



Plan Estratégico 2008-2010

Julio 2007



Dogi International Fabrics Plan Estratégico 2008-2010

Advertencia Legal

Esta presentación se basa en la información proporcionada por Dogi y otras fuentes consideradas como fiables. También incluye estimaciones sobre el futuro (por ejemplo, las relativas a la situación financiera de Dogi, estrategia de mercado, planes de gestión y objetivos para operaciones futuras) que implican riesgos conocidos y desconocidos, y están sujetas al cumplimiento de ciertas hipótesis clave en relación con estrategias, presentes o futuras, de negocio de la sociedad y las circunstancias y condiciones en las que Dogi pueda operar en el futuro. Debido a tales incertidumbres y riesgos, se aconseja a los receptores que no presten una confianza indebida en dichas estimaciones sobre el futuro. La dirección de Dogi no asume la obligación de actualizar su evaluación de tales riesgos e incertidumbres o de anunciar públicamente el resultado de cualquier revisión de las citadas estimaciones sobre el futuro, salvo que fuera necesario en aplicación de la legislación vigente.

Bajo ningún propósito deberá confiar en la información contenida en este documento ni en su integridad, precisión o imparcialidad. Ni Dogi, ni sus Consejeros, Directivos, empleados, agentes garantiza la precisión, integridad, imparcialidad de la información y opiniones contenidas en este documento. Asimismo tampoco se garantiza la utilidad de la información suministrada a los eventuales fines pretendidos por tales receptores.

La información y las opiniones contenidas en este documento se suministran a la fecha de esta presentación y están sujetas a modificación sin previo aviso.



Dogi International Fabrics Plan Estratégico 2008-2010

Índice

- . Grupo DOGI
- . Sector Tejido Elástico/ Mercado (IA)
- . Plan Estratégico 2008-2010:
 - . Acciones a Corto Plazo
 - . Estrategia a Medio Plazo
- . Evolución Estados Financieros
- . Compromisos para el 2008



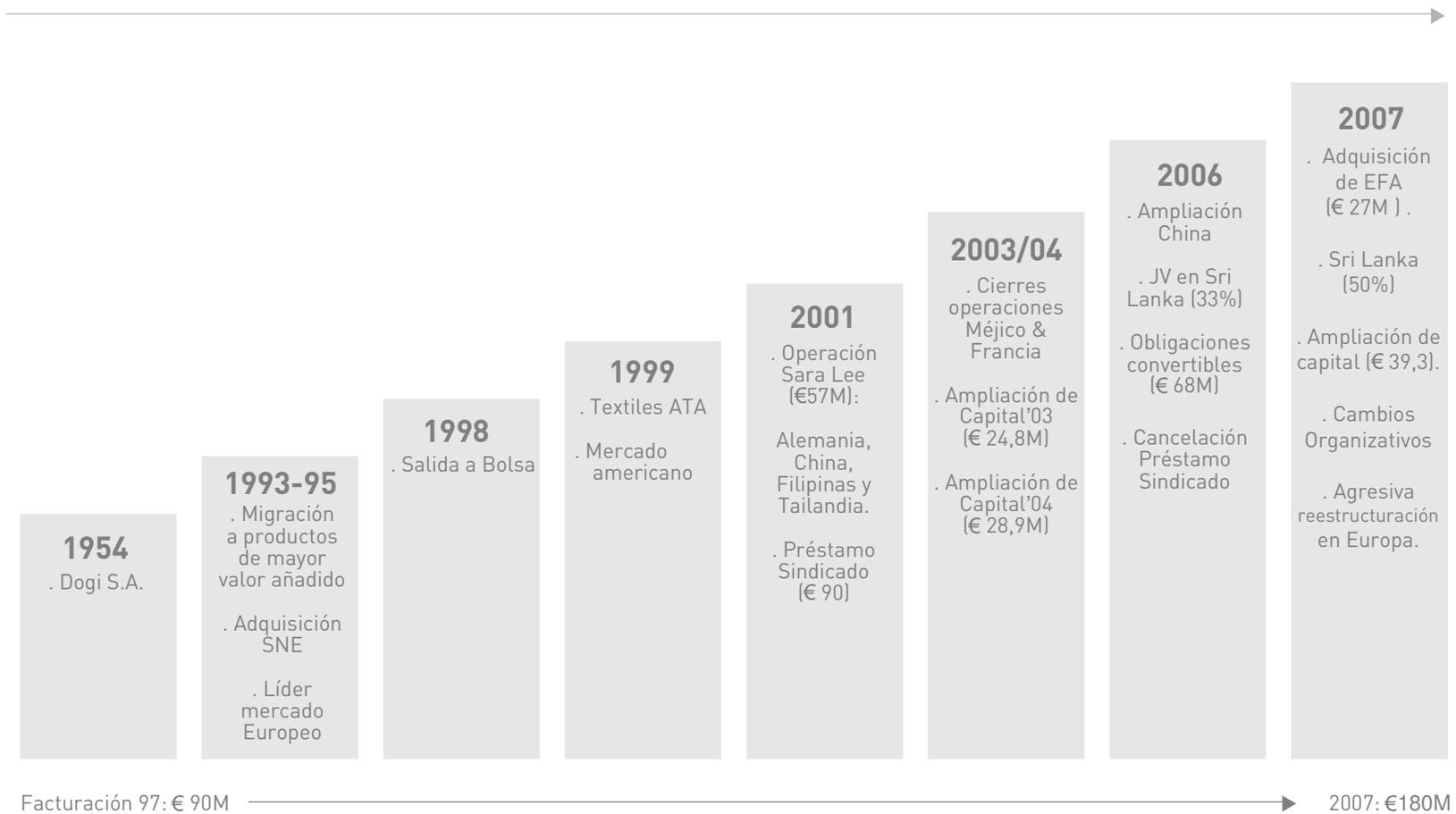
Grupo DOGI Hoy

- ✓ Líder y Único Proveedor Global de Tejido Elástico.
- ✓ 25% Cuota Global de Mercado (Intima); 2,9 RMS.
- ✓ Óptima ubicación de los Centros Productivos en relación a los principales Clusters de Confección (Intima/Baño/Sport).
- ✓ Proveedor de referencia para las Marcas Internacionales de Moda Intima & Baño (Victoria 's Secret, Chantelle, Triumph, M&S, Speedo, Women 's Secret....).
- ✓ Partnership relation con nuestros clientes.
- ✓ Certificación Global Calidad.
- ✓ Investigación + Desarrollo :
 - ✓ Reconocido por la Innovación & Diseño.
 - ✓ Partnership con Proveedores.
 - ✓ Marcas Registradas como generador de tendencia (Dreamshape®, Liquid®, Invisible®, Cotton Touch®...)
- ✓ Más de 2.000 Empleados, Más de €180M de facturación, 40 M metros de Capacidad Instalada.
- ✓ Resultados Negativos. Impacto Sociedad Española.



Dogi International Fabrics Plan Estratégico 2008-2010

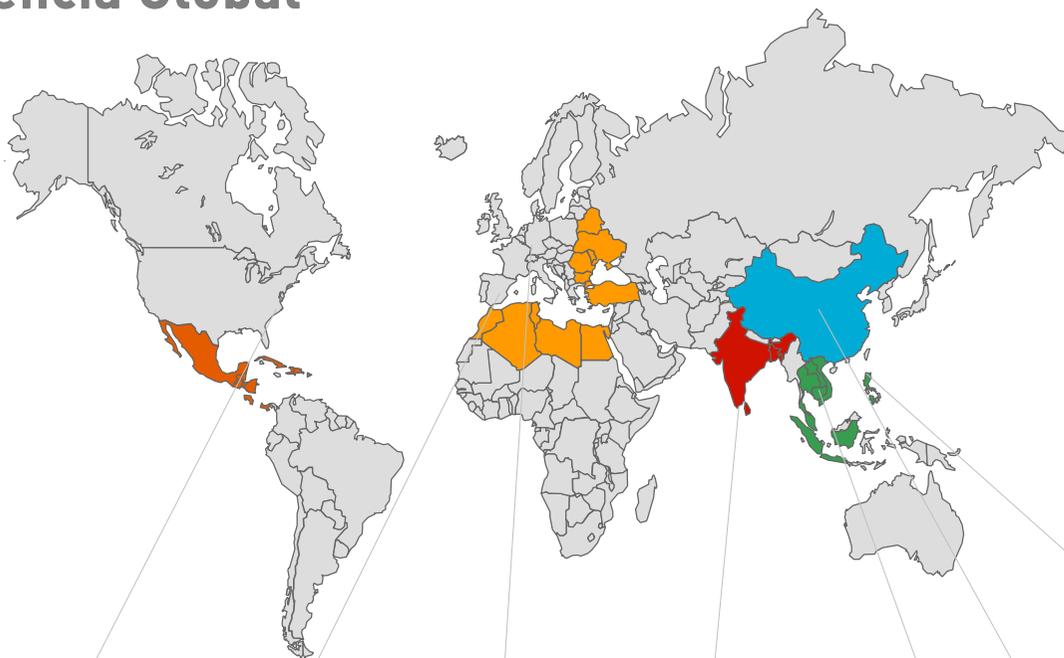
Evolución





Dogi International Fabrics Plan Estratégico 2008-2010

Presencia Global



Cluster Filipinas / Vietnam
Indonesia / Tailandia

Cluster China

Cluster India / Sri Lanka

Cluster Europa del Este / Norte de Africa

Cluster Centro America / Caribe



EEUU
Capacidad:
9 Mill m/año
Empleados: 220



ESPAÑA
Capacidad:
12 Mill m/año
Empleados: 590



ALEMANIA
Capacidad:
4.5 Mill m/año
Empleados: 236



**SRI LANKA
(Joint-Venture)**
Capacidad:
1ª Fase: 2.5 Mill m/año
Empleados: TBD



TAILANDIA
Capacidad:
4 Mill m/años
Empleados: 268



CHINA
Capacidad:
7,5 Mill m/año
Empleados: 400



FILIPINAS
Capacidad:
3 Mill m/año
Empleados: 259



Sector Tejido Elástico



Características y tendencias

- . Subsector textil (5%) de mayor crecimiento
- . Fragmentado de gestión familiar, en proceso de concentración
- . Intensidad en capital
- . Confeccionistas: Constantes Procesos de Deslocalización
- . Fuerte concentración de clientes y proveedores

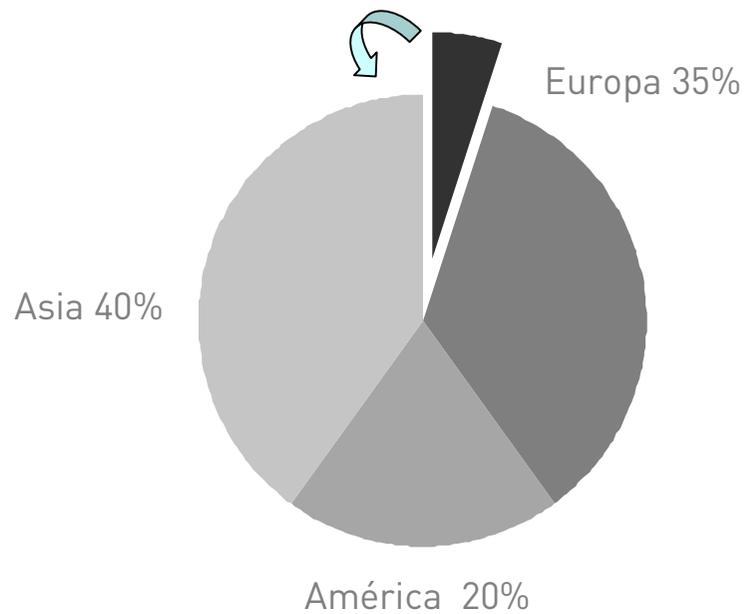
Factores de éxito

- . Servicio, Calidad y Fiabilidad
- . Innovación
1st to market
- . Proximidad al punto de confección
 - . Global Relationship
 - . Competividad: Costes.

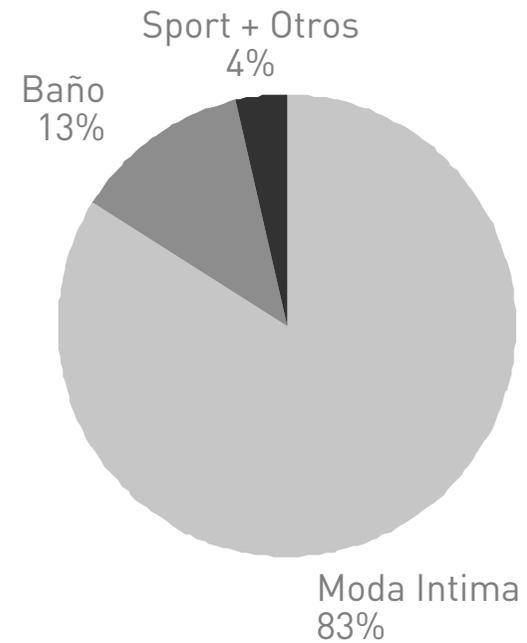


Distribución Ventas Grupo

Áreas Geográficas(*)



Segmentos de Producto



(*) Volumen por origen de fabricación



Mercado Moda Intima

	Tendencias de Mercado (5años)	Drivers Crecimiento
Europa	<ul style="list-style-type: none">. +1%. > 10% tejidos funcionales	<ul style="list-style-type: none">. Mercado Maduro. Envejecimiento/ Obesidad
Europa Este	<ul style="list-style-type: none">. +10%	<ul style="list-style-type: none">. ▲ Población. ▲ PIB
Norte América	<ul style="list-style-type: none">. +10%	<ul style="list-style-type: none">. ▲ Población / Inmigración. ▲ Sofisticación (Tend. Elástico)
Asia	<ul style="list-style-type: none">. +30%	<ul style="list-style-type: none">. ▲ Población. ▲ PIB. Hábitos Consumo Occidentales

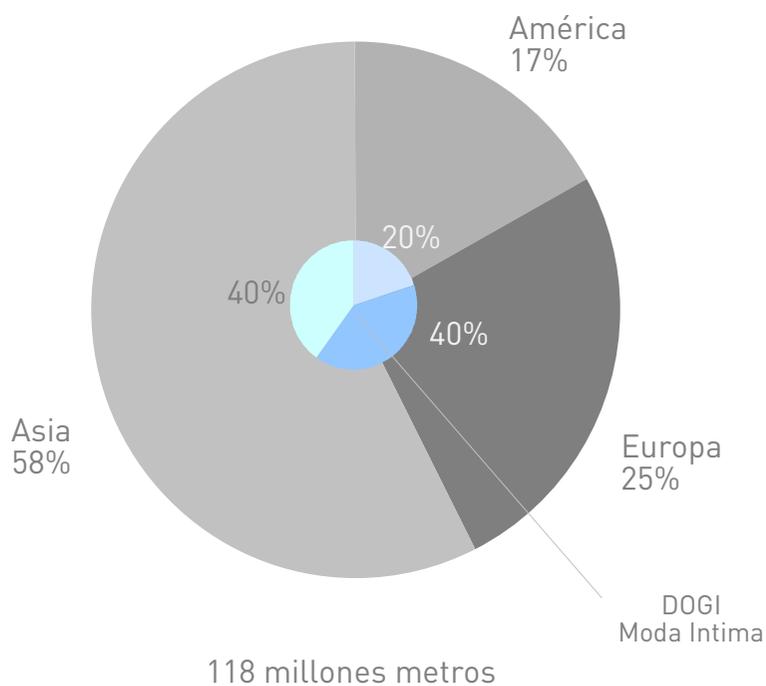


Localización Plantas D.I.F. vs Mercados

Confección Prendas Moda Intima

Total Consumo de Tejidos Elástico
Moda Intima

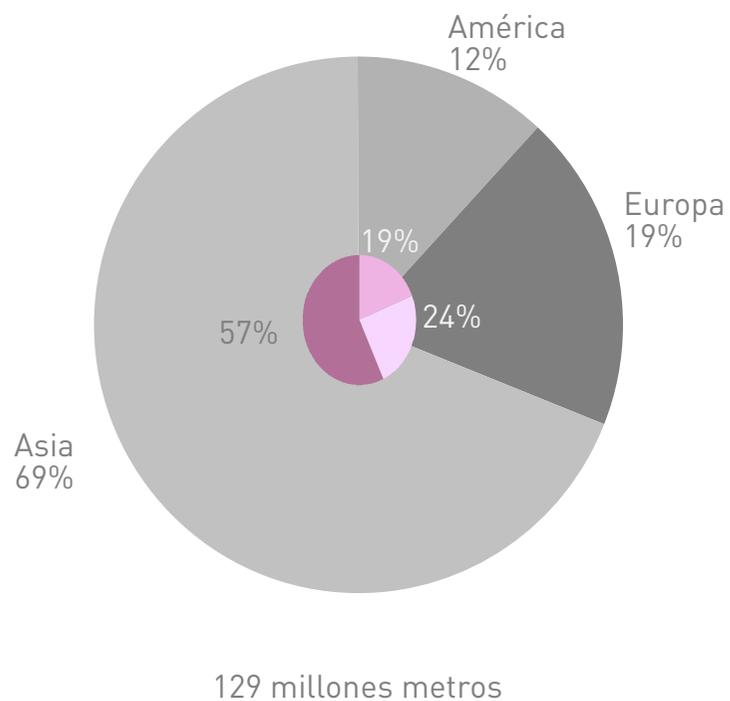
2004



Confección Prendas Moda Intima

Total Consumo de Tejidos Elástico
Moda Intima

2012e





Dogi International Fabrics Plan Estratégico 2008-2010

Otros Segmentos

BAÑO



. Mercado Objetivo:

- 240 M prendas
- 7.000 M USD
- 80 M mts Tej. Elástico

. Drivers Crecimiento:

- Población
- Moda

. Cuota Mercado D.I.F:

- 3,5 %

ACTIVE WEAR



. Mercado Objetivo:

- 500 M prendas
- 10.000 M USD
- 100/150 M mts Tej. Elástico

. Drivers Crecimiento:

- Confort
- Nuevos Usos

. Cuota Mercado D.I.F:

- 1,5-2 %

NUEVOS MERCADOS

. Mercados Potenciales:

- Sector Médico
- Tejidos Técnicos (Industria, Geotextiles, Agricultura)

. Razones:

- Nichos de alto valor añadido
- Elevadas tasas de crecimiento
- Barreras de entrada



Ventajas Competitivas

- ✓ Proveedor Global.
- ✓ Baja Vulnerabilidad a los Procesos de Deslocalización.
- ✓ Market Leader en Moda Intima.
- ✓ Innovación / Diseño (*1st Mover to Market*).
- ✓ Customer & Supplier Relationship.
- ✓ Tamaño: Capacidad de Negociación.
- ✓ Team: Motivado, Comprometido & Profesional.
- ✓ Bajo Ratio Endeudamiento.



Acciones a Corto Plazo

- REESTRUCTURACIÓN ESPAÑA
- DOGI II
- EFA
- DOGIEFA
- INICIO DE UN PROCESO DE MEJORA CONTINUA



Acciones DOGI España (I)

- Ajuste a la Producción Rentable: De 9,5 a 5,8 M mts.
 - Traslado: 1,4 M mts.
 - Outsourcing: 0,7 M mts
 - Discontinuación: 1,6 M mts
- Reducción de la Complejidad / Focalización en Clientes Target (De 1.000 a 200 clientes).
- Reducción Personal (∇ 280 p).

Vuelta a Beneficios



Acciones DOGI España (II)

- Nueva Planta Dogi II.
 - 24.500 mts²
 - Consolidación de todos los Centros Productivos de España.
 - Optimización de Procesos.
 - Eficiencia Ecológica (Osmosis Inversa, En. Fotovoltaica).
 - Center of Excellence: Dogi Brand.
- Inversión Total: €28 M.
- Operativa en Enero 2008.

▲ Eficiencia

▼ Costes

▲ Calidad



Resumen Reestructuración España

- Inversiones:
 - Inmovilizado (Traslado + Maquinaria): € 11,0 M
 - Indemnizaciones Personal: € 9,5 M
- Ahorros Anuales : € 9 M
- Payback: 2,5 años
- Tasa Interna de Rentabilidad: > 35 %



Acciones EFA (USA) / DOGIEFA (Sri Lanka)

- EFA (USA):

- + 6 millones de metros.
- Suministro al Cluster Centroamericano. Partnership con Cupid.
- EBITDA: + USD 5 M.
- Incorporado en Abril '07.

- DOGIEFA (Sri Lanka):

- De 2 a 5 millones de metros en 3 años .
- Partnership con el Grupo MAS HOLDINGS.
- Suministro al Cluster del Subcontinente Indio.
- EBITDA: ligeramente positivo en el 2008, +USD 3 M en el 2010.
- Puesta en Marcha 4º Trimestre '07.



Estrategia a Medio Plazo

- Consolidación, Integración, Saturación. Maximizar Sinergias.
- Focalización:
 - Mercados de Alto Valor Añadido / Alto Crecimiento:
 - Tejido Funcional.
 - Nuevas Tecnologías.
 - Tejido de Aplicación Médica.
 - Tejido Técnico.
 - Commodities básicamente con Partnership. (Baño / Sport).
- Eco-Friendly: Producción / Producto / Inversión. (Biodegradable, Reciclable...).

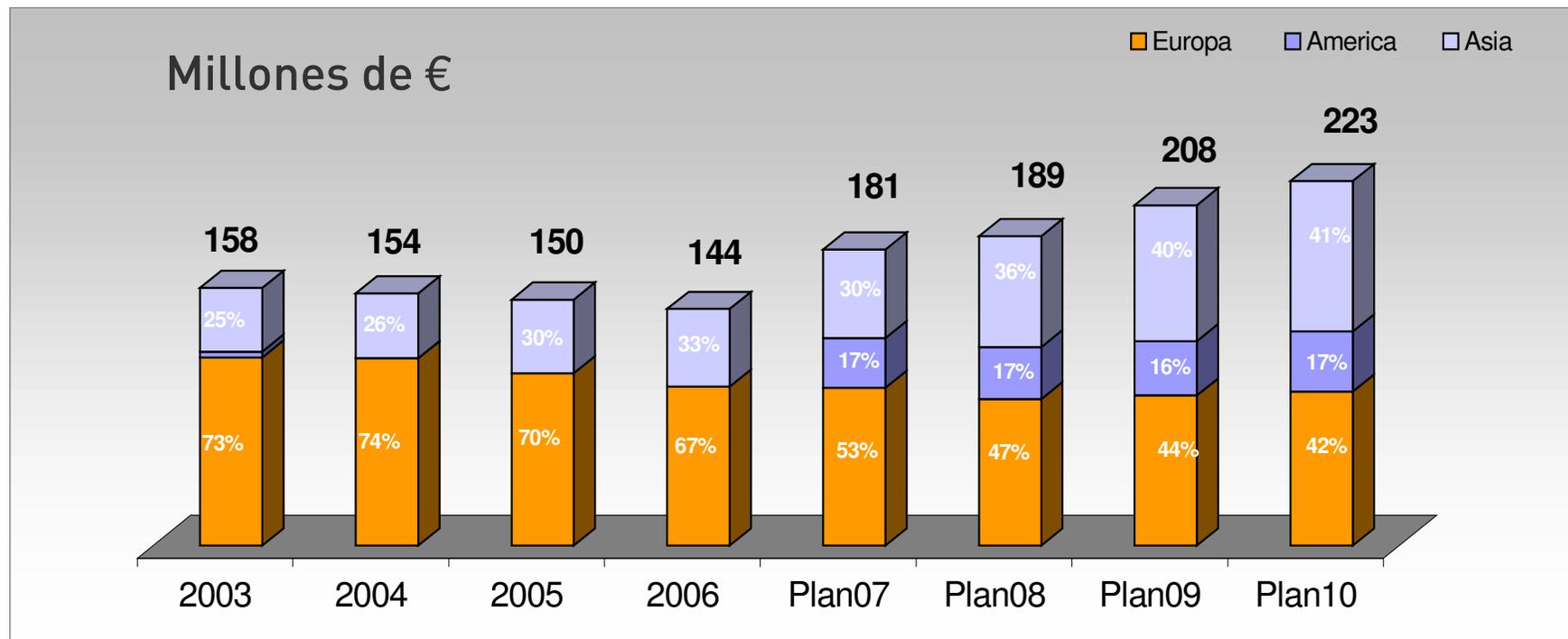


Retos D.I.F.

- Resultados España
- Evolución Divisas: Dólar & Rmb.
- Evolución Precio del Crudo: Materia Prima & Energía.
- Riesgos Geopolíticos; Medidas Proteccionistas;...
- Materia Prima: Hilos.
- Niveles de Servicio, Calidad y Eficiencia.
- Alineación Penn Asia (Tailandia).



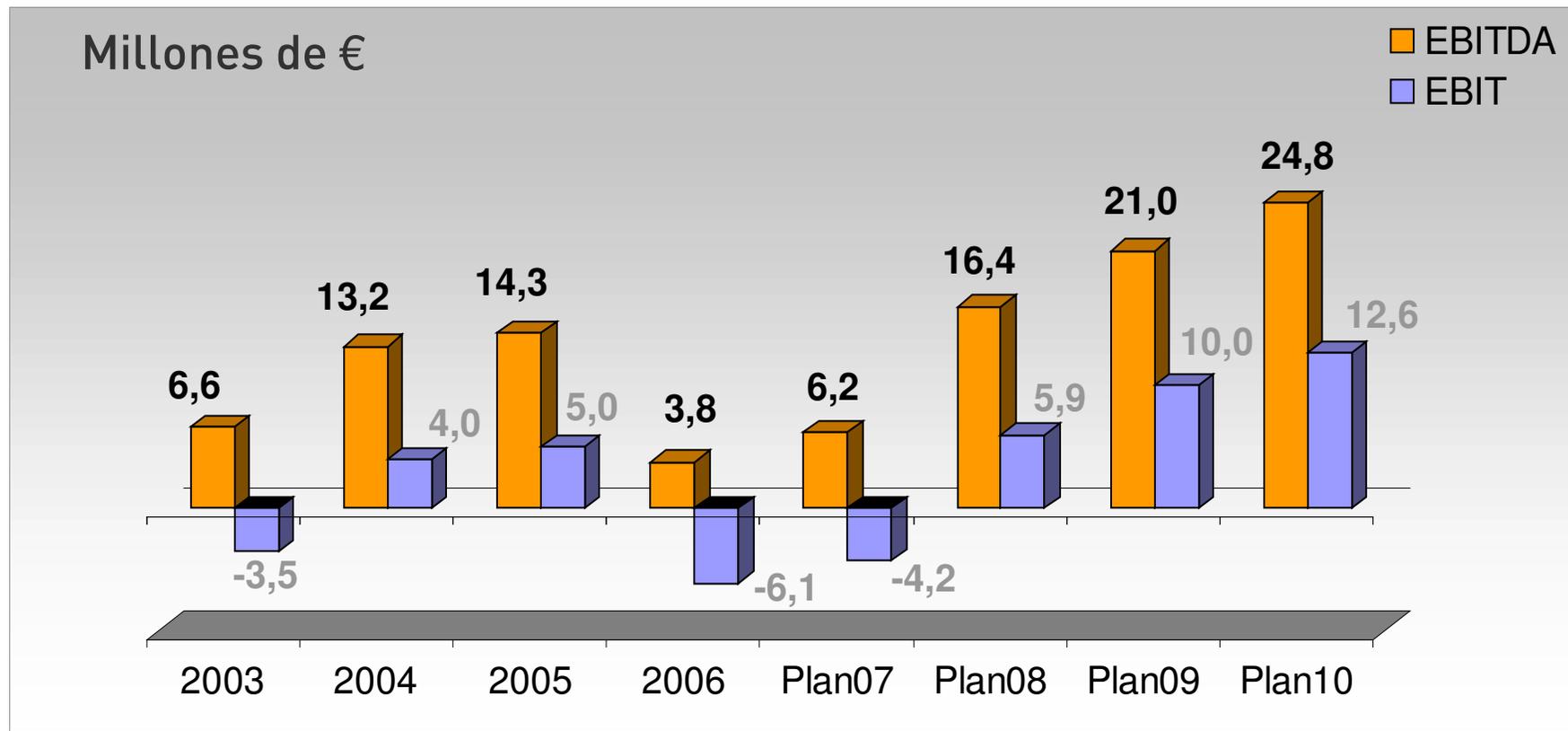
Ventas Totales D.I.F. (*)



(*) 100% de todas las compañías del Grupo D.I.F. 2007 EFA Ene-Dic.



EBITDA / EBIT D.I.F (*)

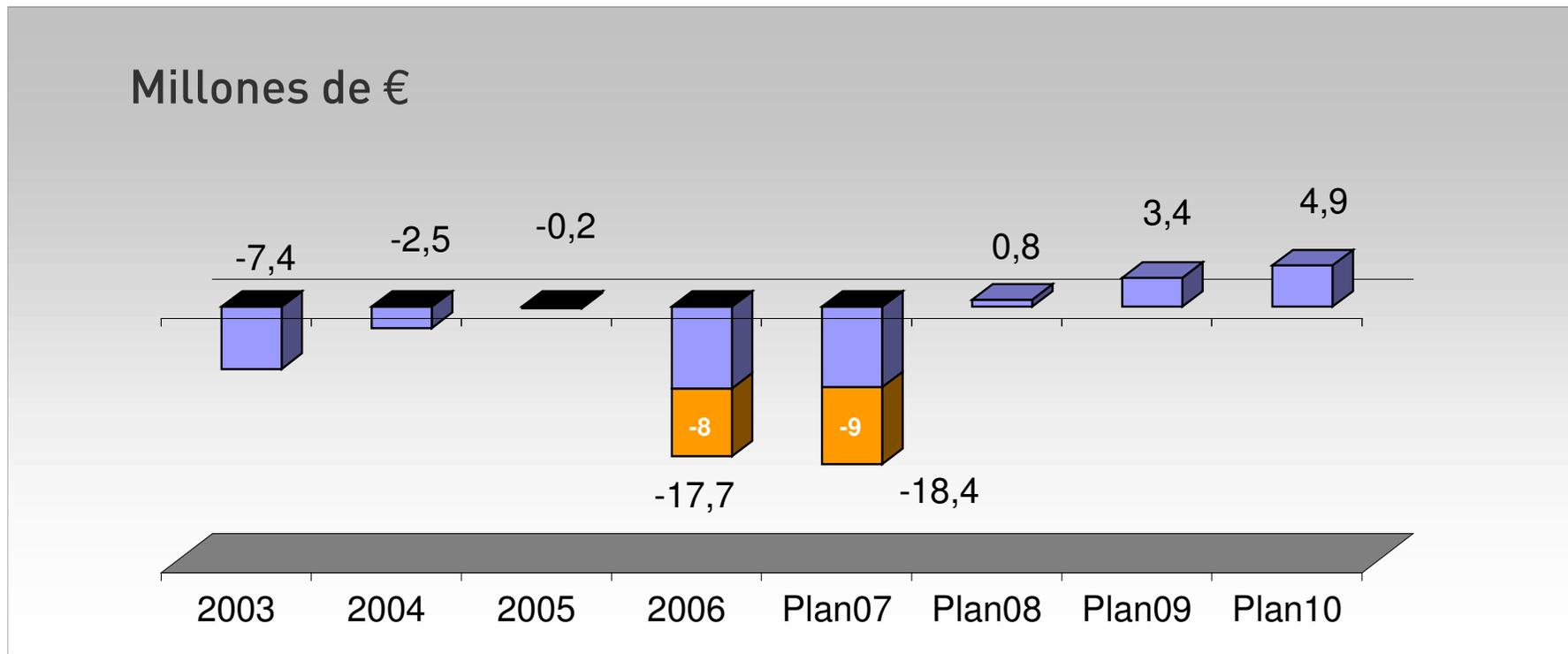


(*) 100% de todas las compañías del Grupo D.I.F. 2007 EFA Ene-Dic.

(*) No incluye gastos no recurrentes: Indem. Personal. Woffs activos...



Beneficio Neto D.I.F. (*)



(*) Beneficio Neto atribuido a Grupo Dogi

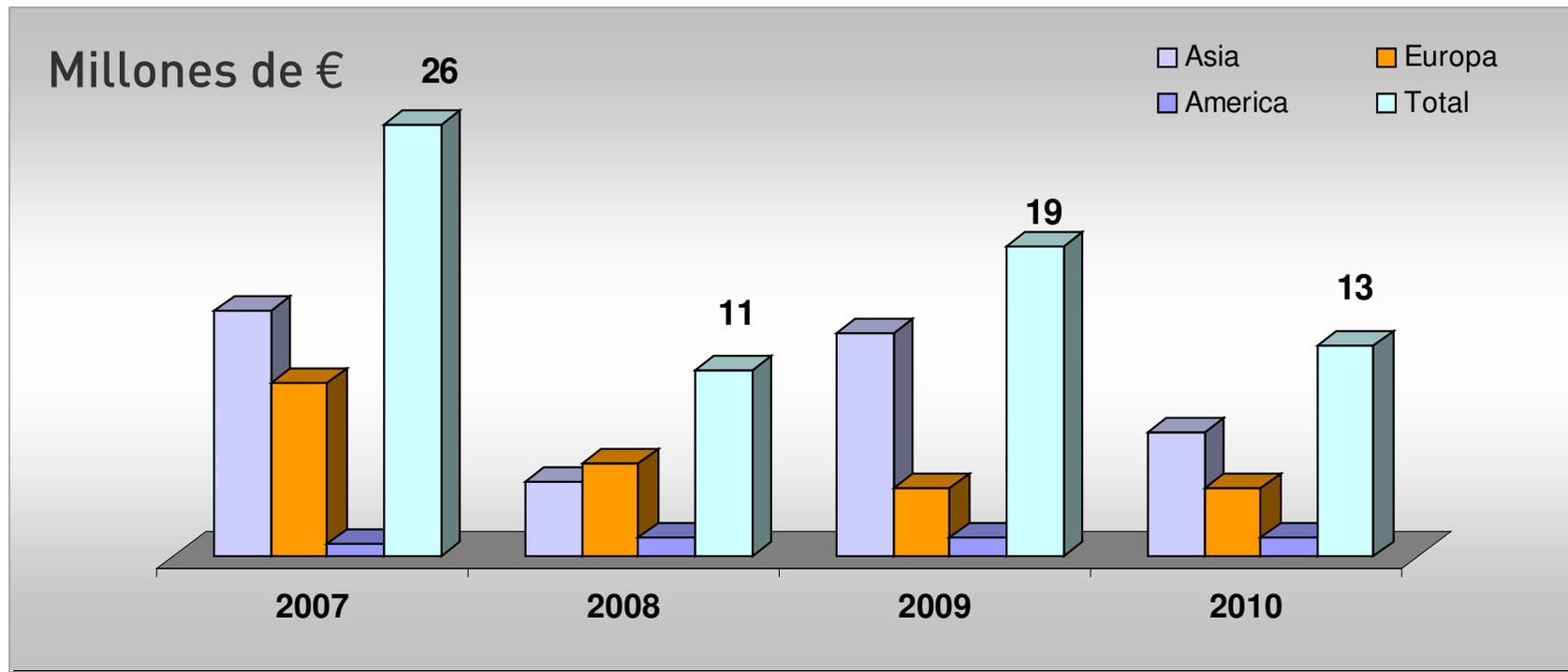


Dogi International Fabrics Plan Estratégico 2008-2010

	Impacto € M	% Probabilidad	Impacto € M
Upsides			
▽ 2% Materia Prima	1,6	75%	1,2
△ 2% Precios Vta España	1,0	75%	0,8
1 pto. Calidad / Eficiencia	0,8	25%	0,2
Downsides		total	2,2
△ 1% Precios Materia Prima	-0,8	50%	-0,4
△ 1% Coste Energía (Esc. Base. 5%)	-0,1	50%	-0,1
Atrasos: 1 mes traslado Dogi II	-0,3	80%	-0,2
5% Apreciación Rmb/USD	-0,5	50%	-0,3
5% Apreciación Adicional Euro/USD (Efecto Conversión Consolidación)	-0,2	50%	-0,1
		total	-1,1



Evolución Capex D.I.F. (*)



(*) 100% Compañías Grupo Dogi

Inversión de Crecimiento Orgánico: €10-11 anual



D.I.F: Crecimiento & Rentabilidad

		Plan 08	Plan 09	Plan 10
Ventas (€M)	↑	189,0	207,8	222,6
% EBITDA / Ventas	↑	8,7%	10,1%	11,2%
EPS (€ /Share)	↑	0,01	0,06	0,08
ORONA (%)	↑	4,4%	6,3%	7,9%
Capex		11,1	18,6	12,6
% Endeudamiento	↓	32%	32%	29%

(*) Ventas & Capex 100% Compañías Grupo Dogi.



D.I.F.: Compromisos 2008

- EBITDA superior a los €15M.
- Retorno al Beneficio Neto Positivo.
- Inicio del Ejercicio con el Negocio Español Reestructurado (Reducción de la Complejidad / ERE).
- Traslado a las nuevas instalaciones “Dogi II”: Durante el 1er Trimestre ´08.
- Sri Lanka: Plenamente Operativo 1 Enero.
- Inicio de un programa de RSC en el 2010.