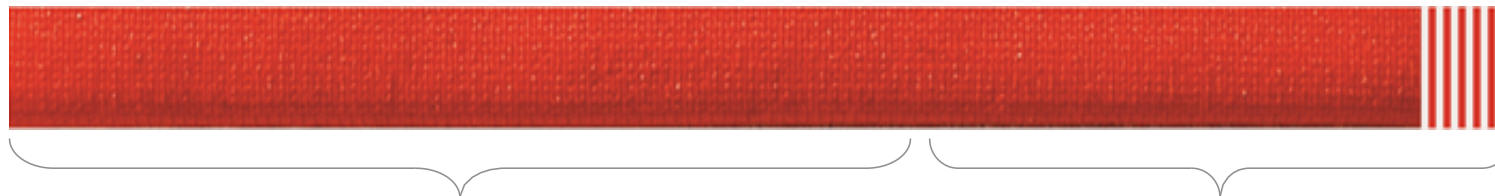
Comienzo de la actividad

**1998**

Salida a bolsa

**2014**

Nuevo accionista mayoritario



**1994-2007:** Fase de expansión:  
Francia, Hong Kong, EE.UU., México, China, Alemania,  
Filipinas, Tailandia, Sri Lanka

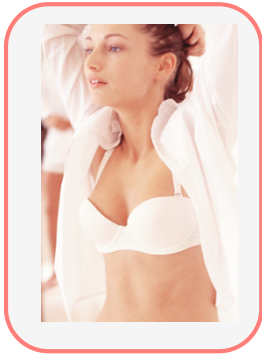
**2009-2015:** Restructuración y  
redimensionamiento del Grupo

- Durante el 3er trimestre de 2014 entró como nuevo socio mayoritario en el Grupo **Sherpa Capital**.
- Desde entonces se ha implementado una restructuración operativa y financiera



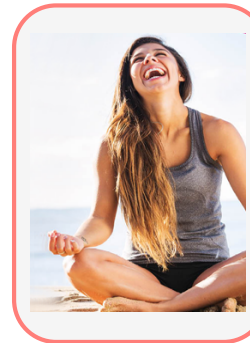
# 1. Introducción al grupo Dogi

## Líneas principales de producto



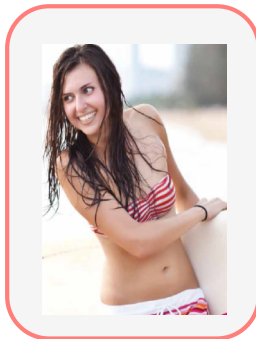
### Ropa íntima y Lencería

- Negocio de **diseño y tendencia**, con lanzamiento de 2 colecciones por temporada: verano e invierno
- El **diseño y elaboración** de tejidos elásticos son la **pedra angular del crecimiento** orgánico del Grupo
- Aporta nuevos productos como **Dogitech**, línea de tejidos de control (tallas grandes)



### Activewear, Medicinal e Industrial

- Los tejidos “activewear” están enfocados en la industria deportiva de tejidos elásticos
- Productos basados en resistencia, confort, transpirabilidad y elasticidad
- Dogi comercializa sus productos a través de su marca Active Dail. Este segmento de mercado es especialmente relevante para EFA, con gran presencia en el activewear y el tejido medicinal



### Ropa de baño

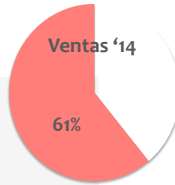
- 1 colección por temporada con un enfoque + de **diseño** que de funcionalidad de la prenda
- Son tejidos especiales **con fuerte peso sobre negocio** y con claro margen para el crecimiento
- Dogi se está focalizando en sus conceptos de ropa de baño de alto margen

# 1. Introducción al grupo Dogi

## Descripción de las instalaciones productivas



**EFA (EE.UU.)**  
**16.000 metros cuadrados**  
Empleados: 155  
Capacidad: 7 M m/año  
Productos: **intima / baño / médico / deporte / industrial**



### Tejeduría

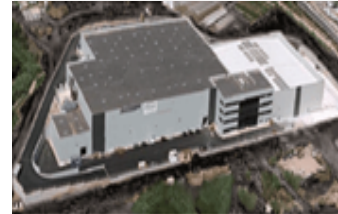
**153 máquinas:**  
18 circulares, 135 wrap knitting (125 Raschel y 11 Ketten)

### Tintura

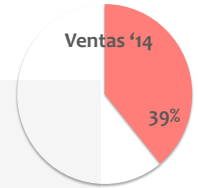
**11 máquinas:**  
3 Beams y 8 Jet

### Acabados

**3 máquinas:**  
3 Stener



**Masnou (España)**  
**24.000 metros cuadrados**  
Empleados: 152  
Capacidad: 6M m/año  
Productos: **intima / baño / Deporte**



### Tejeduría

**116 máquinas:**  
52 circulares, 64 wrap knitting (34 Raschel y 30 Ketten)

### Tintura

**24 máquinas:**  
15 Beams y 9 Jet

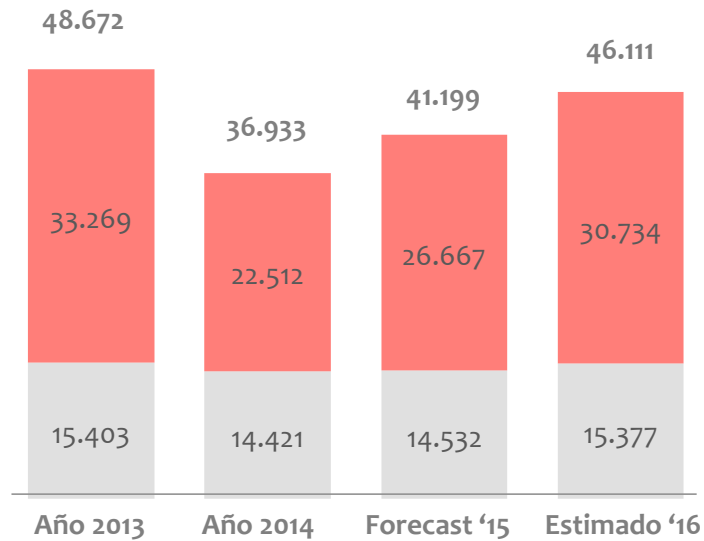
### Acabados

**5 máquinas:**  
3 Stener, 1 ancha y 2 estrecha, 1 maquina de lavado

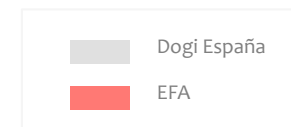
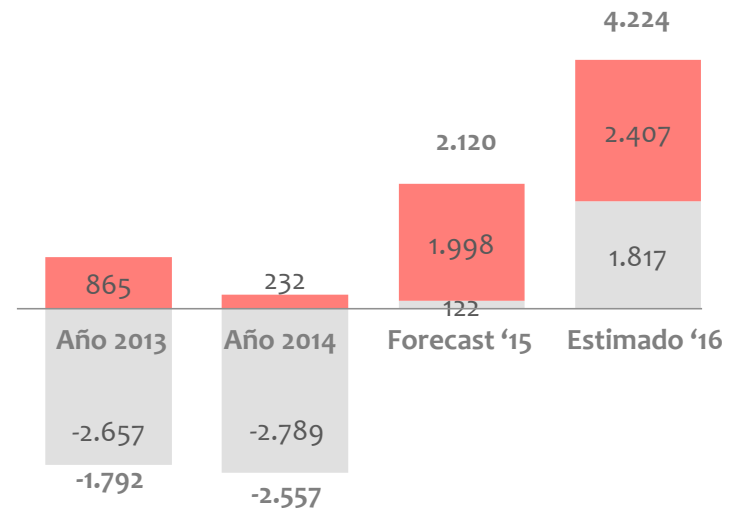
# 1. Introducción al grupo Dogi

Desde el nuevo plan establecido se ha logrado que la compañía se situé en EBITDA cercano a cero y el **forecast del grupo estima que el EBITDA –sin adquirir ninguna compañía adicional– incremente 4,7M€**

### Evolución Ventas por Empresa



### Evolución EBITDA por Empresa <sup>(1) (2) (3)</sup>



(1) El EBITDA presentado en el forecast de 2015 no contempla gastos de reestructuración ni gastos no operativos  
 (2) El EBITDA Estimado: de 2016 es EBITDA operativo del grupo tras los ahorros logrados y la mejorada de ventas. No contempla gastos no operativos  
 (3) EBITDA estimado con base en asunciones referidas a la fecha de este documento, que están sujetas a incertidumbres y a posibles cambios y, por tanto, podrían no materializarse.

# 1. Introducción al grupo Dogi

Dogi es un grupo textil con una visión clara de futuro y un posición excelente para capturar las oportunidades de mercado

**Estas bases permiten estar un paso por delante siendo muy conscientes de las dinámicas del mercado**

La **reactivación del consumo**, el **ajuste competitivo** de la economías desarrolladas (especialmente la economía española) y la **relocalización de la producción** de Asia a Europa están dando lugar a grandes oportunidades en el sector textil

El **lead-time** se ha convertido una de las mayores ventajas competitivas, posicionando a Dogi como una de las compañías mas aventajadas por su **estructura flexible y presencia en Norte América y Europa**

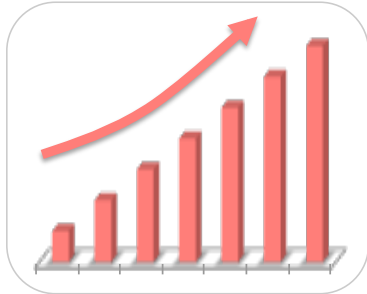
Existe una tendencia clara de **integración de la cadena de valor** a favor de los “retailers”, con una consecuente **consolidación sectorial** abriendo así una gran ventana de potenciales **adquisiciones corporativas** para los principales players del sector

# 1. Introducción al grupo Dogi

Dogi cuenta con unas magníficas bases para afrontar nuevos retos estratégicos

Dogi tiene como objetivo principal **crecer** de manera orgánica mejorando sustancialmente el resultado, además, se prevé crecer inorgánicamente llevando a cabo en los próximos años, previsiblemente, varias operaciones corporativas

## Fortalecer Desarrollo



Aprovechar la tendencia positiva del mercado y consolidar la situación de Dogi

## Operaciones Corporativas

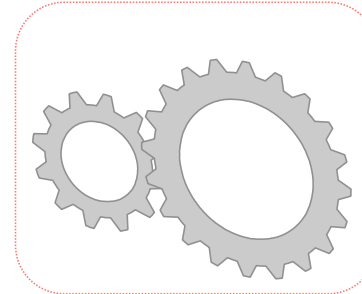
Industria textil

Fabricación de tejidos

Textil Elástico



## Sinergias

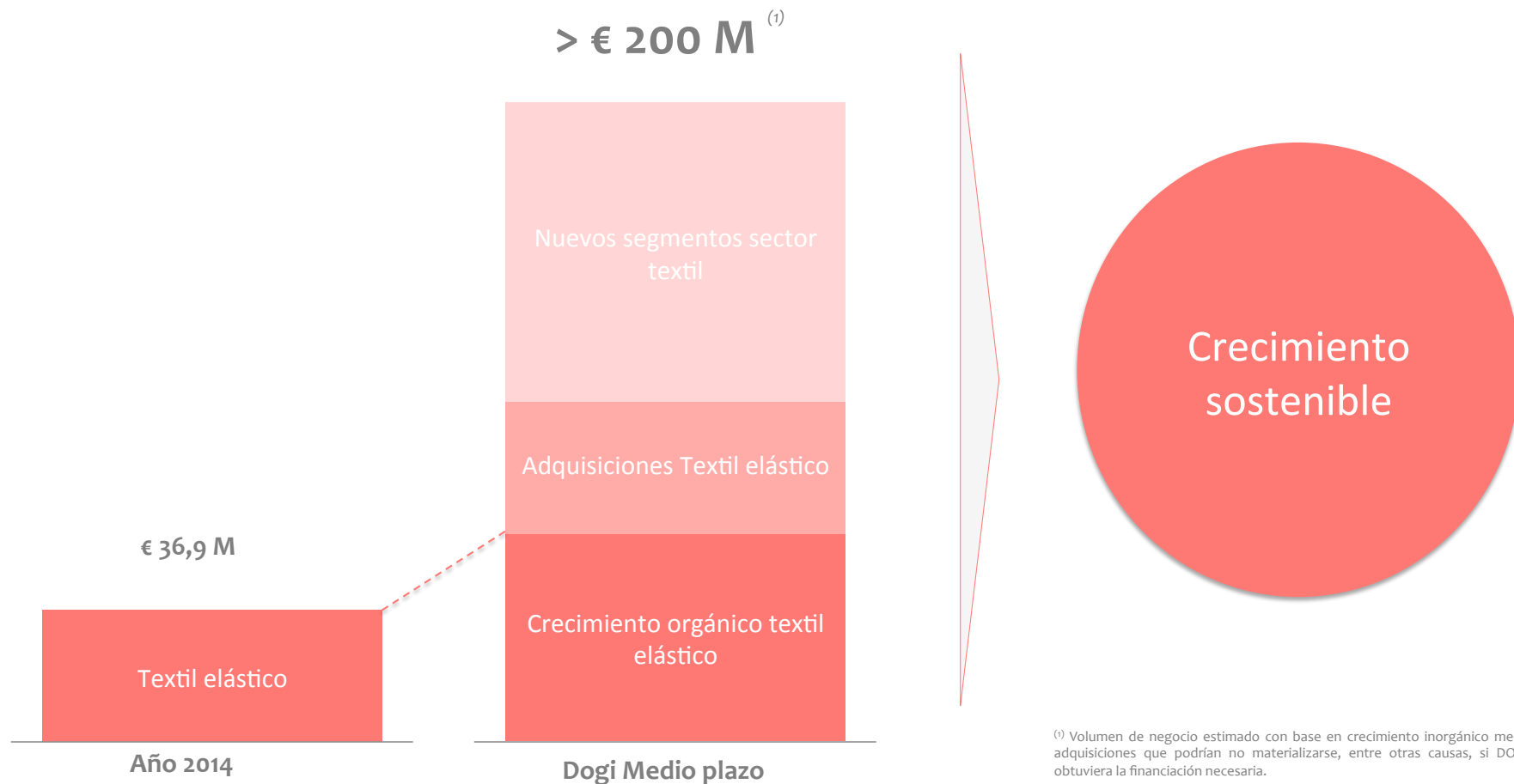


Aprovechar las potenciales adquisiciones para optimizar procesos y ganar competitividad

# 1. Introducción al grupo Dogi

La visión de Dogi es convertirse en los próximos 5 años en un grupo industrial textil con un volumen de facturación esperado superior a 200 millones de euros

Con este fin, la estrategia de Dogi se centra en la expansión en el sector textil elástico y en la entrada en nuevos mercados



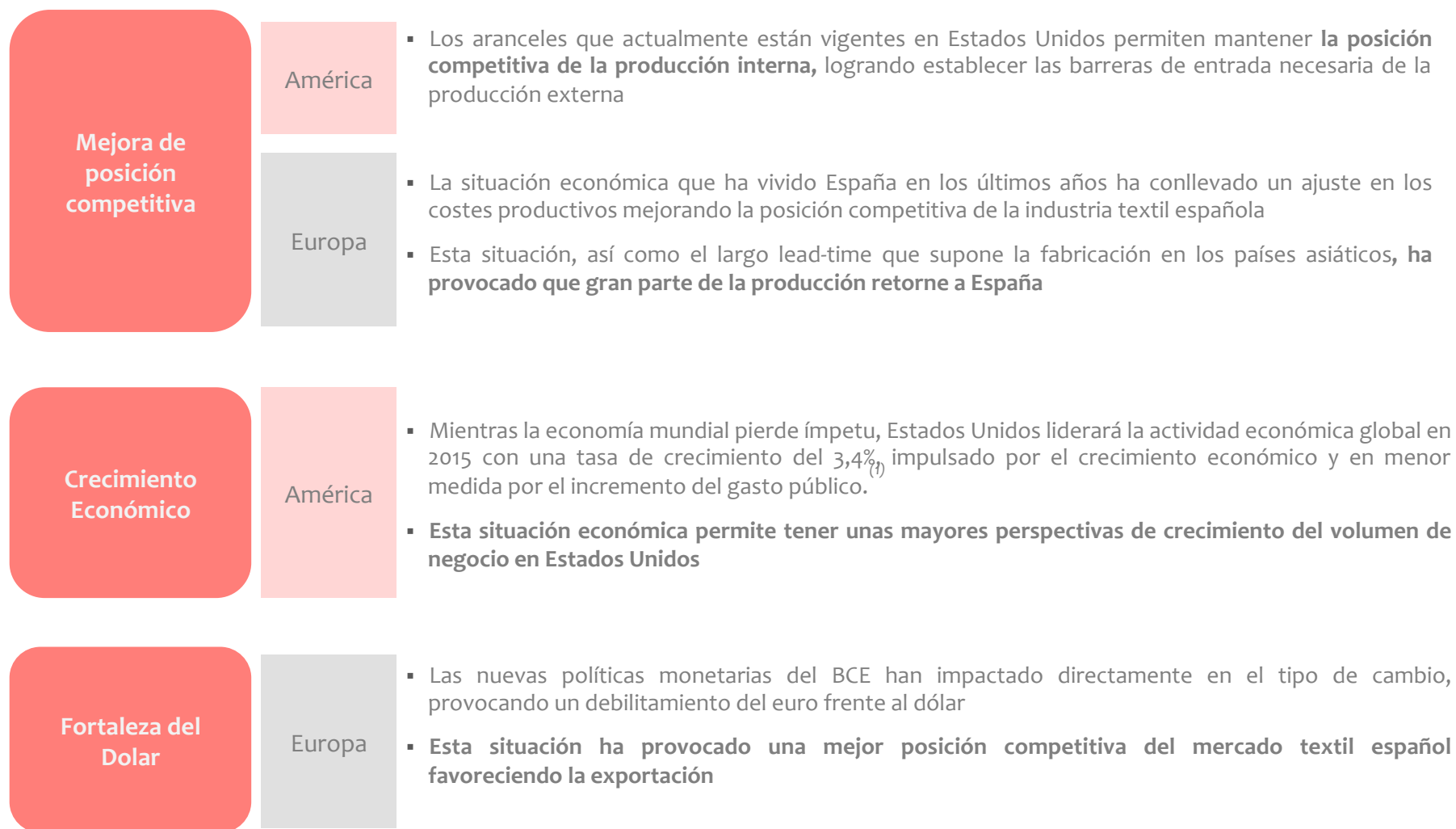
<sup>(1)</sup> Volumen de negocio estimado con base en crecimiento inorgánico mediante adquisiciones que podrían no materializarse, entre otras causas, si DOGI no obtuviera la financiación necesaria.

# Índice

1. Introducción al Grupo Dogi
2. **Información del mercado: tejidos textiles**
3. Dogi en la actualidad – Medidas adoptadas
4. Líneas estratégicas de Dogi

## 2. Información del mercado: tejidos textiles

### Oportunidades de la industria de tejidos textil a nivel macroeconómico





## 2. Información del mercado: tejidos textiles

### Nuevas tendencias del mercado de Tejidos Elásticos

#### Integración cadena de valor

- Tendencia clara de integración de la cadena de valor a favor de los “retailers” (Inditex, Mango, H&M, etc.), con menos fuerza las marcas tradicionales
- Esto implica que el cliente valore más el apoyo técnico y la disponibilidad, buscando colaboraciones a medio-largo plazo

#### Pronto moda

- El cambio introducido por los grandes retailers, más colecciones y más gama de productos a lo largo del año implica que el lead-time sea clave
- Por ello, el posicionamiento que tiene Dogi actualmente a nivel Europeo y Americano es estratégico.

#### Nuevos segmentos de mercado

- Existen nuevos segmentos que han incrementado su demanda debido a cambios de hábitos en la sociedad, como es el cambio en los hábitos de consumo de ropa deportiva
- En respuesta de esta demanda, Dogi ha presentado la primera colección de tejido para ropa deportiva en la Ispo Munich 2015, la cual ha tenido una muy buena acogida por parte de los clientes

### Claves del éxito de Dogi

- 1 Calidad, servicio y flexibilidad
- 2 Precio y costes ajustados
- 3 Lead-time reducido
- 4 Relaciones y partnerships globales
- 5 Desarrollo nuevos segmentos

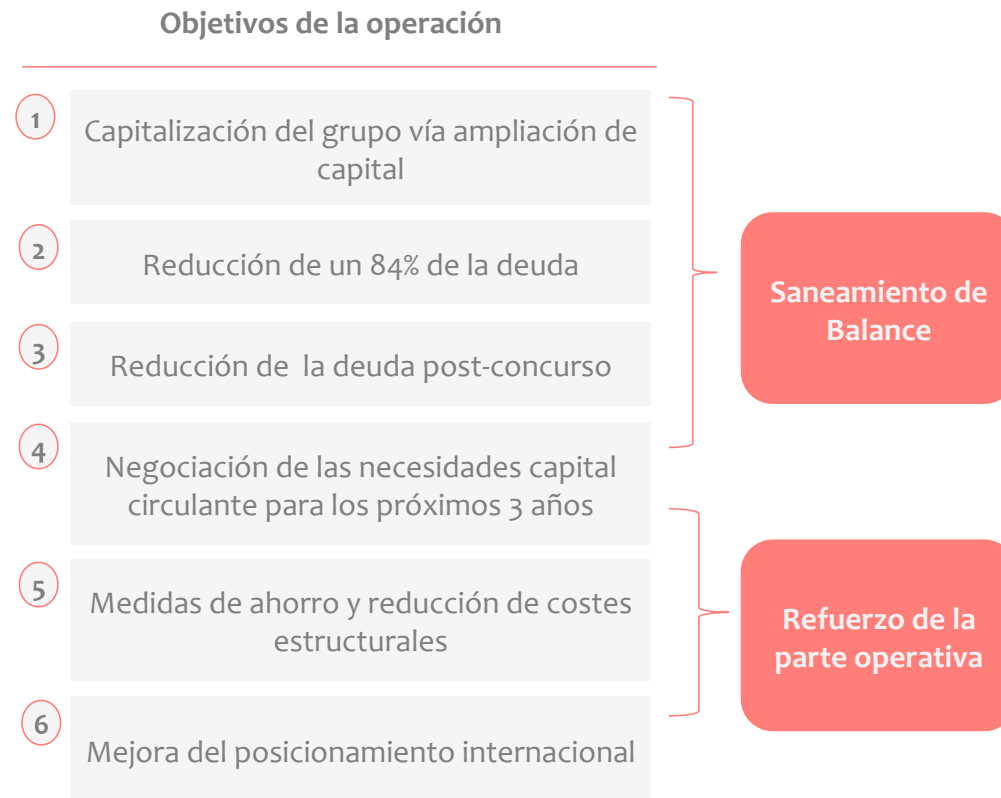
# Índice

1. Introducción al grupo Dogi
2. Información del mercado: tejidos textiles
3. **Dogi en la actualidad – Medidas adoptadas**
4. Líneas estratégicas de Dogi

### 3. Dogi en la actualidad – Nuevo accionistas mayoritario

La transacción se cerró en Septiembre de 2014 convirtiéndose Sherpa Capital en el accionista mayoritario del Grupo con un 67,528% del capital

A continuación se detallan los principales que hitos que enmarcaron la operación:

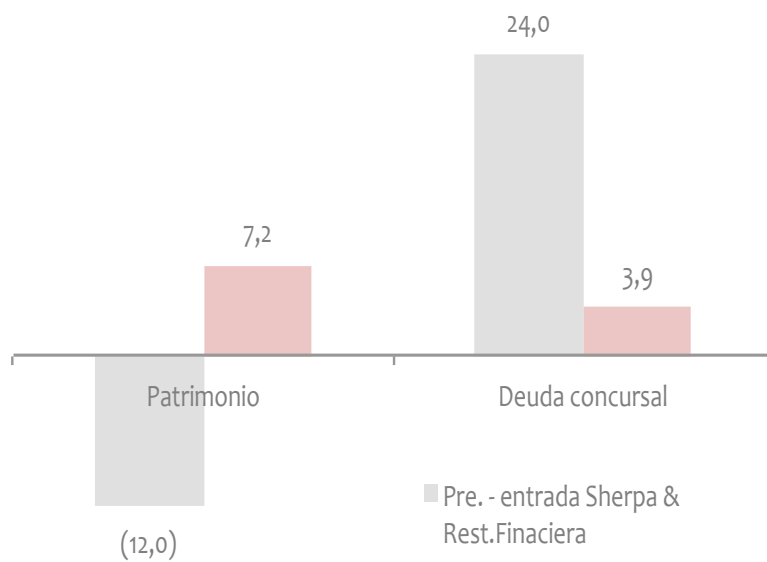


### 3. Dogi en la actualidad – Medidas adoptadas

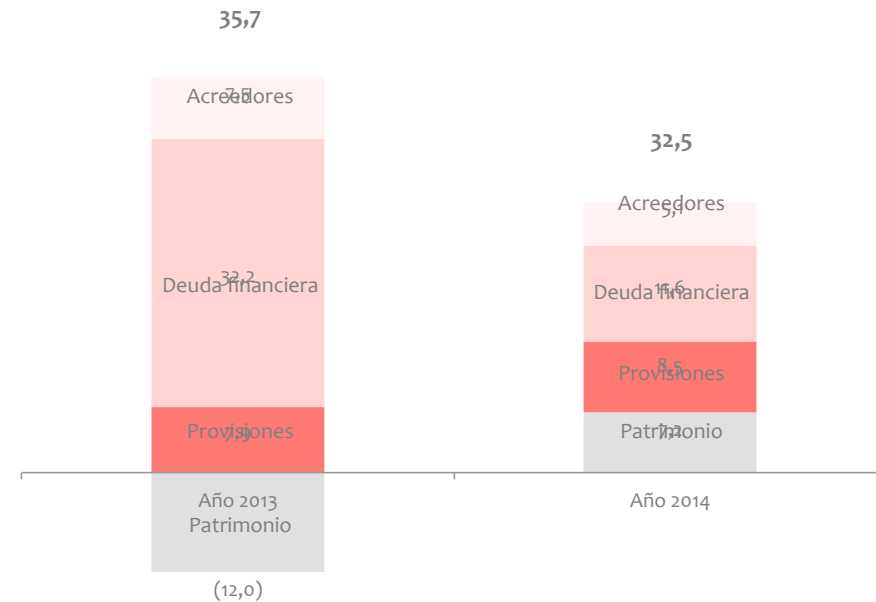
#### Reestructuración financiera completada con éxito:

La entrada de Sherpa Capital ha permitido sanear la situación de Pasivo reduciendo la deuda financiera 20,6 M€ y mejorando los Fondos Propios pasando de cifras negativas a 7,2M€

Deuda Concursal y Patrimonio (millones EUR)









Pasivo Total y Patrimonio (millones EUR)



### 3. Dogi en la actualidad – Medidas adoptadas

Con el propósito de alcanzar el crecimiento esperado Dogi, está implementado un Plan Estratégico basado en 6 puntos fundamentales:

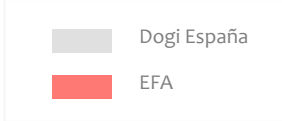
|   | Grado de avance   |
|---|---|
| 1 <b>Estabilización de la relación con proveedores:</b> se ha logrado restablecer la confianza de los principales proveedores para normalizar el suministro                           |    |
| 2 <b>Redimensionamiento de Dogi España:</b> el proceso que comenzó en el 2014 se espera que concluya satisfactoriamente a lo largo de 2015  |    |
| 3 <b>Redimensionamiento de la estructura organizativa en EFA:</b> se ha ajustado la estructura a la carga de trabajo  |    |
| 4 <b>Sinergias operativas en las plantas de producción:</b> medidas en proceso de implementación con claro impacto positivo en el EBITDA  |   |
| 5 <b>Cambios en el equipo directivo:</b> se ha incorporado un nuevo equipo directivo independiente a los accionistas con una clara visión comercial y de negocio                      |  |
| 6 <b>Estrategia de adquisiciones:</b> se está analizando la adquisición de compañías que consoliden la actual cartera de productos del Grupo y que permitan entrada a nuevos mercados |  |

### 3. Dogi en la actualidad – Primer Trimestre 2015

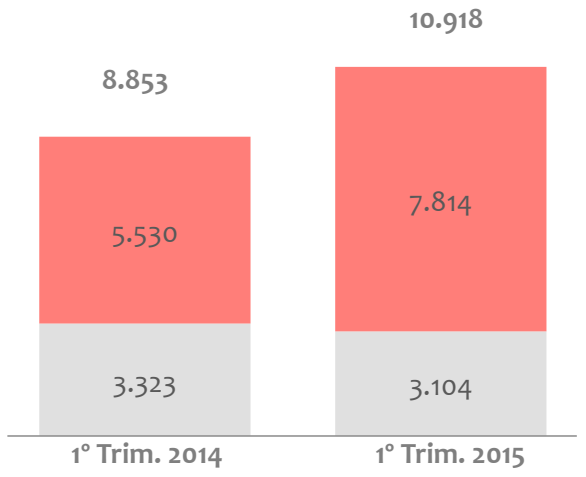
Dogi ya ha logrado revertir la situación como muestra sus resultados del primer trimestre de 2015 incrementando las ventas un 23,3% respecto al 2014

- Dogi ha logrado incrementar sus ventas un 23,3% respecto al primer trimestre de 2014
- La compañía, gracias a las medidas implementadas de mejoras de eficiencia y productividad, se sitúa prácticamente en break-even a nivel de EBITDA y reduce sus pérdidas trimestrales un 32 por ciento
- La cartera de pedidos en el mes de abril registra una notable mejoría respecto al mismo mes del año anterior, lo que invita a pensar en mejoras en la facturación en próximos periodos

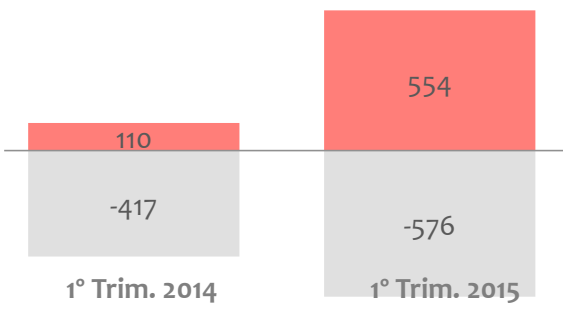
| Grupo Dogi | 1T 2014 | 1T 2015 |
|------------|---------|---------|
| Ventas     | 8.853   | 10.918  |
| EBITDA     | -307    | -22     |
| EBIT       | -941    | -729    |
| B° Neto    | -1.226  | -833    |



Cifras de ventas por filial (miles EUR)



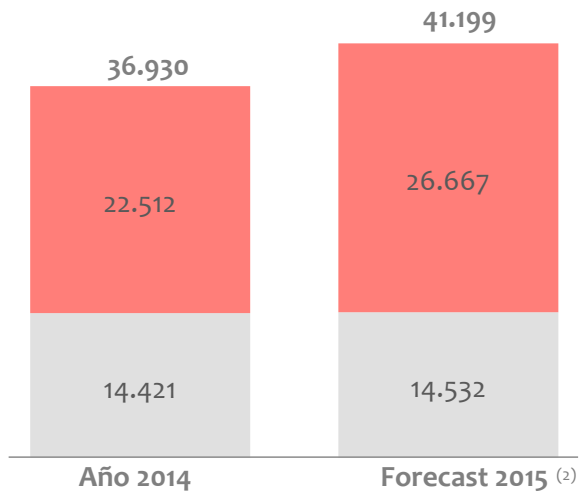
Cifras de EBITDA por filial (miles EUR)



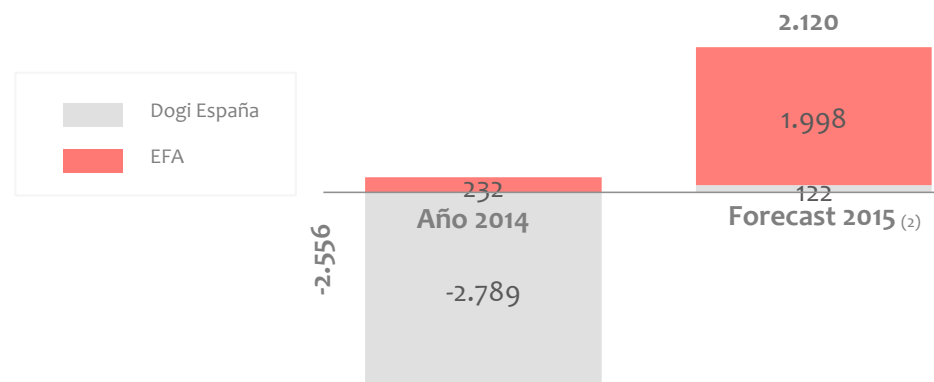
### 3. Dogi en la actualidad – Forecast 2015

Dogi estima lograr mejorar el EBITDA operativo en 2015 gracias a la mejora del volumen de negocio en América y por la reducción de gastos en la filial Europea, sin considerar adquisiciones de compañías

Cifras de ventas por filial (miles EUR)



Cifras de EBITDA<sup>(1)</sup> por filial (miles EUR)



- Las ventas de EFA mejoran por la situación macroeconómica y porque el año pasado tuvieron una desviación puntual
- Las ventas de Dogi España se recuperan tras el pequeño parón del primer trimestre

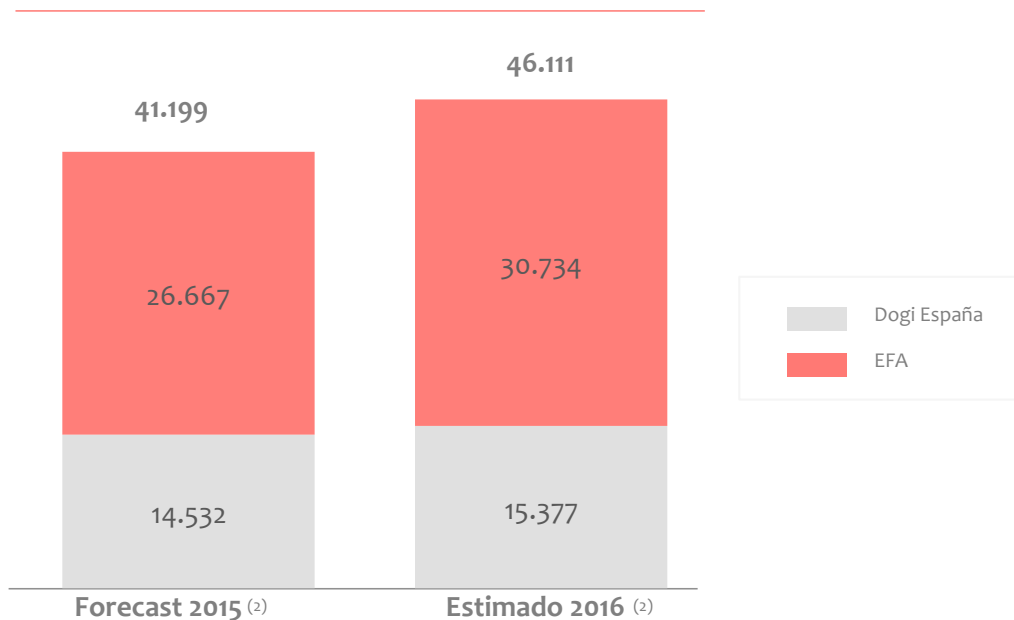
- El EBITDA de EFA mejora 1,9M€ por la mejora de ventas y por la optimización de la producción gracias a las economías de escala
- El EBITDA de Dogi España mejora 2,9M€ por la política de reducción de gastos que tendrá su impacto anualizado en

<sup>(1)</sup> El EBITDA presentado en el forecast de 2015 no contempla gastos de reestructuración ni gastos no operativos.  
<sup>(2)</sup> EBITDA estimado con base en asunciones referidas a la fecha de este documento, que están sujetas a incertidumbres y a posibles cambios y, por tanto, podrían no materializarse.

### 3. Dogi en la actualidad – Estimación para el año 2016

Dogi estima alcanzar un EBITDA operativo – sin contemplar adquisiciones de compañías- de 4,2 millones de euros

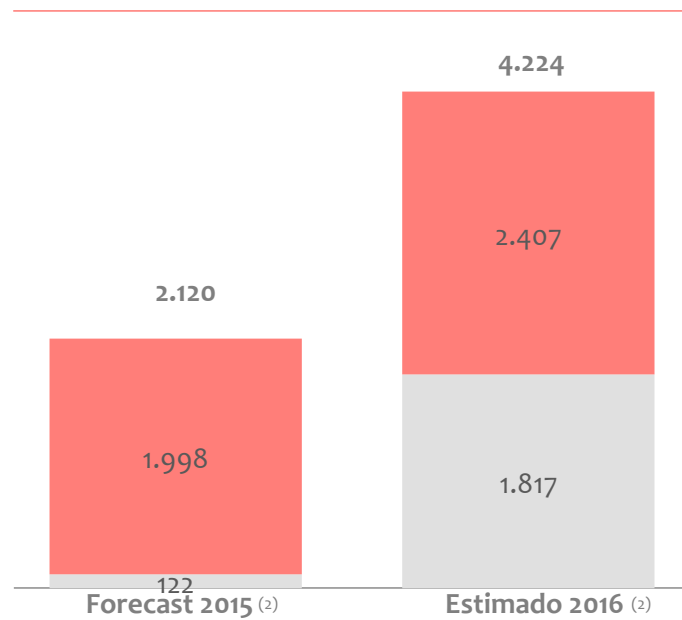
Cifras de ventas por filial (miles EUR)



**Variación anual: forecast 2015 vs estimado 2016**

- Crecimiento en ventas +5,8% en Dogi España
- Crecimiento en ventas +15,3% en EFA
- Crecimiento en ventas +11,9% a nivel consolidado

Cifras de EBITDA (1) por filial (miles EUR)



**Variación anual: forecast 2015 vs estimado 2016**

- El EBITDA de Dogi España mejora 1,7M€
- El EBITDA de EFA mejora 0,4M€
- El EBITDA del grupo es 2,1M€ superior

(1) EBITDA normalizado: EBITDA operativo post-reestructuración y con impactos anualizados que tendrá reflejo en el 2016

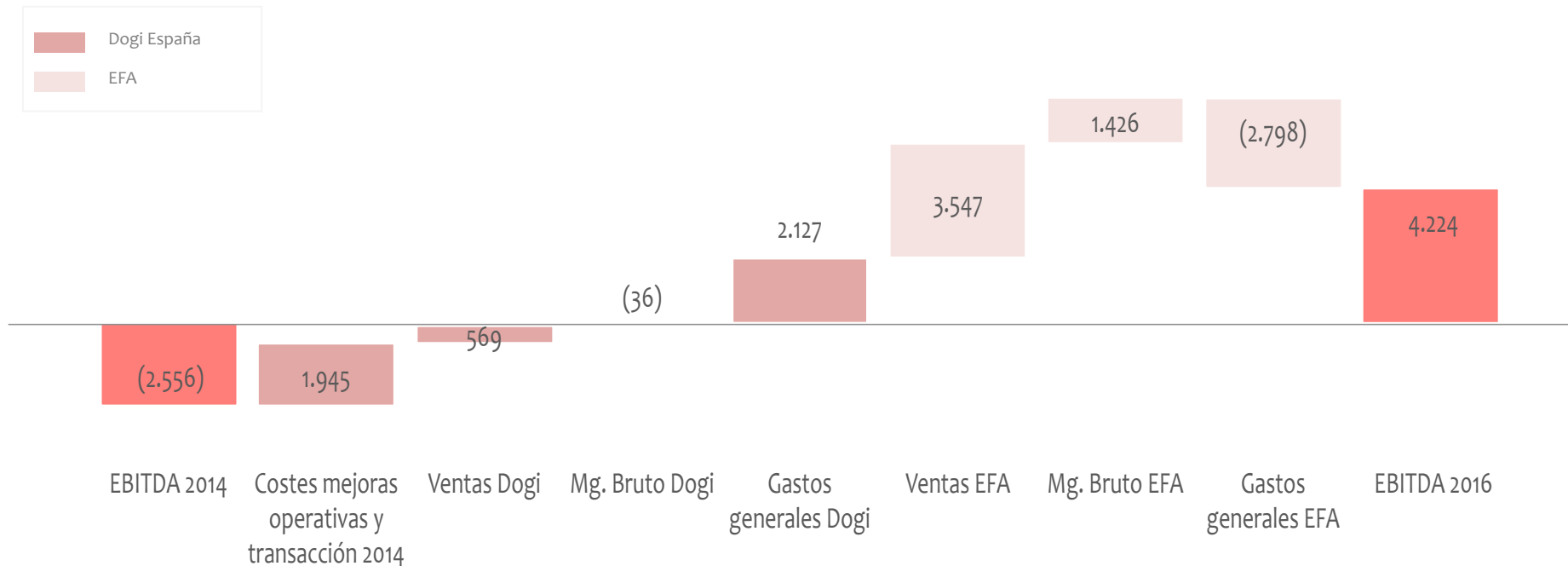
(2) EBITDA estimado con base en asunciones referidas a la fecha de este documento, que están sujetas a incertidumbres y a posibles cambios y, por tanto, podrían no materializarse.



### 3. Dogi en la actualidad – Estimación para el año 2016

Como se puede observar la mejora del EBITDA en la filial americana (EFA) se logra debido al incremento de las ventas y mejora del margen bruto, mientras que la filial europea (Dogi) mejora su resultado principalmente por la reducción de gastos

Dogi – Bridge EBITDA operativo 2016 sin contemplar adquisiciones <sup>(1|2)</sup>



(1) El gráfico bridge EBITDA intenta reflejar el impacto de cada medida que tiene en el EBITDA normalizado

(2) EBITDA estimado con base en asunciones referidas a la fecha de este documento, que están sujetas a incertidumbres y a posibles cambios y, por tanto, podrían no materializarse

### 3. Dogi en la actualidad – Medidas adoptadas

#### Nueva accionista mayoritario: Sherpa Capital

La entrada de Sherpa Capital y la puesta en marcha de un nuevo plan estratégico apunta a la consolidación del Grupo como líder del mercado y ya son visibles sus resultados

Evolución bursátil: Junio '14 – Mayo '2015



#### Hitos relevantes

- 1 • Vuelta al mercado continuo tras 5 años
- 2 • Entrada de Sherpa Capital como accionista mayoritario
- 3 • Dilución del precio de la acción fruto del efecto contable de la ampliación de capital
- 4 Fase de estabilización operativa, el mercado reconoce el potencial de Dogi con una fuerte subida del precio por acción (+94% Nov.'14-May.'15)

El objetivo a medio plazo es incrementar el free-float

### 3. Dogi en la actualidad – Medidas adoptadas

#### Nuevo Gobierno Corporativo

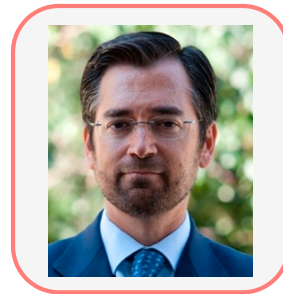
Desde la entrada de Sherpa Capital se ha producido una transformación del Consejo de Administración\* con el fin de dar apoyo a la nueva estrategia de Dogi, así como para liderar las prácticas de buen gobierno corporativo



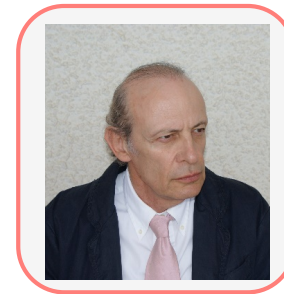
Presidente  
Eduardo Navarro



Consejero Delegado  
Alfredo Bru



Secretario  
Ignacio Gómez-Sancha



Consejero Independiente  
Richard Rechter



Consejero Dominical  
Jorge Fernández



Consejero Dominical  
Sergi Domenech



● Consejero Independiente  
Fernando Diago



● Consejero Dominical  
Vicente Espert

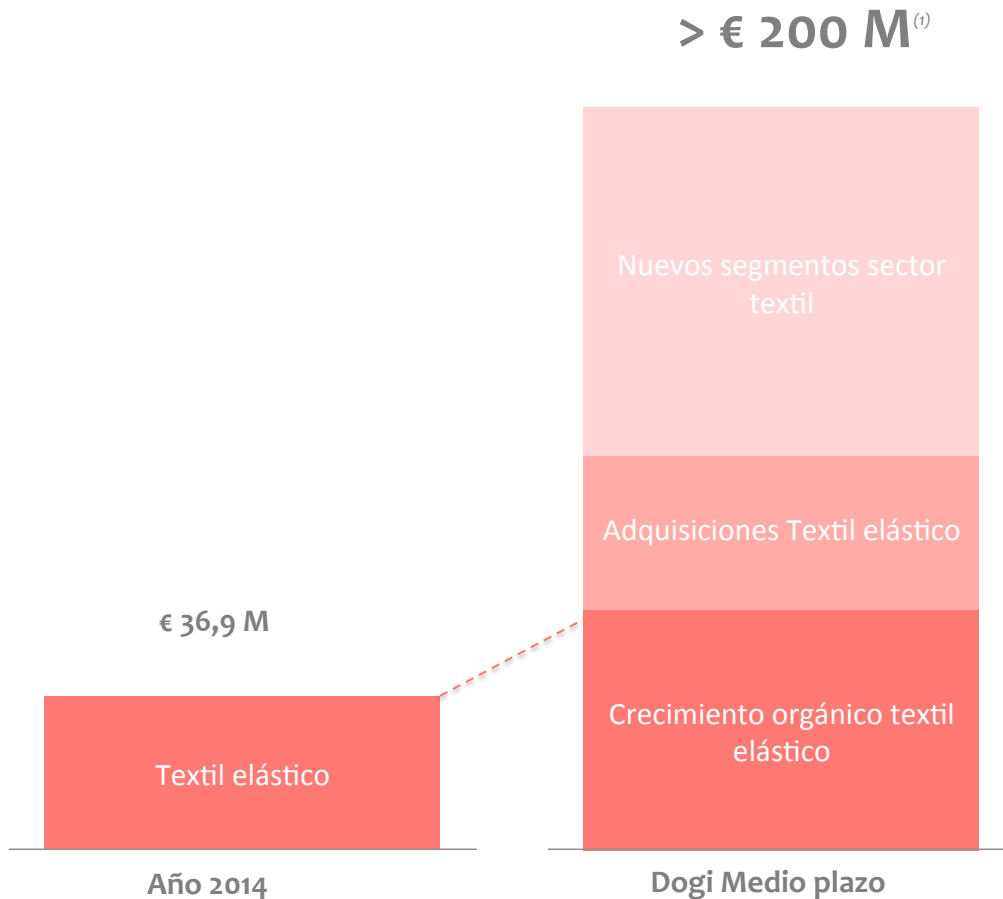
# Índice

1. Introducción al Grupo Dogi
2. Información del mercado: tejidos textiles
3. Dogi en la actualidad – Medidas adoptadas
4. **Líneas estratégicas de Dogi**

## 4. Líneas estratégicas de Dogi

La visión de Dogi es convertirse en los próximos 5 años en un grupo industrial textil con un volumen de facturación esperado superior a 200 millones de euros

Con este fin, la estrategia de Dogi se centra en la expansión del segmento actual como en la entrada en nuevos mercados



- Con el objetivo de aprovechar las economías de escala derivadas de ser un grupo industrial textil, Dogi está analizando operaciones corporativas en nuevos segmentos del sector textil.
- Estas adquisiciones lograran incrementar el valor añadido que ofrece actualmente Dogi a sus clientes, así como mejorar la rentabilidad del grupo

- Dogi actualmente presenta un crecimiento orgánico que está consolidando en el 2015 y se verá totalmente en el año 2016.
- Además se están analizando operaciones con empresas del mismo nicho de mercado con el fin de lograr sinergias comerciales, así como a nivel de rentabilidad

<sup>(1)</sup> Volumen de negocio estimado con base en crecimiento inorgánico mediante adquisiciones que podrían no materializarse, entre otras causas, si DOGI no obtuviera la financiación necesaria.

## 4. Líneas estratégicas de Dogi

Dogi ha creado las bases para afrontar nuevos retos estratégicos

- Tras lograr una mejora de la posición competitiva gracias al plan de adecuación de los costes, redefinición de procesos y el crecimiento del volumen de la cartera de pedidos, así como una reestructuración financiera y capitalización del Grupo, **Dogi ha creado las bases para ser una empresa rentable en el largo plazo y poder afrontar un nuevo marco estratégico**
- El nuevo marco estratégico tiene como objetivo principal incrementar el volumen de negocio con el fin de obtener economías de escala y mejorar de manera sustancial el resultado del grupo. Es por ello, que sus 2 grandes pilares son:

Fortalecer el  
desarrollo

Operaciones  
corporativas

## 4. Líneas estratégicas de Dogi

**Crecimiento Orgánico:** Fortalecimiento del desarrollo centrado en las siguientes bases:

### Continuo desarrollo de nuevos segmentos

- El mercado de baño y “activewear” necesita un nuevo impulso con el fin de incrementar el volumen de negocio
- Para ello, se requiere la promoción y diseño de nuevas colecciones que incremente la penetración en el mercado

### Finalización del proceso de reducción de costes

- Con la primera reestructuración, se procedió una revisión de todos los procesos.
- Tras ello se ha comenzado la implantación de una reingeniería de procesos que conlleva un plan de reducción de costes de todas las áreas de la empresa y que acabará a lo largo del 2015

### Foco en nuevos clientes

- Como se ha comentado anteriormente, los “retailers” se constituyen como los clientes con mayor recorrido
- Dogi está trabajando en la adecuación de su estrategia de orientación al cliente para poder lograr relaciones a largo plazo con estos clientes

## Mayor Valor de Dogi

derivado de:

- 1 Mejor posición competitiva
- 2 Mayor valor para nuestro clientes
- 3 Mejor posición estratégica

## 4. Líneas estratégicas de Dogi

**Operaciones corporativas:** el objetivo es hacer en los próximos años varias operaciones corporativas con el fin de penetrar por tanto en nuevos segmentos de la cadena de valor como en nuevos mercados



Se espera un intenso periodo de consolidación en el sector textil español en los próximos años, donde predominan las pymes y las empresas familiares con productos de valor añadido pero limitada capacidad de alcance



El lead-time es clave en la fabricación de tejidos, por ello, Dogi tiene actualmente un posicionamiento a nivel Europeo competitivo que espera fortalecer con operaciones corporativas estratégicas



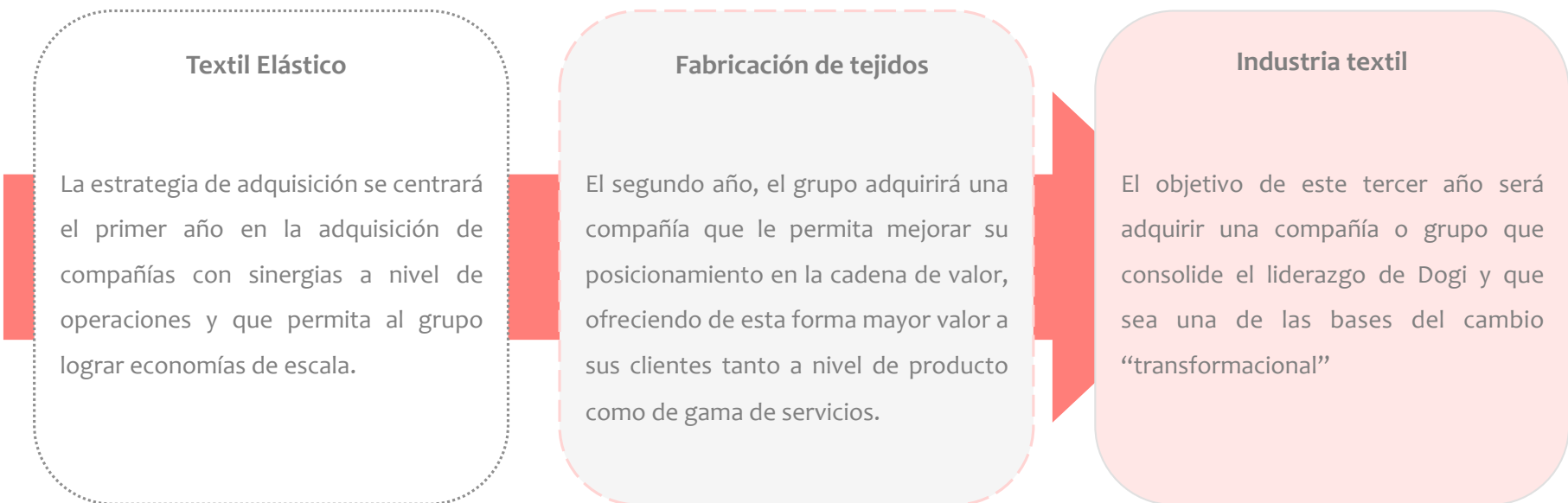
Se está viviendo un proceso de integración en la cadena de valor donde las sinergias entre fabricantes, diseñadores y retailers cada vez son mas claras y rentables abriendo un amplio abanico para la consolidación de mercado





## 4. Líneas estratégicas de Dogi

**Perfil Operaciones corporativas:** el objetivo es comenzar con adquisiciones más cercanas al “core business” del negocio actual y culminar en un cambio transformacional que consolide la posición de liderazgo de Dogi en la industria textil.



## 4. Líneas estratégicas de Dogi

**Perfil Operaciones corporativas:** nuestro objetivo a corto plazo es cerrar varias operaciones corporativas en los próximos meses con el fin de expandir el mercado y consolidar un grupo textil presente en distintas partes de la cadena de valor y competitivo con toda su cartera de productos

### Operación Corporativa: fabricante tejido textil elástico

---

- El objetivo de estas operaciones es alcanzar un mayor volumen en segmentos de mercado en los que **está presente con el fin de lograr economías de escala**
- Con este propósito, se está analizando más de 5 operaciones en el mercado. En una de ellas **Dogi se encuentra en una fase avanzada y estimamos cerrar la operación en 2015**
- Según análisis internos preliminares, la adquisición de esta compañía supondría **mejorar el EBITDA de manera significativa frente a las previsiones expuestas.**

### Operación Corporativa: expansión de mercado

---

- Consideramos que hay una oportunidad en el mercado para realizar adquisiciones en nuevos segmentos que tienen grandes sinergias con el posicionamiento actual de Dogi.
- Es por ello que se tiene como objetivo **adquirir varias compañías que permitan a Dogi penetrar nuevos segmentos del mercado**
- Estas operaciones brindarán a Dogi la posibilidad de incrementar su cartera de clientes y obtener sinergias vía acciones de venta cruzada, así como un mayor valor a los clientes

## 4. Líneas estratégicas de Dogi

**Calendario actuación:** el calendario diseñado de actuación considera adquisiciones de 3 tipos en las que se pueda **generar valor a corto plazo** y adquiridas a **múltiplos inferiores a los cotizados**.

### Generar Valor a corto plazo

- El objetivo es realizar inversiones que comiencen a generar valor en el corto plazo y sean coherentes con la estrategia de Dogi
- Para ello, se está en contacto con posibles candidatos que presenten una clara oportunidad a nivel de mejoras de gestión, incremento de productividad, sinergias y economías de escala

### Múltiplos inferiores a los cotizados

- Se está analizando operaciones en las que exista una oportunidad clara de generar plusvalías por el valor al que se adquieren las compañías
- La experiencia del equipo adquirida de los últimos 15 años permite generar mucho valor en operaciones en situaciones especiales

Primer año (2015 – 2016)

Textil Elástico

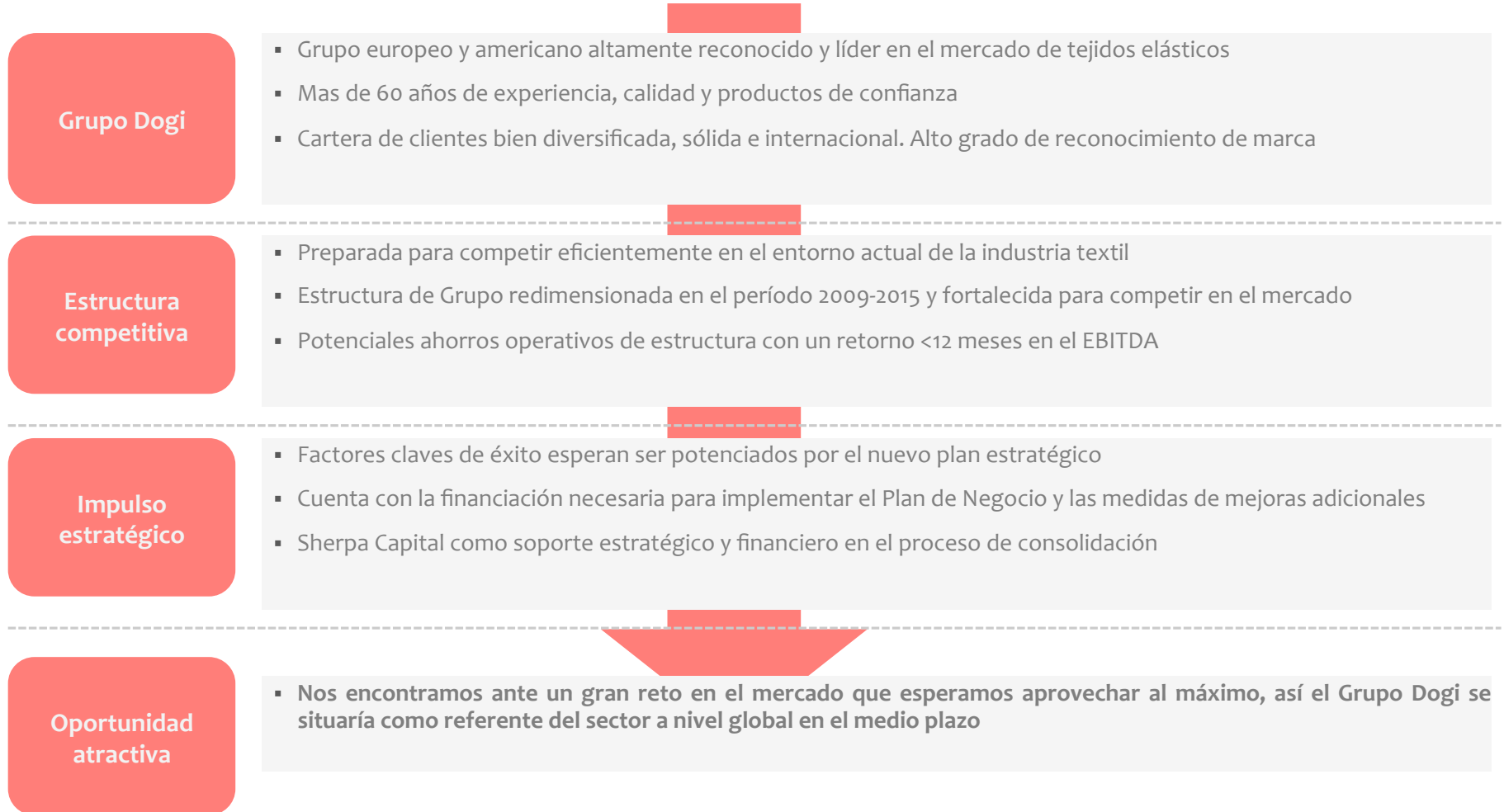
Segundo año (2016 – 2017)

Fabricación de tejidos

Tercer año (2017 – 2018)

Industria textil

## 4. Puntos clave para afrontar nuevo plan estratégico





**Muchas gracias por su atención**