

## **Junta General de Accionistas**



**El Masnou, 25 de Mayo 2004**



## **Junta General de Accionistas**



**El Masnou, 25 de Mayo 2004**





## RESULTADOS 2003

## Entorno Macroeconómico

- Durante el 2003 ha persistido la incertidumbre económica en los mercados y no se han apreciado signos de recuperación hasta el último trimestre del año.
- Debilidad generalizada de la demanda y el consumo en Europa, con economías como la Alemana en recesión.
- El brote infeccioso SARS (Neumonía Atípica) ha afectado negativamente a la actividad comercial e industrial de la región asiática en el segundo y tercer trimestre del año.
- La adversa evolución del dólar frente al euro ha restado competitividad al sector exterior en Europa.
- El libre acceso a los mercados occidentales prevista para el 2005 ha influido significativamente en la dinámica y estrategias industriales.
- El entorno geopolítico ha continuado incierto y la economía americana errática.

## **El Sector del Tejido Elástico - Europa**

- **Nuestro sector ha visto como la crisis en el consumo y la consiguiente sobre-capacidad instalada ha ejercido una presión creciente sobre los precios y márgenes.**
- **La liberalización prevista para el 2005 ha acelerado el proceso de la deslocalización de la actividad de nuestros clientes hacia entornos con bajos costes laborales.**
- **El sector ha sufrido bajas importantes de competidores que no han podido compensar la pérdida de márgenes con nuevos negocios en las zonas de crecimiento (Asia).**
- **Crecimiento en segmentos que requieren de alto nivel de control y funcionalidad. Innovación y la diferenciación son importantes para mantener la posición en Europa.**
- **Las cadena especializada se consolida como modelo de distribución importante y alternativo a la tienda multimarca.**

## Sector del Tejido Elástico - Asia

- La región esta recibiendo la inversión de todos aquellos corseteros europeos y norteamericanos que ven como un imperativo reducir sus costes para poder competir una vez se liberalice completamente el comercio.
- Baja penetración del tejido elástico en las prendas de corsetería destinadas a los mercados locales así como el rápido crecimiento de la renta disponible en la región asiática, hacen del mercado local sea un gran atractivo para nuestros clientes.
- El mercado asiático es muy receptivo a las innovaciones tecnológicas. Ello aconseja orientar la oferta hacia segmentos de mas valor añadido, sofisticados y técnicos.
- El servicio y calidad van ganando fuerza como factores diferenciales. La gestión de la cadena de valor gana en complejidad y en consecuencia surgen oportunidades para aquellos con capacidad para aportar soluciones.

## **Evolución 2003 - Dogi en Europa**

- **España:**
  - La debilidad de la demanda, la presión en precios y el deterioro del mix son los factores que marcaron los nueve primeros meses del año.
  - Recuperación del volumen en el último trimestre del año. El objetivo es ahora mejorar el mix.
  - Potenciación de la I+D (nuevos productos, conceptos)
  - Plan de Ahorros: Externalización de servicios, simplificación organizativa y austeridad general.
  
- **Alemania:**
  - La crisis de consumo del mercado interior y la excesiva concentración de sus ventas en pocos clientes y productos ha marcado la evolución de Penn Elastic.
  - Renovación de la gama de productos (añadimos moda a la funcionalidad) debe permitirnos diversificar mercados y clientes en donde la moda es determinante (latinos).

## **Evolución 2003 - Dogi en Asia**

- **China:**
  - Impacto muy significativo de la Neumonía Asiática en el nivel de actividad. Esta se recupera a partir de Agosto y la evolución en el último trimestre es buena.
  - La capacidad se amplía hasta los 5 millones de metros y a día de hoy esta prácticamente saturada.
  - La calidad y servicio están a niveles occidentales.
  
- **Filipinas:**
  - La debilidad de la demanda conjuntamente con problemas de servicio han marcada la evolución negativa de la operación en el 2003.
  - El programa de inversiones ha concluido y la industrialización de productos ha sido realizada con éxito.
  - Las mejoras en los procesos y en el servicio son hoy un hecho y la base para la recuperación en 2004.



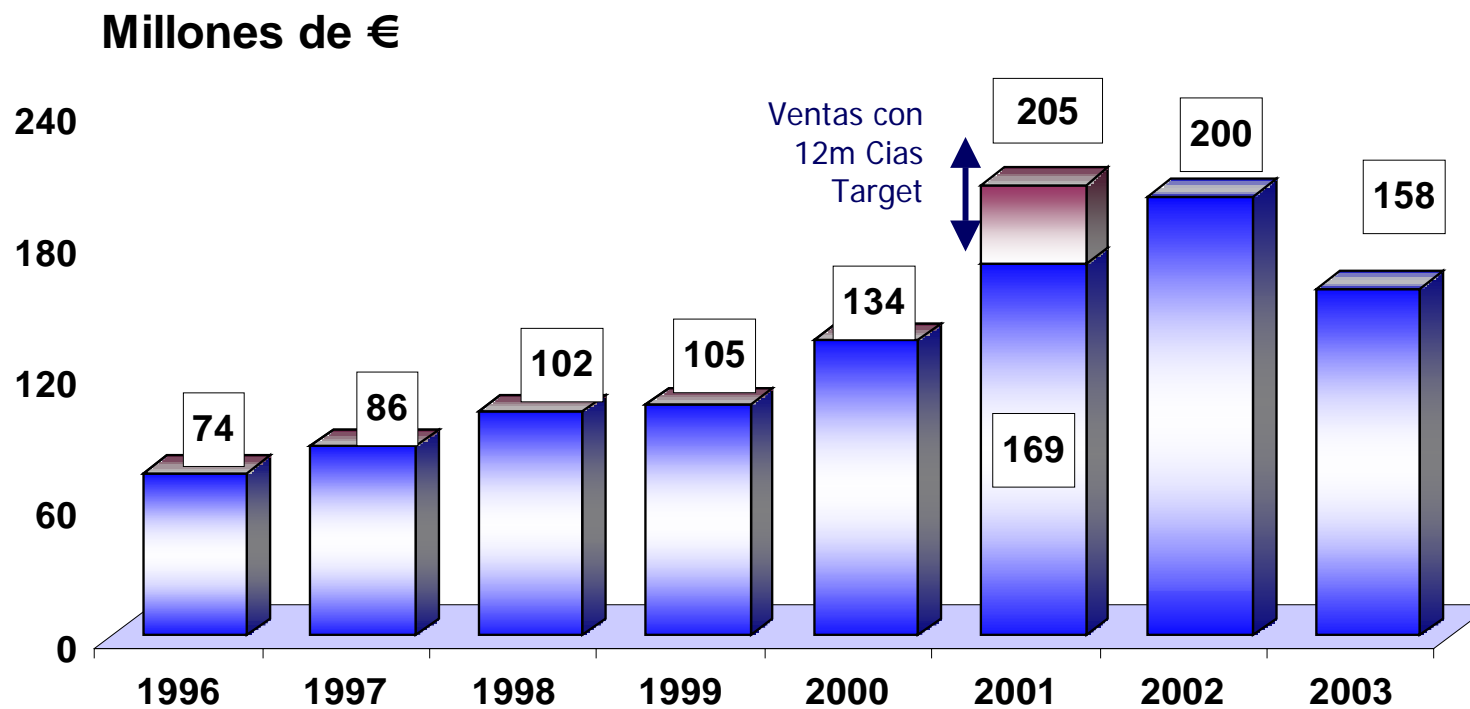
## **Evolución 2003 - Dogi en Asia**

- **Tailandia:**
  - La debilidad de la demanda generalizada en la zona asiática durante el primer semestre debido al SARS y la guerra del Iraq se vio agravada por un cambio significativo en su estructura comercial.
  - A partir del mes de octubre se empezaron a apreciar signos de mejora en su nivel de actividad y durante el 2004 se espera poder recuperar los niveles de actividad y rentabilidad pasados.
  - Durante el 2004 se completará el plan de inversiones que deben elevar la capacidad hasta 6 millones de metros.

## Evolución 2003 - Otros Factores

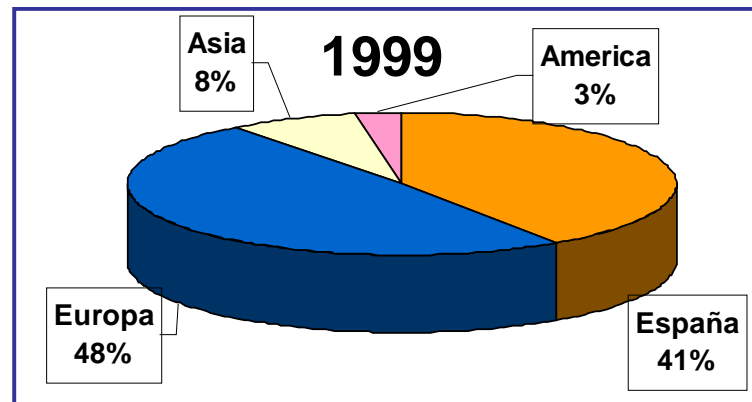
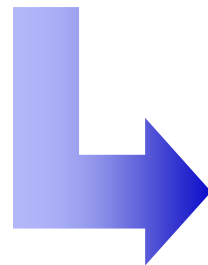
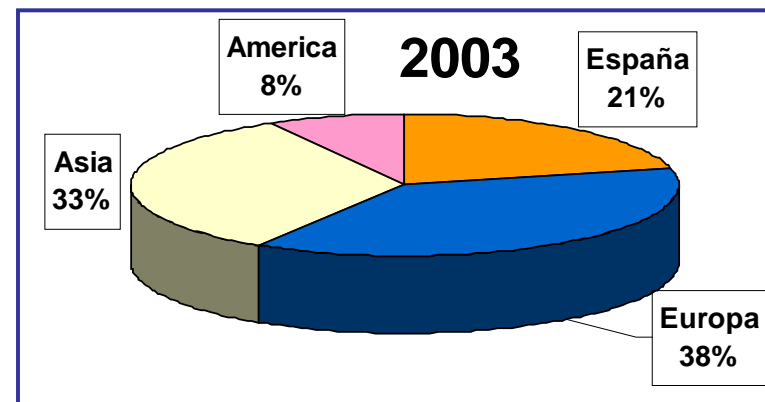
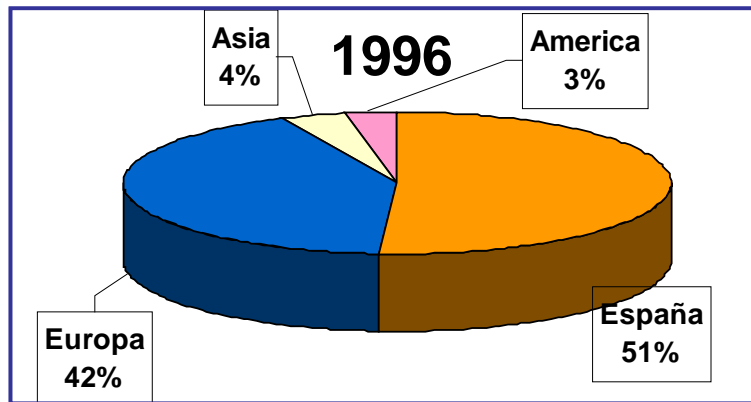
- **Resultado Financiero**: El Grupo Dogi ha registrado en el ejercicio 2003 un resultado financiero negativo de 4,9 millones de euros frente a los 6,4 millones de euros que se reportaron en el año 2002. La evolución positiva del resultado se debe a una disminución de los gastos financieros pero también a las diferencias de cambio positivas generadas por la cobertura de los préstamos a devolver en dólares, el impacto de dicha cobertura en la cuenta de resultados ha sido de 2,9 millones de euros de beneficios.
- **Resultado Extraordinario** : Adicionalmente a los gastos extraordinarios incurridos en el ejercicio, este apartado incluye una provisión de €1 millón para cubrir las indemnizaciones y otros gastos derivados del expediente de regulación de empleo que la dirección de Dogi aprobó en 2003 y que se tramitó en el primer trimestre de 2004.

## Ventas Totales del Grupo (\*)

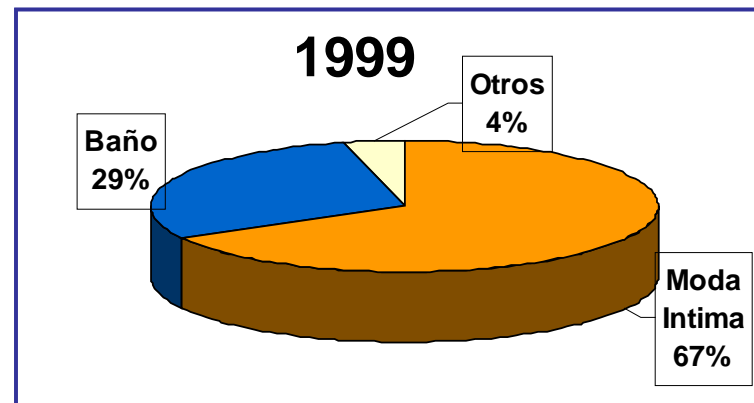
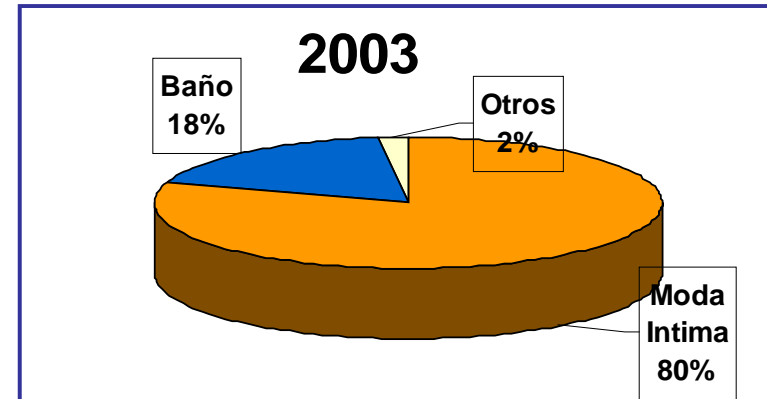
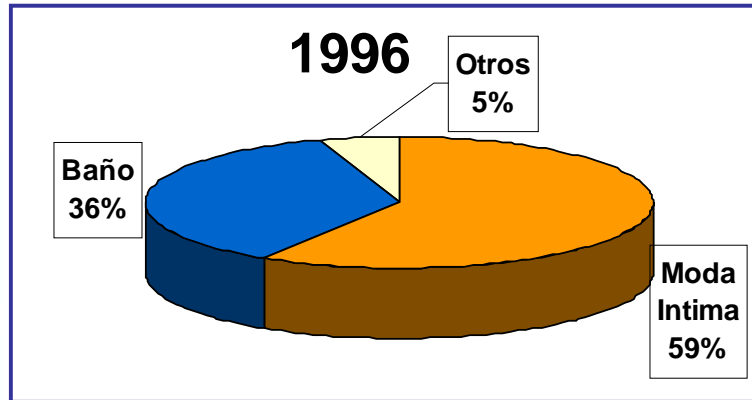


(\*) 100 % de todas las compañías del Grupo D.I.F

## Evolución de las Ventas por Areas

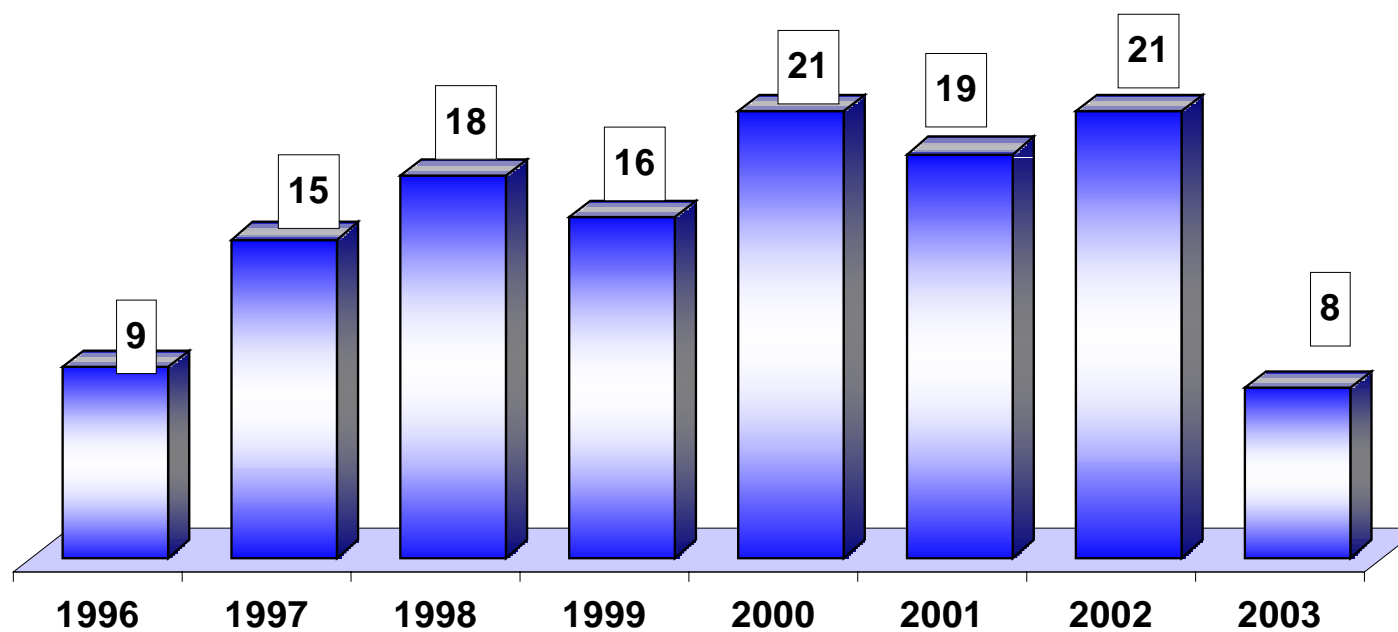


## Evolución de las Ventas por Segmento



## Evolución del Ebitda (\*)

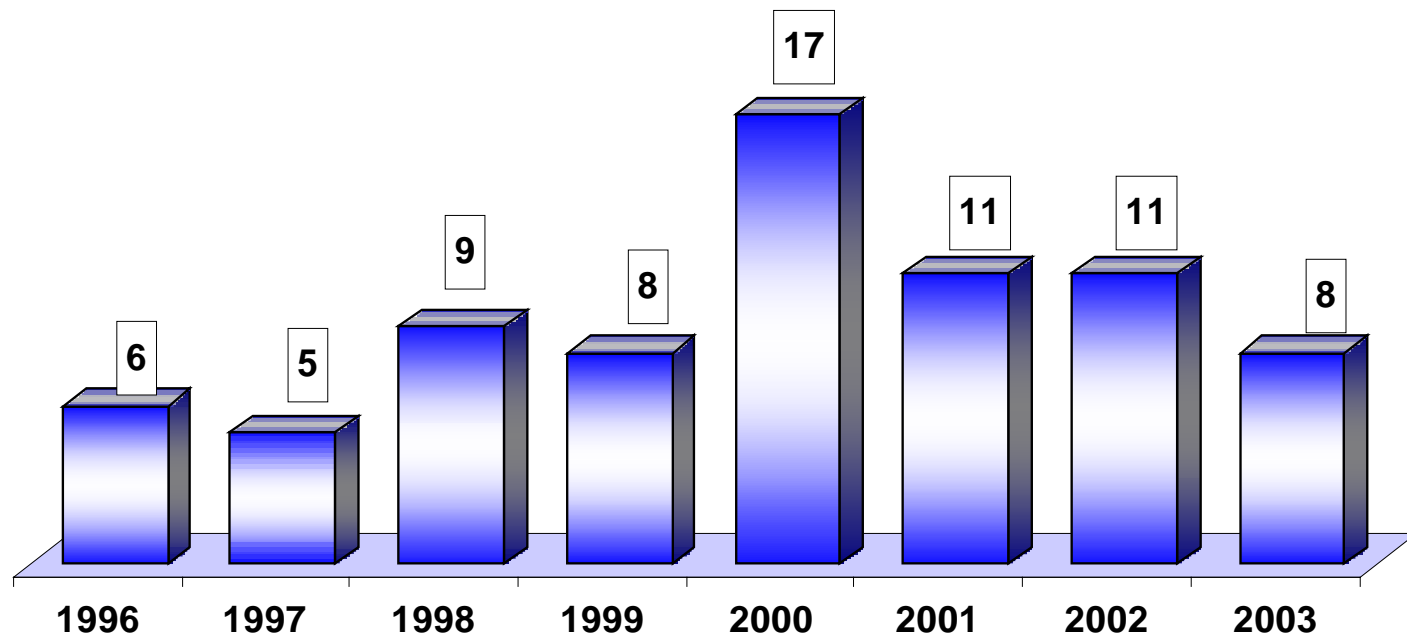
Millones de €



(\*) 100 % de todas las compañías del Grupo D.I.F

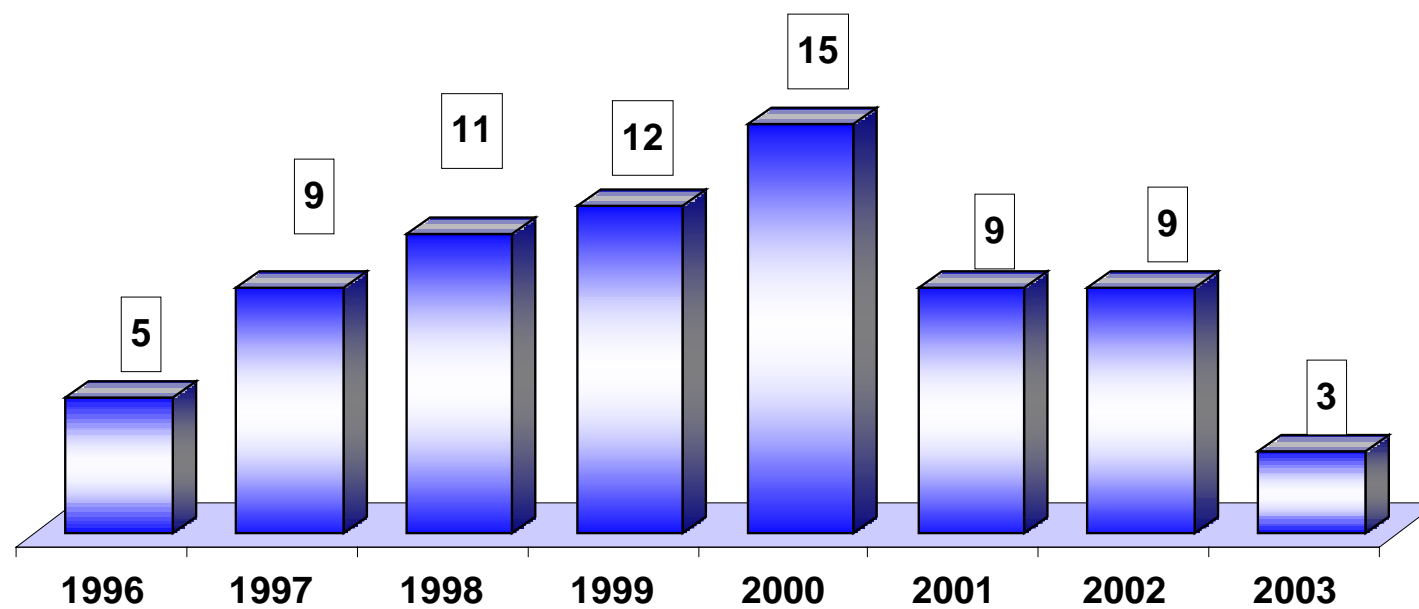
## Evolución de las Inversiones

Millones de €



## Evolución del Cash Flow

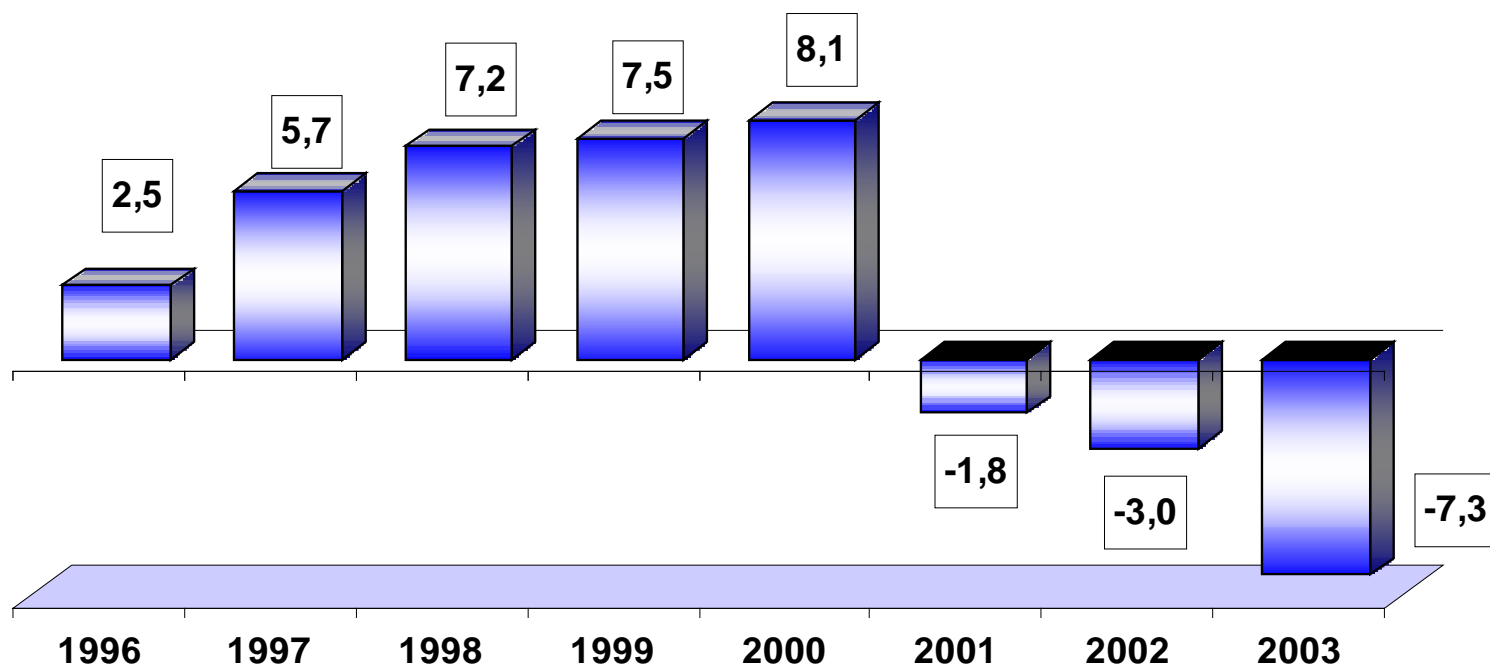
Millones de €





## Evolución del Beneficio Neto

Millones de €

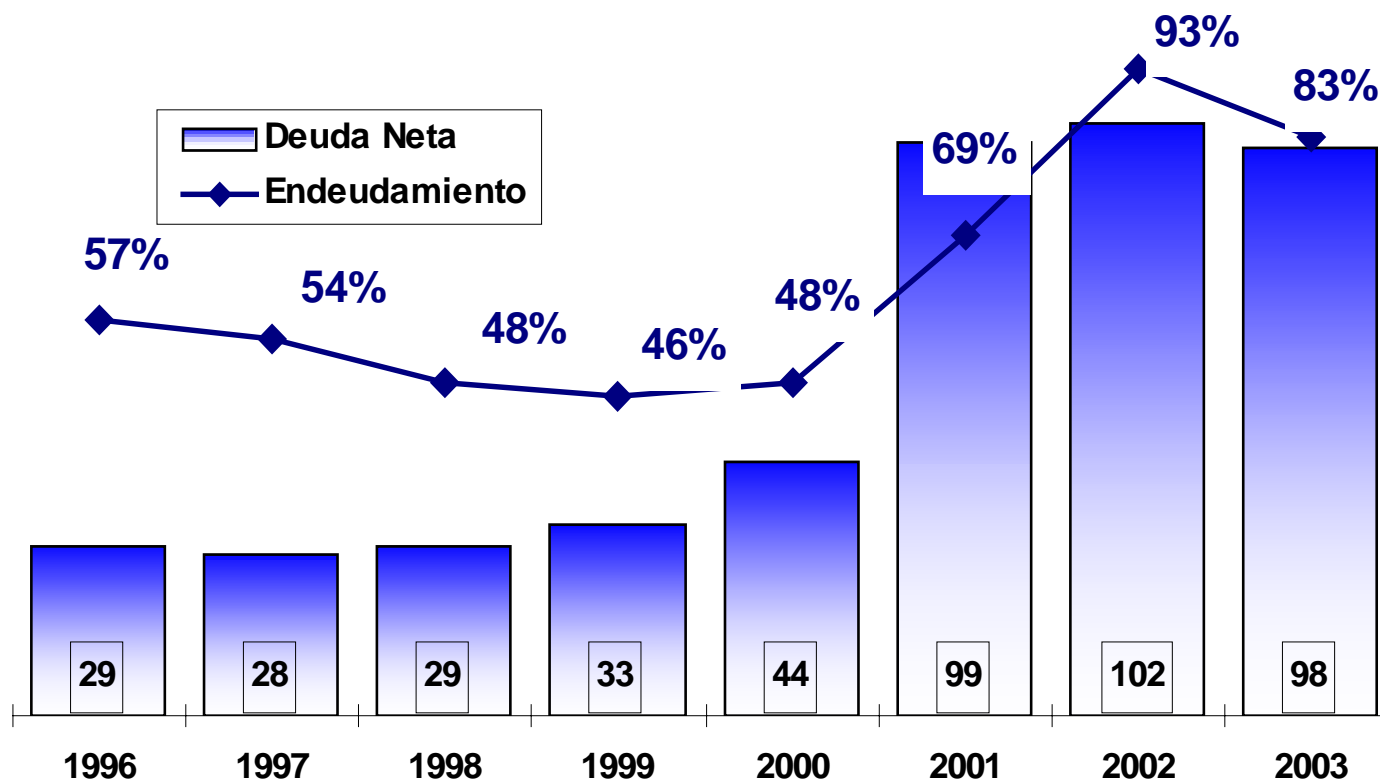


## Evolución de los Fondos Propios

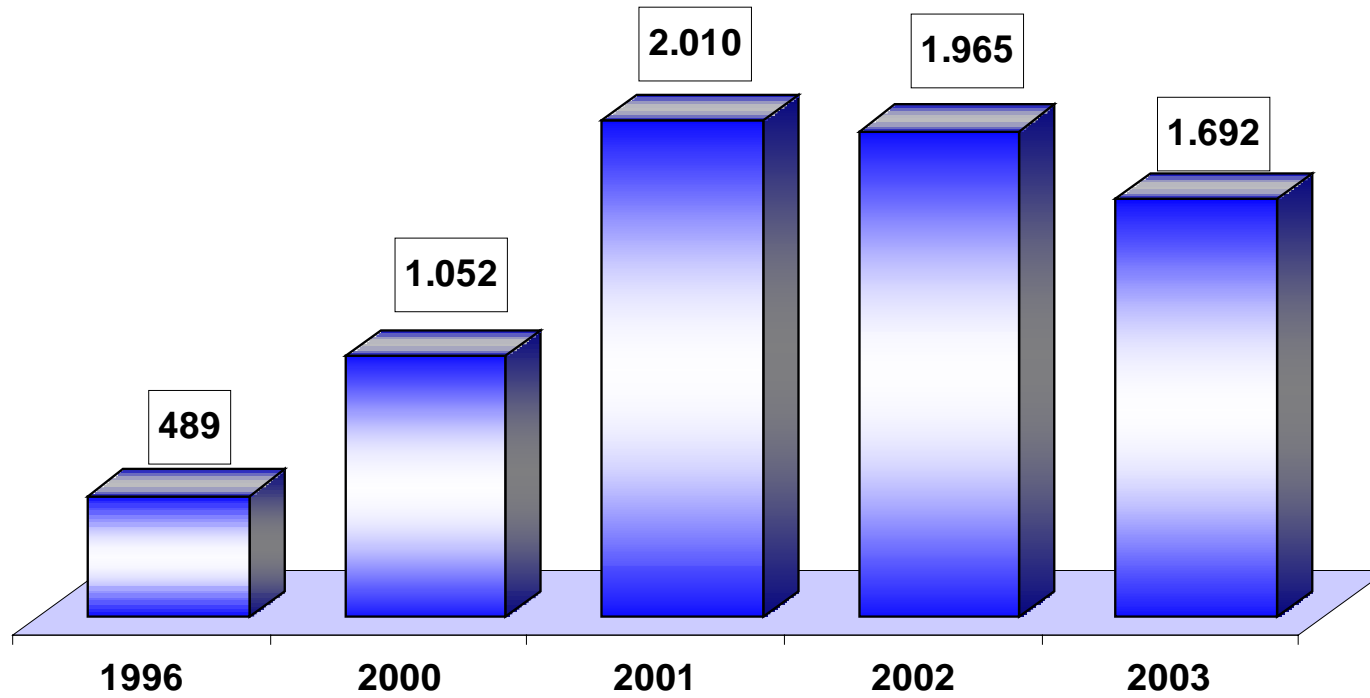
- El movimiento de fondos propios del ejercicio recoge la ampliación de capital realizada en Agosto de 2003 por un importe de € 24,8 millones de los cuales € 23,0 millones fueron suscritos por el Sr. Josep Domènech.
- Esta evolución queda completada con el resultado del ejercicio (pérdidas de € 7,3 millones) y la variación de reservas por diferencias de conversión negativas (€ 4,9 millones).

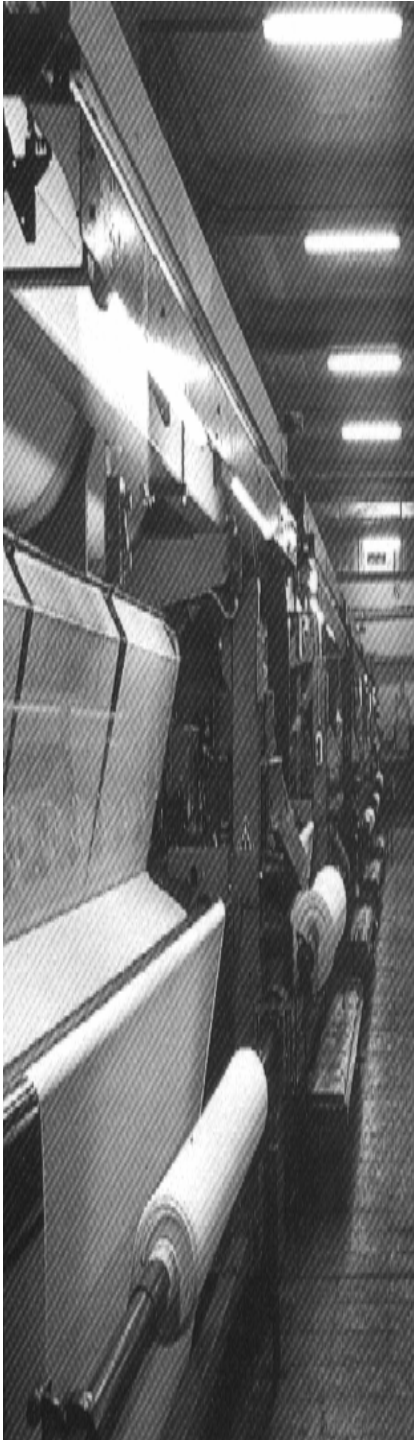
<b>Fondo Propios 31/12/02</b>	<b>7,6</b>
Var. Reservas por dif. Conversión	-4,9
Rdo Ejercicio	-7,3
Ampliación de Capital	24,8
<b>Fondo Propios 31/12/03</b>	<b>20,2</b>

## Evolución de la Deuda Neta y el Endeudamiento



## Evolución de la Plantilla





**LA COMPAÑÍA EN EL FUTURO**

## Liberalización del Sector Textil

- Un factor determinante en el futuro inmediato del sector es la liberalización del sector prevista para enero de 2005, que supondrá la desaparición del sistema de cuotas.
- A partir de esa fecha, se modificarán de forma significativa las condiciones de competencia internacional y los productos procedentes de regiones en desarrollo y de China (países con costes salariales inferiores a los Europeos) tendrán libre acceso a los mercados occidentales.
- Principales efectos de la liberalización van a ser:
  - Las ganancias de producción se van a concentrar en los países asiáticos, básicamente China e India
  - Los países desarrollados van a tener que hacer frente a la pérdidas de producción, ya que la apertura de los mercados de exportación no se verá compensada con el incremento de las importaciones.

## **Liberalización del Sector Textil (continuación)**

- Las empresas para subsistir en este entorno deberán apostar por modelos de especialización en productos de calidad, por estrategias de servicio y por modelos que fomenten la cooperación y las alianzas con competidores, clientes y proveedores con el fin de poder aportar más valor en sus actividades.
- En este marco muchas de las empresas del sector textil deberán hacer frente a procesos de reordenación del negocio para garantizar su permanencia en el mercado.
- La fuerte presión en precios originada por la globalización y la liberalización de cuotas ha convertido el coste en un elemento clave en la toma de decisiones de nuestros clientes. Esto les está obligando a buscar alternativas de “sourcing” en países emergentes (Asia) para poder competir en sus propios mercados.

## Liberalización del Sector Textil (continuación)

En este entorno Dogi puede y debe :

- .... **participar activamente el proceso de deslocalización** de sus clientes hacia Asia en busca de mejores costes de confección. De hecho Dogi cuenta con una ventaja competitiva única en nuestro sector que combina una experiencia probada para satisfacer las exigencias de calidad/servicio de nuestros clientes con un capacidad de hacerlo allí en donde nuestros clientes han decidido establecerse.
- ... **prepararse para poder mantener niveles de rentabilidad sostenidos en Europa**, en un mercado menguado, más competitivo y complejo, y en donde la capacidad de innovación y un servicio impecable serán los factores clave del éxito.



## Europa : Dinámicas de Mercado

- El consumo final de unidades va crecer a una tasa del 2%. Si bien este crecimiento no es excesivo la composición y procedencia de la oferta sufrirá cambios fundamentales.
- A pesar de que el consumo no va a crecer, la distribución sufrirá cambios, crecerá la distribución especializada en detrimento de las tiendas multimarca.
- Las decisiones de compra se van a basar en el servicio, la calidad y el precio. La reactividad será un factor de éxito.
- Los centros de producción se mueven a otras áreas pero las decisiones de compra se siguen tomando en Europa
- El envejecimiento de la población y la creciente obesidad son segmentos de consumo con potencial que requieren productos “de control y función” que pocos competidores tiene la capacidad de producir.

- El Masnou - Cardedeu
  - Mejora del margen y la rentabilidad a través de la concentración en clientes clave, capaces de valorar la calidad del servicio y la capacidad de innovación de Dogi.
  - Fuerte énfasis en I+D : favorece el mix, los márgenes y fidelidad de los clientes.
  - Inversiones limitadas a mantenimiento y reposición de la capacidad actual. No se prevén aumentos de capacidad.
  - Los volúmenes de producción se reducirán en los próximos 5 años en línea con la evolución del mercado.
  - El proyecto de la nueva planta (prevista para el 2006-2007) esta en marcha y es la clave para mantener nuestra competitividad en Europa a medio plazo.

## Operaciones Europeas (continuación)

- Paderborn (Alemania)

- Ampliar su gama de productos sin perder el carácter *Penn* para acceder a nuevos mercados y clientes (moda).
- Inversiones se orientarán a completar la capacidad existente y siempre en tecnologías avanzadas.
- Un exhaustivo control de costes y gastos junto con un mayor aprovechamiento de las sinergia de grupo serán las claves que deben permitir volver a la rentabilidad.
- EL volumen y la capacidad en Alemania se mantendrá entorno a los 5 millones de metros si bien el mix de producto cambiará para adecuarlo a las exigencias del mercado.

## Asia : Dinámicas de Mercado

- El consumo interno de moda íntima en China se espera que crezca entorno al 20% anual en la próxima década.
- La utilización de elastómero en la ropa interior es aún muy bajo si se compara con Occidente (20% vs 75-95%). El tejido elástico tiene gran potencial crecimiento.
- Los confeccionistas van a ganar dimensión en la medida en que la confección se deslocalice de los mercados occidentales. Los clientes finales (las marcas) fomentarán las alianzas entre confeccionistas y tejedores.
- La gestión de la cadena de suministro se convierte en un aspecto crítico del negocio.
- Las tendencias del mercado impondrán un rápido desarrollo hacia productos cada vez más sofisticados y técnicamente complejos.

## Operaciones Asiáticas

- **Manila (Filipinas)**

- Filipinas debe ser la lanzadera de la gama *Penn* (función y control) en Asia para servir a las grandes cuentas.
- Las mejoras e inversiones realizadas durante los últimos dos años hacen que esta operación cuente con la planta de acabados mas moderna del grupo.
- Esperamos que durante el 2004 Filipinas recupere los niveles de actividad pasados y tras consolidarlos iniciar su expansión hasta llegar a 4,5 mill. de metros en el 2008.
- En el ámbito de producto, se van a ir industrializando las gamas más técnicas y de alto valor añadido para poder paulatinamente mejorar el mix y la rentabilidad de la operación.

## **Operaciones Asiáticas** (continuación)

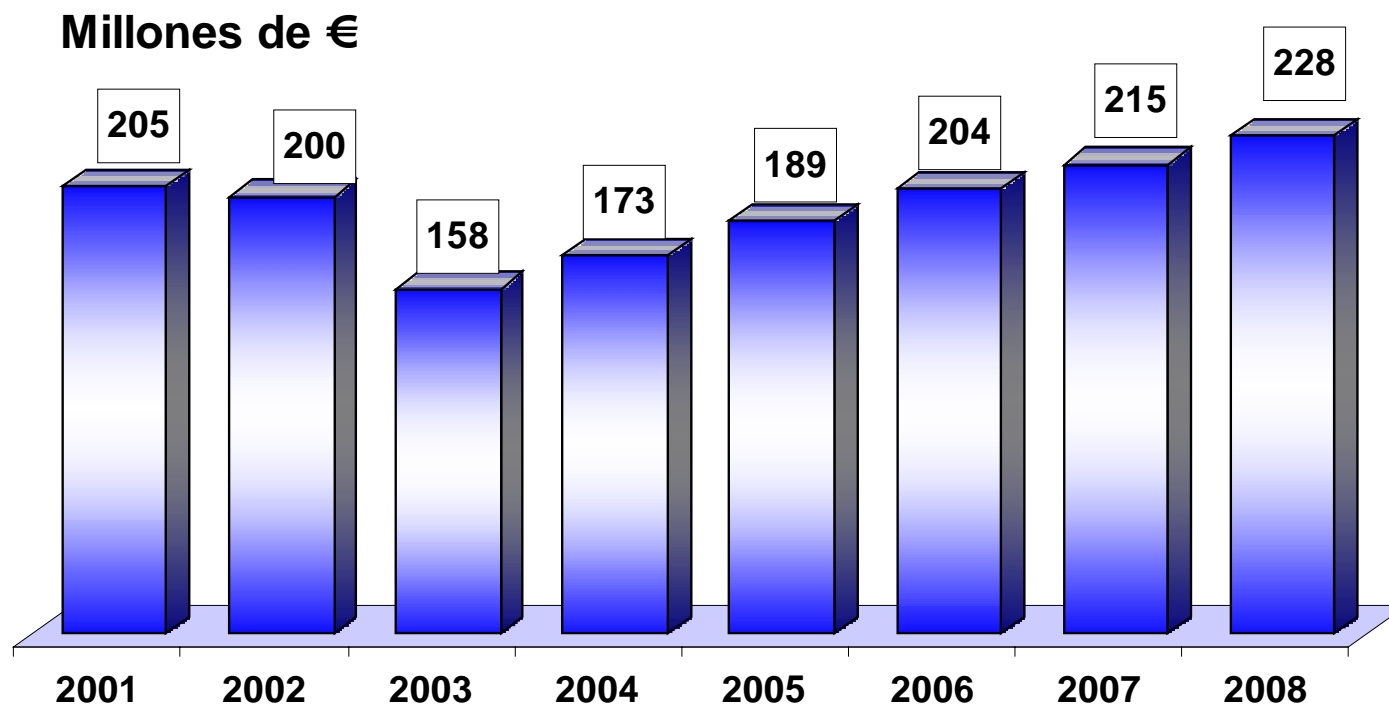
- **Nanjing (China)**

- Nuestra planta China esta llamada a ser en 4 años la mas grande del grupo con una capacidad instalada de 12 millones de metros respondiendo a nuestras previsiones sobre la evolución de la demanda en la zona.
- La nueva fase de expansión supone duplicar al capacidad actual y se hará siguiendo un modelo dual que debe permitirnos trabajar tanto líneas de “commodities” como de especialidades de manera optima y eficiente.
- El crecimiento se basa en complementar la creciente demanda de nuestros clientes tradicionales que deciden operar desde China con una demanda de origen local.
- Un crecimiento ordenado, orientado a volúmenes y asegurando la calidad y el servicio son las claves para rentabilizar el negocio de China.

## **Operaciones Asiáticas** (continuación)

- **Bangkok (Tailandia)**
  - El desarrollo de las operaciones en Tailandia ha estado marcado por los acuerdos y compromisos existentes con el socio local en el momento en que Dogi toma el control. Estos, en suma suponen ampliar la capacidad hasta los 6 millones de metros, objetivo que se alcanzará en los próximos 12 meses.
  - La evolución de las ventas y los márgenes esta siendo favorable y esperamos alcanzar los 4,5 millones de metros en 2004.
  - La planta tailandesa cuenta con un mercado local y regional importante y esta situada en un zona de crecimiento (ASEAN) complementaria a la de China.
  - La constante aparición de nuevos competidores en la zona nos obliga a potenciar esta operación como una operación orientada a productos de valor añadido para permitirnos mantener los márgenes.

## Evolución Prevista de las Ventas



(\*) 100 % de todas las compañías del Grupo D.I.F



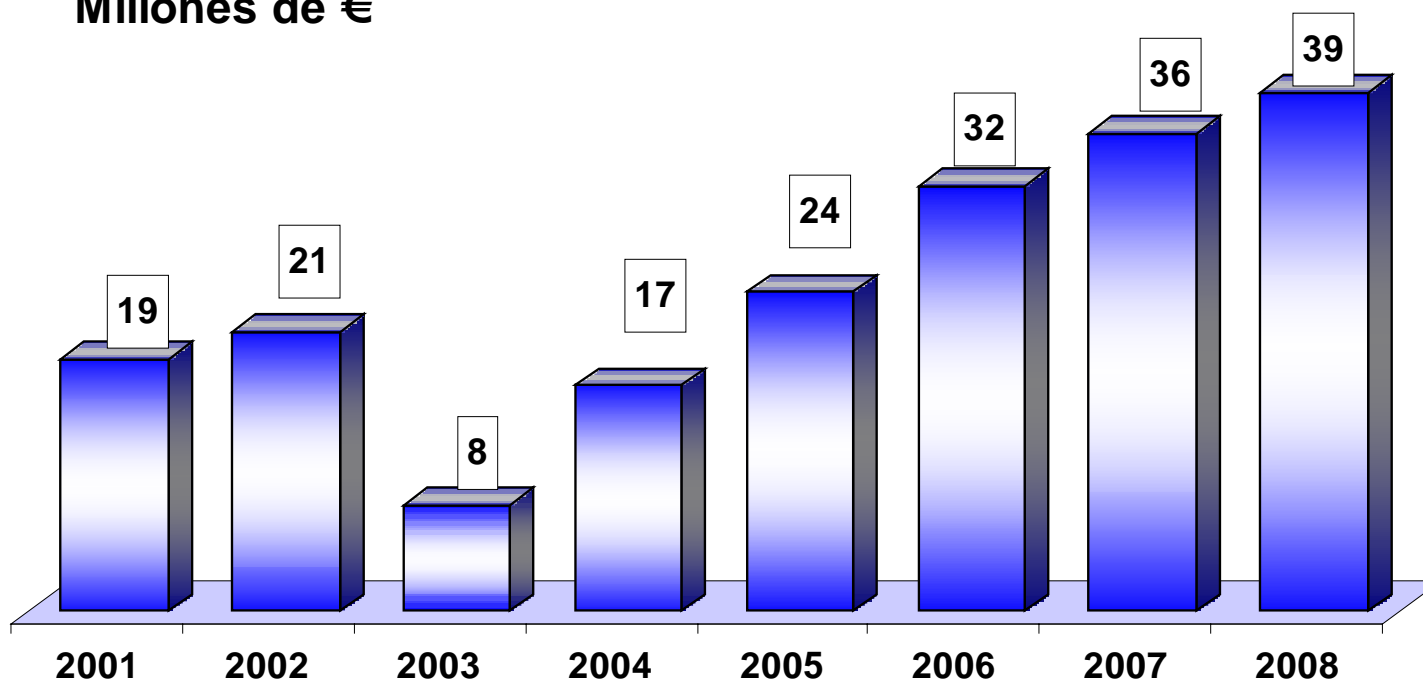
## Evolución Prevista del Volumen de Ventas por Operación

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
CHINA	2,3	3,4	4,4	5,7	7,5	9,6	11,9
FILIPINAS	2,3	2,1	2,4	2,7	3,3	3,9	4,5
THAILANDIA	3,7	3,5	4,4	5,2	6,0	6,9	7,9
ESPAÑA	14,8	14,8	15,5	15,4	14,8	13,9	13,1
ALEMANIA	5,3	4,3	4,8	5,0	5,1	5,1	5,0
<b>TOTAL</b>	<b>28,4</b>	<b>28,1</b>	<b>31,6</b>	<b>34,1</b>	<b>36,7</b>	<b>39,3</b>	<b>42,4</b>

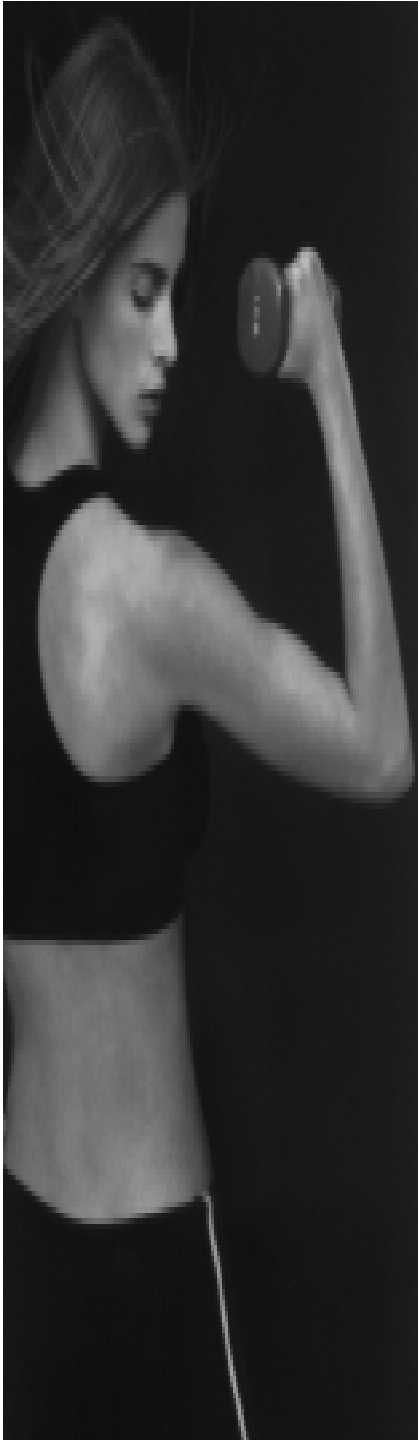
En millones de metros

## Evolución Prevista del EBITDA

Millones de €



(\*) 100 % de todas las compañías del Grupo D.I.F



**AMPLIACIÓN CAPITAL , MODIFICACIÓN DE  
ESTATUTOS & NOMINACIÓN DE AUDITORES**

## AMPLIACIÓN DE CAPITAL

- El objeto de la ampliación de Capital es reforzar los Fondos Propios de la Compañía, reducir su endeudamiento y financiar el proyecto de expansión en Asia.

## AMPLIACIÓN DE CAPITAL

- **EMISIÓN:** Entre un 25% y un 50% del Capital Social Actual. Importe mínimo €16 millones y máximo lo que permita el mandato del Consejo.
- **COLOCACIÓN:** El Sr. Domènech suscribirá un mínimo de €16 Millones y existirá un tramo minorista orientado a los accionistas actuales y a inversores institucionales.

## AMPLIACIÓN DE CAPITAL

- **CONDICIONES:** La Junta General de Accionista delega en el Consejo de Administración , para que , dentro del plazo de cinco años, a partir de la fecha de su aprobación, pueda proceder en una o más veces, a acordar la Ampliación de Capital de la Compañía, hasta un máximo del 50% del capital social del momento de la autorización, mediante aportaciones dinerarias, con o sin Prima de Emisión, y en las demás condiciones que, en su caso, acuerde la Junta, y todo ello al amparo de lo dispuesto en el artículo 153 y concordantes del Ley de Sociedades Anónimas. Por tanto las condiciones de la ampliación serán fijadas por el Consejo de Administración en los días previos al inicio del periodo de suscripción. Estas condiciones prevén mantener el derecho de suscripción preferente de los actuales accionistas.

### COLOCACIÓN SR. DOMENÉCH:

- Los fondos aportados por el accionista de referencia proceden de la venta de los terrenos de su propiedad donde actualmente se encuentra ubicada la fábrica de El Masnou. Estos terrenos están hipotecados garantizando el préstamo sindicado suscrito en el año 2001 por Dogi para adquirir las compañías del grupo Sara -Lee Courtaulds.
- Las entidades garantizadas solo autorizarán la venta si los fondos se destinan íntegramente al pago de deuda.
- El terreno se vende en 2004 pero no se desaloja hasta dentro de 4 años. Por consiguiente un 25% del precio (aproximadamente) quedará aplazado hasta que Dogi desaloje el inmueble.

### COLOCACIÓN SR. DOMENÉCH:

- Precio estimado es entorno a € 24 millones. Las condiciones previstas estima cobrar alrededor del 75% en el momento de la firma del contrato de compraventa y el resto en el momento del desalojo.
- La mayor parte del pago al contado se destinará a ampliar el capital de Dogi y a reducir la deuda sindicada a largo plazo, mientras que el resto se destinará a garantizar la financiación a corto plazo de la Sociedad.



## **MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS**

- **El Consejo de Administración propone a la Junta General la adopción de los acuerdos de modificación del artículo 5º de los Estatutos Sociales de Dogi International Fabrics, S.A., ya que la aprobación y ejecución de la ampliación de capital, supone modificaciones en la cifra del capital social y el número de acciones en las que el mismo se encuentra dividido.**

## **NOMBRAMIENTO DE AUDITORES**

- **La Sociedad propone el nombramiento de BDO Audiberia como auditores de Dogi International Fabrics, S.A y Sociedades dependientes para el ejercicio 2004.**
- **BDO es una firma de auditoria de reconocido prestigio, con red internacional y que cumple los requisitos de control y calidad que una sociedad cotizada como Dogi requiere. Entre sus clientes se encuentran numerosas sociedades cotizadas tanto en el ámbito nacional como internacional. Su facturación mundial es de 2.395 millones de USD, y es la quinta firma de auditoria a nivel mundial detrás de las “cuatro grandes”.**
- **El cambio de auditor se enmarca dentro del plan de austeridad aprobado por la Sociedad en el ejercicio 2003 y supone a nivel de grupo un ahorro superior al 30% de los costes de auditoria.**

## **Junta General de Accionistas**

**El Masnou, 25 de Mayo 2004**

## **Junta General de Accionistas**

**El Masnou, 25 de Mayo 2004**