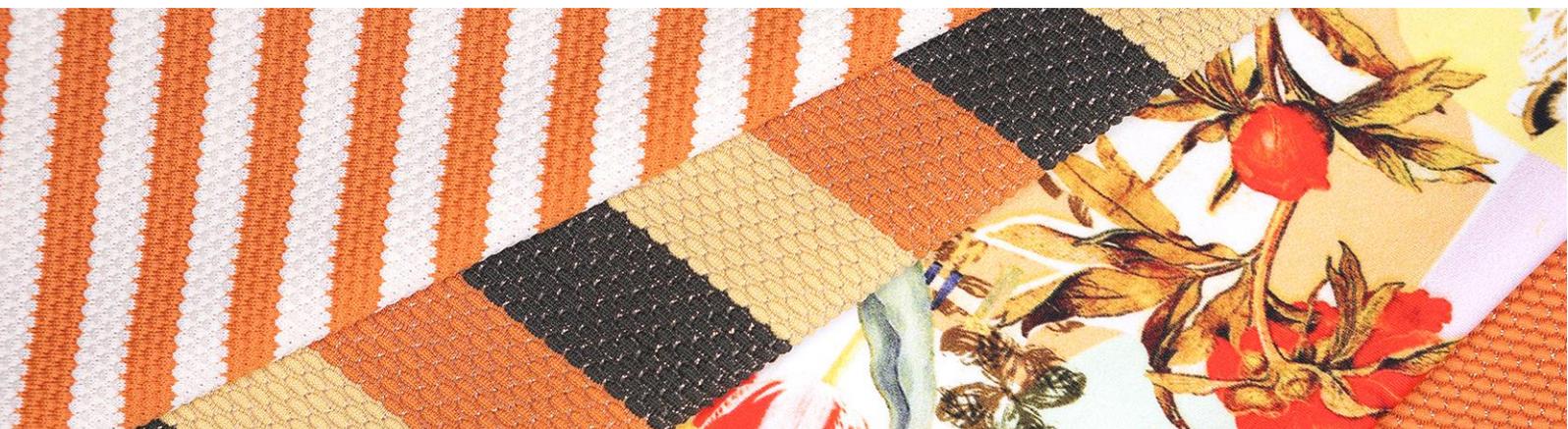




RESULTADOS FINANCIEROS Y DE NEGOCIO

TERCER TRIMESTRE 2017

14 Noviembre 2017



CONTENIDO

Resumen Ejecutivo	3
1. Resultados Financieros del Grupo Consolidado	4
1.1. Cuenta de Pérdidas y Ganancias	4
1.2. Balance de Situación	5
1.3. Cambios en el Perímetro de Consolidación	6
2. Evolución de los Negocios del Grupo	6
2.1. Fast Fashion España Géneros de Punto Treiss	6
Resultados Financieros	6
Mercado y Operaciones	6
Perspectivas para el Resto del Año 2017	7
2.2. Fast Fashion España, Italia, Portugal, USA Grupo QTT	8
Resultados Financieros	8
Mercado y Operaciones	8
Perspectivas para el Resto del Año 2017	9
2.3. Tejido Elástico USA Elastic Fabrics of America	9
Resultados Financieros	9
Mercado y Operaciones	9
Perspectivas para el Resto del Año 2017	10
2.4. Tejido Elástico España Dogi Spain	11
Resultados Financieros	11
Mercado y Operaciones	11
Perspectivas para el Resto del Año 2017	12
3. Hechos Relevantes del Tercer Trimestre	12
4. Hechos Posteriores al Tercer Trimestre	13

RESUMEN EJECUTIVO

- El plan estratégico del **GRUPO DOGI** sigue su implantación con una doble línea de actuación: crecimiento orgánico e inorgánico del volumen de negocio, e integración de las diferentes unidades de negocio para materializar sinergias comerciales y operativas. En el tercer trimestre de 2017 se ha producido la incorporación de los negocios de Busmartex en Treiss y QTT Woven en QTT, y actualmente están en fase de estudio varias adquisiciones.
- A 30 de septiembre de 2017, la cifra de negocios consolidada del **GRUPO DOGI** ha ascendido a 48.662 miles de euros, con un EBITDA consolidado de 587 miles de euros. Los resultados reflejan la situación del mercado textil en el tercer trimestre, impactado de forma relevante este año por una evolución climática que ha ralentizado la demanda, así como los costes no recurrentes derivados de la integración de QTT. La progresión de Treiss es favorable y las perspectivas son positivas por su potencial dentro del grupo, el acceso a nuevos clientes y el fortalecimiento del equipo interno.
- En la unidad de **FAST FASHION**, las ventas de **TREISS** han alcanzado los 14.696 miles de euros, aportando un EBITDA acumulado de 1.522 miles de euros a cierre del tercer trimestre de 2017. La cartera de pedidos ha crecido un 8,4% en relación al pasado mes de junio, impulsada por las acciones continuadas dirigidas a la apertura de nuevos clientes, y a la incorporación de equipos clave para ofrecer y desarrollar un servicio excelente.
- La adquisición de **QTT** en el segundo trimestre de 2017 ha reforzado el negocio de **FAST FASHION** y ha tenido un impacto relevante en el grupo. La cifra de negocio y el EBITDA a cierre de septiembre han ascendido a 5.801 y -138 miles de euros, respectivamente, reflejando el menor consumo del mercado en el trimestre, el alto nivel de inventarios del canal, así como ciertos costes no recurrentes de calidad y de gestión de clientes. El desarrollo de productos con nuevos materiales y tejidos prosigue, así como las acciones de racionalización del área de compras y operaciones.
- En la unidad de **TEJIDO ELÁSTICO**, **EFA** ha aportado ventas por importe de 20.689 miles de euros a cierre del tercer trimestre. El EBITDA ha ascendido a 408 miles de euros, debido a la demanda de productos básicos y el mayor coste de la energía. Se aprecian resultados positivos en la estrategia de diversificación comercial y las acciones para la mejora de las operaciones.
- En **DOGI SPAIN**, también perteneciente a la unidad de **TEJIDO ELÁSTICO**, las ventas han ascendido a 8.035 miles de euros a 30 de septiembre, situándose en niveles similares al año anterior. El EBITDA ha mejorado un 18,0% hasta los -1.106 miles de euros, en consonancia con la evolución positiva de la línea de baño y los mercados internacionales, especialmente Reino Unido, Francia y Suiza.

1 RESULTADOS FINANCIEROS DEL GRUPO CONSOLIDADO

1.1 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Las principales magnitudes financieras consolidadas de Dogi International Fabrics, S.A. y sociedades dependientes ("Grupo Dogi") a 30 de septiembre de 2017 comparadas con el mismo periodo del año anterior son las siguientes:

Cuenta de Pérdidas y Ganancias	30.09.2017	30.09.2016	Variación
<i>Principales magnitudes - Miles de Euros</i>			
Importe Neto de la Cifra de Negocios	48.662	29.371	65,7%
EBITDA	587	813	-27,8%
EBIT	-1.630	-170	858,8%
Resultado del Periodo	-1.530	-742	106,2%

La estrategia corporativa del Grupo Dogi continúa en fase de implementación, con el objetivo último de construir un grupo textil relevante en el año 2020 con una cifra de negocio aproximada de 200 millones de euros a través de crecimiento orgánico e inorgánico. Actualmente están en fase de estudio varias adquisiciones potenciales que deberán materializarse en los próximos meses.

Adicionalmente, la Dirección ha definido un plan estratégico de integración de los negocios del grupo, con la finalidad de impulsar las sinergias comerciales y operativas de las diferentes unidades de negocio, que ha resultado en un conjunto de acciones que están, actualmente, iniciando su implantación y que deberán dar resultados en el corto y medio plazo.

A 30 de septiembre de 2017, el Grupo Dogi ha alcanzado los 48.662 miles de euros de cifra de negocios consolidada, un 65,7% más que el mismo periodo de 2016. El crecimiento se explica por la incorporación de Géneros de Punto Treiss y el Grupo QTT al perímetro del grupo, que contribuyen respectivamente con ventas de 14.696 y 5.801 miles de euros, en tanto que Dogi Spain y EFA han mantenido los niveles de ventas en términos interanuales.

El EBITDA consolidado de septiembre de 2017 ha ascendido a 587 miles de euros, debido principalmente a la situación del mercado textil en el tercer trimestre, que ha experimentado cierta ralentización, en el que Dogi Spain ha contribuido positivamente, mejorando el EBITDA en 243 miles de euros respecto septiembre de 2016, así como Treiss, que ha aportado 1.522 miles de euros. A efectos de comparabilidad, se indica que el ejercicio anterior incluye un ingreso de explotación no recurrente, procedente de la prescripción de un pasivo post concursal, por un importe aproximado de 1.144 miles de euros, por lo que el incremento del EBITDA sin considerar este efecto sería de 918 miles de euros.

El EBIT a cierre de septiembre de 2017 ha ascendido a -1.630 miles de euros, e incorpora el impacto de las amortizaciones de las relaciones con clientes, derivadas de las adquisiciones de Treiss y QTT,

que ascienden a 754 miles de euros, y el incremento de la amortización de proyectos capitalizados en EFA por 228 miles de euros.

Finalmente, el resultado a cierre del tercer trimestre de 2017 ha ascendido a -1.530 miles de euros, el cual incluye los costes diferenciales de la financiación de EFA por 363 miles de euros, y la cancelación de una deuda concursal de 1.008 miles de euros sujeta a ciertas condiciones de exceso de circulante cuyo cumplimiento no se prevé por la sociedad.

La Dirección del Grupo Dogi administra los negocios a partir de información de gestión agregada, no consolidada. A continuación se detalla la **conciliación entre los informes de gestión y las cuentas contables consolidadas IFRS** para la cifra de negocios, EBITDA, EBIT y resultado neto a 30 de septiembre de 2017 y 30 de septiembre de 2016.

30.09.2017

Cuenta de Pérdidas y Ganancias	Cifra de Negocios	EBITDA	EBIT	Resultado del Periodo
<i>Principales magnitudes - Miles de Euros</i>				
Informes de Gestión	49.221	686	-781	-1.586
Diferencias de Perímetro	427	-711	-711	-204
Eliminaciones Intercompañía y Ajustes	-986	612	-138	260
Cuentas Consolidadas IFRS	48.662	587	-1.630	-1.530

30.09.2016

Cuenta de Pérdidas y Ganancias	Cifra de Negocios	EBITDA	EBIT	Resultado del Periodo
<i>Principales magnitudes - Miles de Euros</i>				
Informes de Gestión	29.385	-613	-1.712	-771
Diferencias de Perímetro	0	-3	-3	-3
Eliminaciones Intercompañía y Ajustes	-14	1.429	1.545	32
Cuentas Consolidadas IFRS	29.371	813	-170	-742

1.2 BALANCE DE SITUACIÓN

Las principales magnitudes financieras consolidadas del Grupo Dogi a 30 de septiembre de 2017 comparadas con las de 31 de diciembre de 2016 son las siguientes:

Balance de Situación	30.09.2017	31.12.2016	Variación
<i>Principales magnitudes - Miles de Euros</i>			
Activos No Corrientes	18.891	17.187	9,9%
Necesidades Operativas de Fondos*	20.761	14.319	45,0%
Deuda financiera**	15.377	17.701	-13,1%
Activo Total	54.639	42.237	29,4%

*Existencias + Clientes - Proveedores | **Deuda financiera amortizable.

La estacionalidad del negocio y la incorporación al perímetro del Grupo QTT, producida en el segundo trimestre de 2017, han sido las causas principales de las variaciones de las magnitudes de balance. Los activos totales aportados por QTT han sido de 12.493 miles de euros a 30 de septiembre de 2017, en tanto que las necesidades operativas de fondos han crecido un 45,0% desde finales de 2016, principalmente por la referida incorporación de QTT que supone 4.728 miles de euros, así como por causa de la estacionalidad del negocio de Dogi Spain (959 miles de euros más) y EFA (1.335 miles de euros más).

El activo no corriente ha crecido en 1.704 miles de euros, compensando la reducción de Dogi Spain por 2.084 miles de euros con la incorporación de las relaciones con clientes derivadas de la adquisición de QTT, que han ascendido a 1.522 miles de euros. Finalmente, la deuda financiera amortizable se ha reducido a 15.377 miles de euros desde diciembre de 2016.

1.3 CAMBIOS EN EL PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN

No se han producido cambios en el perímetro de consolidación en el tercer trimestre de 2017.

2 EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DEL GRUPO

2.1 FAST FASHION | ESPAÑA | GÉNEROS DE PUNTO TREISS

RESULTADOS FINANCIEROS

Las principales magnitudes de la unidad de negocio, según los informes de gestión reportados habitualmente a la Dirección, son las siguientes:

Cuenta de Pérdidas y Ganancias	30.09.2017
<i>Principales magnitudes - Miles de Euros</i>	
Importe Neto de la Cifra de Negocios	14.696
EBITDA	1.522
EBIT	1.477
Resultado del Periodo	1.585

La sociedad entró en el perímetro del Grupo Dogi con fecha 30 de septiembre de 2016, por lo que no se incluye información comparativa del ejercicio precedente.

MERCADO Y OPERACIONES

Géneros de Punto Treiss ha alcanzado los 14.696 miles de euros de cifra de negocio acumulada a 30 de septiembre de 2017. Las ventas se han mantenido a buen ritmo en los meses de julio y agosto, si

bien en septiembre han tenido una cierta ralentización que no ha afectado a la cartera de pedidos, que ha crecido un 8,6% respecto junio alcanzando los 3.604 miles de euros. En este sentido, la cifra de negocios de los próximos meses debe irse recuperando a medida que estos pedidos se vayan convirtiendo en ventas.

La estrategia de Treiss de tener un mayor control sobre el canal se ha traducido en la cancelación de contratos de intermediación, la apertura de cuentas en dos importantes cadenas de retail y la potenciación de grandes cuentas de la sociedad. Actualmente se están preparando colecciones para su presentación a cliente en octubre y noviembre, que se traducirán en pedidos con entrega a principios de 2018.

En el marco del plan estratégico, se están empezando a desarrollar nuevos artículos que representan sinergias con otras compañías del grupo. El precio de venta continúa siendo la variable competitiva clave en el mercado actual, en el que Treiss está actuando para sostener los márgenes con una activa negociación de compras.

El EBITDA ha alcanzado los 1.522 miles de euros a 30 de septiembre de 2017. En el área de operaciones se continúa trabajando para diversificar geográficamente la producción, con la finalizar de establecer talleres en el cercano Oriente y el norte de África. En lo que respecta a la gestión de inventarios, se han reducido un 8,8% en relación a septiembre de 2016 y un 31,1% respecto agosto del corriente, alcanzando los 706 miles de euros. En la organización se están produciendo incorporaciones con el objetivo de potenciar las áreas de diseño, gráficos y de líneas de producto como el tricot.

El resultado del periodo incorpora, como parte de su resultado financiero, los ingresos que proceden de un crédito a corto plazo concedido a Trípoli Investments, una empresa del Grupo Dogi, para la financiación de operaciones corporativas.

PERSPECTIVAS PARA EL RESTO DEL AÑO 2017

La Dirección de Géneros de Punto Treiss confía en la estrategia comercial que se está implantando para el resto del ejercicio 2017, así como en la contribución al EBITDA que supondrán las mejoras operacionales en fase de desarrollo, como la diversificación geográfica de los talleres y la gestión proactiva de compras.

La incorporación de la rama de negocio de Busmartex en Treiss ha empezado a generar sinergias internas que podrán potenciarse en el futuro, principalmente a nivel comercial y de integración de la cadena de suministro, reforzando la estrategia de la compañía.

2.2 FAST FASHION | ESPAÑA, ITALIA, PORTUGAL, USA | GRUPO QTT

RESULTADOS FINANCIEROS

Las principales magnitudes de la unidad de negocio, según los informes de gestión reportados habitualmente a la Dirección, son las siguientes:

Cuenta de Pérdidas y Ganancias	30.09.2017
<i>Principales magnitudes - Miles de Euros</i>	
Importe Neto de la Cifra de Negocios	5.801
EBITDA	-138
EBIT	-199
Resultado del Periodo	-265

Los resultados de las sociedades del Grupo QTT se incorporan desde la fecha de su entrada en el perímetro del Grupo Dogi, esto es el 1 de mayo para las sociedades española, portuguesa y estadounidense y el 1 de junio para el negocio adquirido en Italia. En consecuencia, no se incluye información comparativa del ejercicio precedente.

MERCADO Y OPERACIONES

A 30 de septiembre de 2017, las ventas acumuladas del Grupo QTT han ascendido a 5.801 miles de euros, con un EBITDA de -138 miles de euros y un resultado del periodo de -265 miles de euros. A nivel de negocio, el tercer trimestre se ha caracterizado por una ralentización del consumo en todos los mercados, de carácter transitorio, que ha generado niveles altos de inventarios en el canal. La variable precio está siendo el factor competitivo clave del mercado, lo que ha favorecido la entrada de pedidos con márgenes reducidos y la demanda de productos básicos. Adicionalmente, la sociedad ha soportado ciertos costes no recurrentes de calidad y de gestión de clientes durante el trimestre.

A nivel de producto, QTT continúa potenciando la innovación mediante su planta de I+D+i de Argenton, con la finalidad de ofrecer productos de alto valor añadido diferenciados de la competencia en todas sus regiones. En el mercado de proximidad se han puesto en marcha acciones dirigidas al ahorro de costes de producto y de estructura, centralizando la función de compras para conseguir ahorros.

En Estados Unidos se está trabajando para tener presencia en la feria Premier Vision de Nueva York, referente en el sector americano, con el objetivo de ampliar la base de clientes en el país y la oferta comercial. En el mercado habitual, se sigue comercializando principalmente la línea de tejido básico, que tiene un cierto valor añadido en los clientes de proximidad. En Italia, una de las unidades relevantes de QTT en términos de negocio, se han producido cambios organizativos para mejorar el control de los procesos y se están desarrollando productos de alto valor añadido, mediante el desarrollo continuo de muestras de artículos especiales con base garmen y otros tejidos ecológicos naturales. En lo que respecta a la exportación, se está trabajando en diversificar mercados y

consolidar países en los que QTT ya tiene presencia, principalmente el Reino Unido, Francia y Marruecos.

A nivel de operaciones, las líneas de acción se dirigen a la concentración de la producción y la externalización de la fabricación en China y Turquía, con la finalidad de mejorar costes, potenciar la renovación continua de las colecciones y la búsqueda de artículos básicos y de fantasía de valor añadido. En lo que respecta a creación, se está trabajando en el desarrollo de colores y tejidos naturales en un proyecto del que se esperan resultados a medio plazo.

PERSPECTIVAS PARA EL RESTO DEL AÑO 2017

La ralentización del mercado en el tercer trimestre ha sido un factor que la Dirección de QTT ha tenido que gestionar proactivamente. Se espera que este sea un elemento transitorio con una pronta recuperación en los próximos meses, y se confía en que la situación haya comenzado a revertirse a finales del ejercicio 2017. El grupo continúa potenciando las actividades de I+D+i, donde el desarrollo de productos de valor añadido es una clave de diferenciación, y cuyas líneas de actuación se basan en colores y tejidos naturales, así como en tejidos con aplicaciones especiales. Las acciones del área de operaciones se han dirigido a optimizar la función de compras y los costes estructurales de la organización.

2.3 TEJIDO ELÁSTICO | USA | ELASTIC FABRICS OF AMERICA

RESULTADOS FINANCIEROS

Las principales magnitudes de la unidad de negocio, según los informes de gestión reportados habitualmente a la Dirección, son las siguientes:

Cuenta de Pérdidas y Ganancias	30.09.2017	30.09.2016	Variación
<i>Principales magnitudes - Miles de Euros*</i>			
Importe Neto de la Cifra de Negocios	20.689	21.357	-3,1%
EBITDA	408	736	-44,7%
EBIT	-67	415	-
Resultado del Periodo	-739	155	-

*EUR/USD promedio del periodo: 1.01-30.09.2017: 1,1139 | 1.01-30.09.2016: 1,1162

MERCADO Y OPERACIONES

Las ventas acumuladas de EFA a cierre de septiembre de 2017 han ascendido a 20.689 miles de euros, un 3,1% menos que el ejercicio precedente, principalmente por razones de mercado. La demanda final del principal cliente se ha ralentizado, y se está notando una disminución transitoria de

sus pedidos. Esto se ha compensado con una mayor entrada en el negocio de seis de los clientes más importantes, cuya cifra de negocio está experimentando subidas relevantes, de modo que la cartera de pedidos a finales de septiembre supone un 27,8% más que la de un año antes hasta los 5.147 miles de euros (6.077 miles de dólares). Como parte de la estrategia de diversificación comercial, a lo largo del ejercicio 2017 se han iniciado relaciones con 12 nuevos clientes con los que se está empezando a trabajar activamente.

A cierre del tercer trimestre de 2017, y en términos acumulados, las líneas de producto que más han crecido han sido las del segmento de baño, médico y deporte, con crecimientos interanuales del 55,6%, 9,5% y 9,4%, respectivamente, que han aportado volumen a la cifra de ventas con márgenes más ajustados. Si bien el margen bruto acumulado a cierre de septiembre de 2017 es medio punto inferior al del año precedente, se espera una mejora en los próximos meses como resultado del incremento de precios anunciado a los clientes, en consonancia con la subida del coste de hilos con base nylon y polyester anunciados por los proveedores a principios de año, que han sido efectivos, finalmente, en septiembre.

El EBITDA ha alcanzado los 408 miles de euros acumulados en septiembre de 2017, esto es 328 miles de euros menos que el año anterior. Las causas principales de esta reducción son el referido efecto del margen y el incremento del coste de la energía, un punto interanual sobre ventas. En el área de operaciones se ha dado continuidad a las acciones de racionalización de inventarios, que han cerrado un 4% en valor por debajo de septiembre de 2016, así alcanzando los 5.289 miles de euros (6.244 miles de dólares). El nivel de servicio ha progresado hasta niveles de alta satisfacción, mejorando en relación a junio de 2017 y el año anterior. Los costes de calidad también han evolucionado positivamente a la baja durante el tercer trimestre.

La sociedad continúa con el desarrollo de nuevos productos en colaboración con sus mejores clientes y, en este sentido, está participando en el diseño conjunto de planes comerciales de expansión a nivel local e internacional, especialmente en Corea.

La renegociación de la financiación de circulante de EFA, que cristalizó en la firma de un crédito revolver en febrero de 2017 con la entidad Gibraltar, está funcionando normalmente y teniendo su efecto en el EBIT y el resultado del periodo derivado de los costes financieros y la amortización de los gastos necesarios para su obtención.

PERSPECTIVAS PARA EL RESTO DEL AÑO 2017

La Dirección de EFA está confiada en la recuperación del negocio de su cliente principal, con el que colabora estrechamente, así como en la diversificación de clientes iniciada en este ejercicio. Se espera que la cifra de negocios se mantenga, a finales de 2017, en una línea similar a la del ejercicio anterior, si bien el EBITDA y los resultados del periodo podrán reducirse. Las revisiones al alza de los precios anunciadas a los clientes deben tener un efecto positivo en los márgenes, si bien a nivel de ventas no se espera un efecto relevante al ser acciones que se producirán, en general, a nivel de todo el mercado.

2.4 TEJIDO ELÁSTICO | ESPAÑA | DOGI SPAIN

RESULTADOS FINANCIEROS

Las principales magnitudes de la unidad de negocio, según los informes de gestión reportados habitualmente a la Dirección, son las siguientes:

Cuenta de Pérdidas y Ganancias	30.09.2017	30.09.2016	Variación
<i>Principales magnitudes - Miles de Euros</i>			
Importe Neto de la Cifra de Negocios	8.035	8.028	0,1%
EBITDA	-1.106	-1.349	-18,0%
EBIT	-1.992	-2.127	-6,3%
Resultado del Periodo	-2.167	-926	134,0%

La información financiera presentada corresponde exclusivamente a la sociedad Dogi Spain en los dos periodos comparados, excluyendo los datos económicos de la sociedad cabecera de la que fue segregada a finales de 2016.

MERCADO Y OPERACIONES

A 30 de septiembre de 2017, la cifra de negocios acumulada de Dogi Spain ha ascendido a 8.035 miles de euros, un 0,1% más que el mismo periodo del año anterior, reflejando la progresión de la estrategia comercial en una situación de mercado compleja, donde un número elevado de players está rediseñando la oferta, actualizando su imagen y estructurando mejor su negocio. Las ventas de julio fueron especialmente relevantes, superando en un +25,6% los niveles del ejercicio precedente, en tanto la participación internacional ha crecido 4 puntos interanuales hasta el 73% a cierre de septiembre de 2017, contribuyendo positivamente a la cifra de negocio y confirmando la implementación de la estrategia comercial de diversificación geográfica, donde Francia, Reino Unido y Suiza han sido los países que han experimentado un mayor crecimiento de ventas. A finales de septiembre se ha apreciado un aumento significativo de la entrada de pedidos.

En cuanto al margen bruto, a cierre de septiembre y en términos acumulados, se ha situado por encima del mismo mes del año anterior, si bien durante el trimestre ha proseguido la demanda de blancos para estampar y otros productos básicos que han impactado ligeramente a la baja los márgenes del periodo.

El EBITDA de los nueve primeros meses de 2017 ha mejorado en 243 miles de euros respecto septiembre de 2016, alcanzando los -1.106 miles de euros acumulados. El nivel de utilización de la capacidad productiva se ha visto afectado por la baja estacionalidad de agosto, mes en el que la fábrica, como es habitual, ha estado parada durante tres semanas, en tanto que el nivel de servicio se ha situado a niveles máximos del último año y medio a 30 de septiembre, alcanzando el 100% en los principales clientes. La eficiencia productiva también ha evolucionado positivamente a lo largo de este mes, cuyo indicador a finales del trimestre ha sido el tercer mejor desde enero de 2016.

En creación y desarrollo de producto se está trabajando en referencias de alto valor añadido, con hilos antibacterianos, resistentes a los rayos UVA, microfibra y coloridos más luminosos. La presencia de Dogi Spain en la feria Interfilères de París, celebrada en julio, en la que se han presentado las nuevas colecciones, ha sido muy positiva. Se han recibido más de 120 visitas cualificadas y se han conseguido acuerdos de colaboración y desarrollo de producto para los próximos meses, así como un número elevado de solicitudes de muestras.

El resultado acumulado a septiembre de 2017 ha alcanzado -2.167 miles de euros, en relación a los -926 miles de euros del mismo periodo del año precedente. El ejercicio anterior incluye un ingreso extraordinario no recurrente de 1.144 miles de euros, procedente de la prescripción de un pasivo post concursal, que se ha clasificado debajo del EBIT en las cuentas de gestión. Esto se menciona a efectos de comparabilidad.

PERSPECTIVAS PARA EL RESTO DEL AÑO 2017

Las expectativas de la Dirección de Dogi Spain en relación el cierre del ejercicio 2017 se mantienen, aún considerando la situación del sector textil a nivel internacional, esperando alcanzar volúmenes de ventas y resultados similares a los del ejercicio precedente. La estrategia comercial se está confirmando, pese al retraso experimentado en varios proyectos por la prolongación de los tests de productos de los clientes y/o por la reprogramación de sus pedidos, y la mejora del área de operaciones se está consolidando en los principales indicadores del área, como la eficiencia de producción, el nivel de servicio y la calidad.

A nivel estratégico, se están empezando a desarrollar las iniciativas recogidas en el plan estratégico del grupo, con el objetivo final de aprovechar al máximo las sinergias entre las diferentes sociedades, incrementales, que constituyen el Grupo Dogi.

3 HECHOS RELEVANTES DEL TERCER TRIMESTRE

Se relacionan a continuación los hechos relevantes del grupo informados al mercado durante el tercer trimestre de 2017:

3.07.2017	Contratos de liquidez y contrapartida <i>Resumen de las operaciones de autocartera del segundo trimestre de 2017.</i>
19.07.2017	Otros sobre operaciones corporativas <i>Adquisición del negocio de la sociedad Busmartex.</i>

2.08.2017	Pactos parasociales o que supongan cambio de control <i>Información de contratos de sindicación de acciones suscritos por Businessgate.</i>
2.08.2017	Pactos parasociales o que supongan cambio de control <i>Complemento a la información de contratos de sindicación de acciones suscritos por Businessgate.</i>
7.09.2017	Pactos parasociales o que supongan cambio de control <i>Afectación de las acciones titularidad de Trinity Place Fund restantes por los pactos contenidos en el contrato de sindicación de acciones.</i>

4 HECHOS POSTERIORES AL TERCER TRIMESTRE

4.1 INICIO DE LOS TRÁMITES PARA TRASLADAR EL DOMICILIO SOCIAL DE LA SOCIEDAD A MADRID

Con fecha 5 de octubre de 2017, la Sociedad informó al mercado de que, con el fin de optimizar sus operaciones, la relación con sus inversores, y asegurar el empleo de sus trabajadores, el Consejo de Administración se había reunido en sesión extraordinaria y había acordado iniciar los trámites necesarios para trasladar el domicilio social de la Sociedad a Madrid.

Nota Legal: La información contenida en este informe no ha sido verificada por ninguna entidad independiente y, por tanto, no se garantiza ni su exactitud ni su exhaustividad.