



INDO INTERNACIONAL, S.A.

L'Hospitalet, Abril, 2004

El año fiscal 2003 ha sido un excelente año de progreso para el Grupo Indo. Tras dejar atrás el proceso legal de reestructuración laboral iniciado hace tres años, la compañía obtuvo un beneficio neto consolidado de 3,4 millones de euros, frente a unas pérdidas de 8,19 millones de euros registradas el año anterior.

Esta mejoría es debida a la reducción de costes, la incidencia en las ventas de productos de mayor valor añadido y la repercusión favorable de la evolución de la cotización del euro respecto al dólar.

En cuanto a las ventas, la compañía se vio influenciada por el complejo entorno económico. En Europa, el sector óptico mantuvo la tendencia descendente en volumen que inició en ejercicios anteriores y se estancó en unidades monetarias; en España, y como reflejo de la mejor situación macroeconómica, el crecimiento del sector en euros fue del 4%

En este contexto, INDO aumentó su cifra de negocios casi un 2% respecto al mismo periodo del año anterior, hasta superar los 125,6 millones de euros. En el caso de las ventas internacionales, el aumento fue del 6,9%, lo que permitió dar cumplimiento al objetivo de incrementar paulatinamente la cuota de facturación en el exterior, que ya supone el 25,3% del total del grupo.

Gracias a la fortaleza del balance de la compañía y por primera vez en cinco años, la compañía ha decidido premiar la fidelidad de todos ustedes con la aprobación de un dividendo de tres céntimos de euro por acción a cuenta del ejercicio de 2003, lo que representa un total de 334.000 euros. Este dividendo, aunque de cuantía limitada, supone un cambio de tendencia en nuestra política de retribución puesto que no se tomaba una decisión de estas características desde el ejercicio de 1998.

Los buenos resultados obtenidos por nuestra compañía nos permiten afrontar el futuro con optimismo. INDO continuará centrándose en la consecución de sus objetivos empresariales, entre los que destaca la progresiva internacionalización de la compañía y la innovación tecnológica, manteniendo nuestro liderazgo en el mercado óptico español.

En este sentido y durante el 2004, nuestra compañía tiene previsto abrir una nueva planta de lentes orgánicas en Tailandia, que supondrá un desembolso de casi siete millones de euros en tres años. De ellos, 2,5 millones corresponden a un crédito de Bank of Asia. Los restantes 4,5 millones son financiados de la siguiente manera: INDO, 60%; el fondo de capital riesgo de la Generalitat, Invercat, 20%; y Cofides, 20%.

Asimismo, el Grupo ha aprobado también la compra de un 20 por ciento del capital de Indo Lens US, la empresa de distribución con sede en California (Estados Unidos) en la que ya contaba con una participación del 60 por ciento. El incremento de la participación hasta el 80 por ciento refuerza nuestra apuesta por introducir los productos oftálmicos de gama alta en el mercado norteamericano.

En cuanto a la estrategia comercial, hemos alcanzado un alto grado de satisfacción entre nuestros clientes gracias a la excelencia de nuestros productos de alto valor añadido, que este año se han incrementado con el lanzamiento de las lentes progresivas Micra 16mm y las lentes orgánicas reducidas Ultrafin 1.6, indicadas para graduaciones medias y altas; a nuestro amplio abanico de marcas y colecciones de prestigio, como Paco Rabanne, Carolina Herrera, Purificación García, Guess, Chupa Chups, Givenchy, Sting, Escada, y Lacoste; y también gracias a nuestro equipo de maquinaria para el óptico, que sigue siendo el líder del mercado español y continúa su fuerte progresión en los mercados internacionales que la consolidan como el 4º fabricante mundial de sistemas de biselado.

En la confianza de poder seguir contando con su esfuerzo y colaboración, lo que nos permitirá continuar con la expansión de nuestra compañía y mantener nuestras expectativas de futuro, reciba un saludo cordial,

Antoni Olivella
Director General