



Informe de Gestión

Resultados del Primer Trimestre del Ejercicio 2015

14 de mayo de 2015

Índice

- 1- Resumen Ejecutivo
- 2- Resultados Primer Trimestre Ejercicio 2015
- 3- Actividad por unidades de negocio

1. Resumen Ejecutivo

- Finalizada la reestructuración financiera del Grupo DOGI en 2014 y con la entrada del nuevo inversor, se inicia una etapa de mejoras operativa de la compañía que comienza a ver sus frutos.
- Las ventas del Grupo DOGI se han incrementado es más de 2 millones de euros, sobre todo por las mejoras en las cifras de EFA (filial americana) y por efecto del tipo de cambio EUR-USD. Las ventas en DOGI España son algo menores que en el primer trimestre de 2014, debido a cierto estancamiento en el mercado los meses de Diciembre a Marzo, y por que la matriz española sigue con su proceso de mejora operativa en marcha.
- En cuanto al resultado de explotación también se ha conseguido revertir la situación logrando que el EBITDA del grupo este año mejore en 285 mil euros respecto al 2014, situándose prácticamente en el punto de equilibrio (*break-even*).
- A pesar de que la cartera de pedidos del primer trimestre es similar a la del pasado ejercicio, durante el mes de abril se ha notado una notable mejoría en los mercados europeos, incrementándose la cartera de pedidos en España en un 13,56% en abril de 2015 respecto al promedio del primer trimestre del mismo año. En EEUU sigue el crecimiento de los pedidos de la filial americana, lo que eleva sus ventas un 6,5% respecto al presupuesto de 2015, y un 14,55% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Como hemos indicado, el grupo Dogi ha estado revisando todos sus procesos logrando concluir con un plan cuya implantación se inició en el último trimestre de 2014 y seguirá en marcha durante el primer semestre de 2015, logrando optimizar su estructura y pudiendo mejorar su posicionamiento competitivo, sobre todo en la matriz española.

2. Resultados primer trimestre Ejercicio 2015

Grupo Dogi (eur '000) Primer trimestre 2015

	1T 2014	1T 2015
Ventas	8.853	10.918
EBITDA	-307	-22
EBIT	-941	-729
Beneficio Neto	-1.226	-833

*Tipo de cambio USD: Ejercicio 2014 1,3759 Ejercicio 2015 1,1111

Tras la fase de recapitalización del grupo Dogi ,se ha logrado revertir la situación del primer trimestre del año **logrando incrementar las ventas sobre el mismo trimestre del año anterior en 752 mil euros** por efecto de más ventas, y otros 1.313 mil euros por diferencias de tipo de cambio EUR-USD. De hecho se ha logrado incrementar las ventas del primer trimestre un 8,5% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior sin tener en cuenta el efecto del tipo de cambio.

Recuperación de la cifra de negocio gracias al esfuerzo realizado a nivel comercial y la orientación a nuestros clientes

El principal objetivo actual del Grupo y al que en este momento se están **destinando los principales esfuerzos es la mejora de la cifra de negocios**, recuperar la confianza de los clientes actuales, potenciar el I+D para desarrollar nuevos productos y entrar en nuevos segmentos y una estrategia clara de servicio / precio para las grandes cadenas de distribución son las bases en que Dogi se fundamenta para crecer de forma rápida a corto y medio plazo. Adicionalmente, la Sociedad anunció medidas adicionales de optimización de la estructura que se han implementado durante el 2014 y que seguirán realizándose durante el primer semestre de 2015.

Por todos los cambios que se están introduciendo y por la dilación en la operación de recapitalización de la compañía que se ha alargado en el tiempo más de lo previsto durante el 2014, el primer trimestre de 2015 sigue siendo de transición en lo que a resultados se refiere, hasta que los cambios operados por la Sociedad tengan un reflejo positivo en las cuentas del Grupo.

En cuanto al resultado de explotación también se ha conseguido revertir la situación logrando que el EBITDA del grupo se sitúe en el punto de equilibrio.

En referencia al Beneficio Neto consolidado, también supone cierta mejora respecto al primer trimestre del año anterior.

3. Actividades por unidades de Negocio

3.1. Unidad de negocio de España

Dogi España (eur '000) Primer trimestre 2015

	1T 2014	1T 2015
Ventas	3.323	3.104
EBITDA	-471	-576
EBIT	-920	-1.188
Beneficio Neto	-1.143	-740

Ligero descenso de las ventas en España debido a cierto estancamiento del mercado.

Como se comentaba anteriormente, debido a cierto estancamiento en el mercado europeo desde diciembre de 2014 y hasta marzo de 2015, las ventas en España han descendido ligeramente respecto al mismo trimestre del año anterior. En concreto un 6,6 %. En cuanto a la cartera de pedidos, si bien durante el primer trimestre ha sido algo inferior al año pasado, en el mes de abril ya se sitúan un 5% por encima del mismo mes de 2014, y un 13,356% respecto al promedio de cartera del primer trimestre de 2015.

DOGI España mejorando su posicionamiento comercial desarrollando nuevos segmentos no tradicionales

La prioridad de Dogi España es en estos momentos el crecimiento de la cifra de negocios; la potenciación de las cuentas comerciales existentes y la recuperación de cuentas históricas, son los principales objetivos a corto y medio plazo. Otras líneas de crecimiento que se están potenciando son aprovechar los movimientos de relocalización en los centros de confección para acceder a las grandes cadenas de distribución y la potenciación de las acciones comerciales en segmentos no tradicionales para Dogi España como son el deportivo,

médico y/o industrial. En este sentido, en febrero de 2015 se 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.

El impacto del descenso de ingresos de DOGI España ha sido suavizado al nivel de resultado operativo por los efectos de la reestructuración que se inició en el 2014 y que incluían un redimensionamiento de la plantilla, cambios en la política retributiva y alquileres, así como desarrollo de una serie de acciones para racionalizar los gastos generales. También ha afectado de forma positiva a la evolución del resultado, mejoras en el área productiva donde las acciones de mejora impulsadas se han traducido en incrementos en los niveles de eficiencia y reducciones significativas de la no calidad.

3.2. Unidad de negocio de Estados Unidos

Dogi EFA (usd'000) Primer trimestre 2015

	1T 2014	1T 2015
Ventas	7.579	8.682
EBITDA	255	615
EBIT	-2	510
Beneficio Neto	-30	262

El importe de las ventas ha incrementado un 14,55% logrando que el EBITDA del trimestre mejore en 360 mil euros vs. 2014

EFA, la filial americana del grupo, ha mostrado un buen comportamiento de sus ventas respecto al mismo trimestre del ejercicio anterior incrementando las ventas un 14,55%.

Esta mejora también ha permitido que el EBITDA de EFA este trimestre sea mejor que el registrado en el mismo periodo del año anterior en 360 mil dólares, y un EBIT 512 mil dólares mejor que en 2014.