



COMUNICACIÓN DE HECHO RELEVANTE

Las ventas crecieron un 27% en el último año

DOGII INTERNATIONAL FABRICS ALCANZA UNAS VENTAS DE 169 MILLONES DE EUROS EN 2001

Dogi anuncia un plan estratégico basado en el crecimiento de las ventas en los mercados norteamericano y asiático y en la materialización de las sinergias de las adquisiciones realizadas en 2001

El Masnou, Barcelona (28 de febrero de, 2002).- Dogi International Fabrics (Mercado Continuo: DGI), ha anunciado que sus ventas en 2001 alcanzaron los 169 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 27% frente a los 133 millones de euros alcanzados en el año 2000. El beneficio neto experimentó un resultado negativo de 1,8 millones de euros en 2001 frente a los 8,1 millones de euros alcanzados en el mismo período del año anterior. El EBITDA obtenido por la compañía alcanzó los 19,0 millones de euros en 2001, frente a los 20,9 millones de euros alcanzados en el año 2000.

"Durante 2001, el mercado de tejido elástico se ha comportado negativamente, afectando tanto a los productores de hilo y fibras, como a los tejedores y a los confeccionistas, lo que ha supuesto una caída del mercado en torno al 15%", afirmó Ferrán Conti, Vicepresidente Ejecutivo de Dogi International Fabrics. "Esta situación del mercado ha afectado tanto al volumen de ventas esperado por Dogi como a los márgenes. El segundo factor a destacar ha sido el proceso de integración de las compañías adquiridas a mediados de 2001, cuya velocidad se ha visto afectada por la debilidad del mercado antes mencionada. Por último, los resultados de la compañía participada ATA en México han penalizado notablemente los resultados del grupo, al presentarse dificultades de adaptación del socio local al esquema de gestión de Dogi"

Plan Estratégico 2002

El plan estratégico para el 2002 de Dogi se centra en los siguientes parámetros:

Integración de las compañías adquiridas en el 2001 e implementación del "Modelo DOGII"

Las fábricas adquiridas en el continente asiático se enfrentan al doble reto de integrar los procesos de gestión de una compañía multinacional como es Dogi, a la vez que aumentan su capacidad productiva, ya que se esperan crecimientos muy considerables para los próximos años. Según Ferrán Conti, "nuestros grandes clientes que están trasladando su producción a esta parte del mundo, valoran muy positivamente nuestra presencia en este continente. El carácter de compañía global de Dogi refuerza su decisión de compra. Estamos acelerando la implantación de nuestro modelo de Servicios al Cliente con el objeto de que obtengan el mismo nivel de calidad en nuestros productos sin importar cual sea el lugar de fabricación"

Reordenación de su plataforma productiva

En conjunto, la capacidad total del Grupo Dogi International Fabrics, se espera que aumente en torno al 7% anual durante los próximos 3 años.

La continua transferencia de plantas de confeccionistas de Europa y América hacia Asia por parte de los clientes, obliga a una reordenación de la capacidad productiva de Dogi. En este sentido, la producción en Europa se especializará en la fabricación de productos de alto valor añadido para clientes que exigen un alto nivel de sofisticación, mientras que los centros en el continente asiático aumentarán su capacidad para dar respuesta a la creciente demanda de productos de volumen.

Apuesta por el mercado americano

Dogi ya anunció el pasado mes de enero la toma completa de control de gestión de ATA en Méjico, mediante la adquisición del 45% todavía en manos del socio local.

La compañía prevé que durante el 2002 alcanzar una cuota de mercado del 1% llegando al 5% en el año 2005. Durante el pasado año el volumen total del mercado americano fue de unos 90 Millones de metros.

Para ello, después de la adquisición del 100% de la Compañía ATA, DOGI ha destinado importantes recursos humanos, que dirigidos por Jordi Cochs, Director General de América, están implantando los sistemas y procesos requeridos por el exigente mercado americano.

Las medidas de mejora en el área de Servicios al Cliente ya comienzan a ser perceptibles, permitiendo a la compañía pasar los rigurosos procesos de homologación para suministrar a los más importantes clientes americanos desde su fábrica de México, circunstancia que abre la puerta a las ventas de las líneas de producto con mayor valor añadido.

Por último, la compañía también ha puesto en marcha un plan global para la reducción del gasto en unos 4 millones de euros al año, previendo que los mercados van a permanecer débiles durante el 2002. En este sentido se han puesto en marcha mejoras en los procesos de ingeniería y calidad, así como un programa de racionalización de los gastos generales y administrativos.

Dogi International Fabrics cuenta con más de 2.000 empleados y siete plantas de producción en Europa (España, Francia y Alemania), América (México) y Asia (China, Filipinas y Tailandia)

Fdo. Francisco Schröder
Director Financiero Corporativo