



Las exportaciones a Asia crecieron un 74% y representan ya el 10% de las ventas totales del grupo

NAFTA y Asia aportan ya el 29% de las ventas netas totales del grupo

GRUPO DOGI AUMENTA SUS VENTAS UN 28 % Y SITUA EL BENEFICIO NETO DE LA COMPAÑÍA EN 1.353 MILLONES DE PESETAS

Barcelona, 13 de Febrero de 2000.- Grupo Dogi, fabricante de tejido elástico para moda íntima y baño, obtuvo un crecimiento de sus ventas netas totales del 28% en el año 2000 hasta alcanzar los 22.242 millones de pesetas frente a los 17.397 millones registrados en 1999. El dinamismo de las ventas netas en NAFTA y Asia permiten elevar hasta el 66% del total las realizadas fuera del mercado español frente al 57% de 1999. El beneficio neto final, después de deducir los intereses de accionistas minoritarios, se situó en 1.353 millones de pesetas frente a los 1.235 millones lo que representa un crecimiento del 10% respecto al del ejercicio anterior.

“La implantación en los mercados del NAFTA mediante la adquisición de ATA (Méjico) en enero del pasado año y el crecimiento registrado en Asia, confirman el acierto en la dirección emprendida por Dogi basada en la globalización y el crecimiento” afirmó el Director General del grupo, Francisco Reynés. Las ventas netas conjuntas a NAFTA y Asia han pasado a representar el 29% de la cifra total del grupo, frente al 9% obtenido en 1999.

El cash flow creció un 24% respecto a 1999 hasta situarse en 2.456 millones de pesetas lo que ha permitido financiar casi la totalidad de las inversiones realizadas durante el pasado ejercicio que se elevaron hasta los 2.600 millones de pesetas. El esfuerzo inversor realizado por el grupo,



especialmente en ATA, hace posible que Dogi cuente con una capacidad industrial instalada acorde a las últimas innovaciones tecnológicas que permiten al grupo consolidar su liderazgo competitivo en el mercado.

Las ventas netas al área NAFTA se multiplicaron por diez en el 2000 hasta situarse en 4.123 millones de pesetas y representan ya el 19% de la cifra de negocio de todo el grupo. Por lo que respecta a Asia las ventas netas dirigidas a aquellos mercados alcanzaron los 2.240 millones de pesetas frente a los 1.292 millones de pesetas obtenidos en 1999 y representan ya el 10% de las ventas del grupo.