

# Junta General de Accionistas



El Masnou, 19 de Junio 2002



## **LA COMPAÑÍA EN EL 2001**



## **Las Claves de la Globalización de Dogi**

**(I)**

**Compra de las Sociedades del Grupo Sara Lee / Courtaulds (Operación “Galeón”) en Mayo del 2001**



## Galeón : Claves de la Operación

- † **Crea el líder mundial en tejido elástico por tamaño y rentabilidad**
- † **Compra**
  - **estratégica: complementa producto y área geográfica**
  - **selectiva: compra de los activos más interesantes**
- † **Consigue la entrada como líder en el mercado asiático de alto crecimiento**
- † **Permite obtener importantes sinergias**



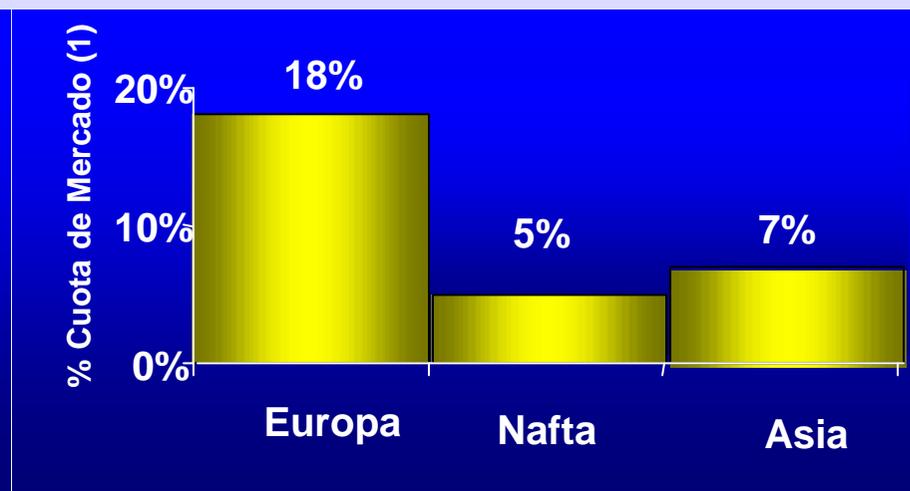
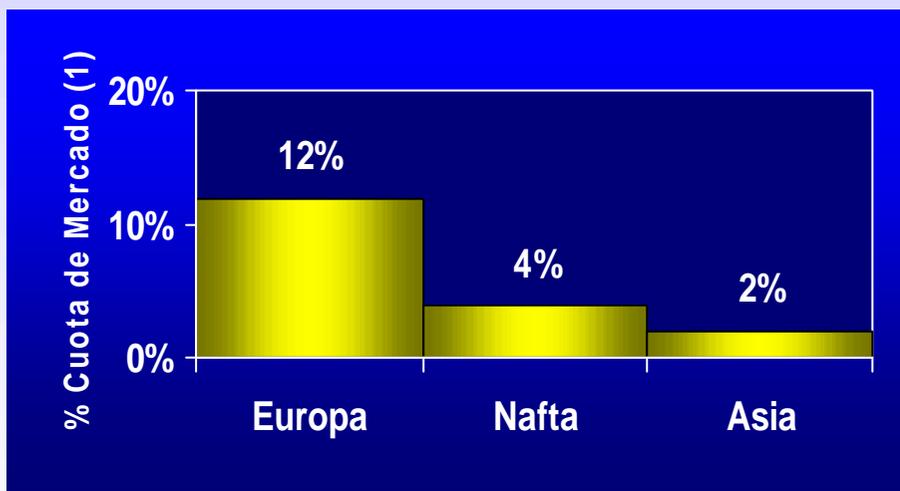
**Anticipa los objetivos estratégicos:  
crecimiento, globalización, rentabilidad sostenida**



## Operación "Galeón" Creando al Líder Mundial del Sector

DOGI 2001

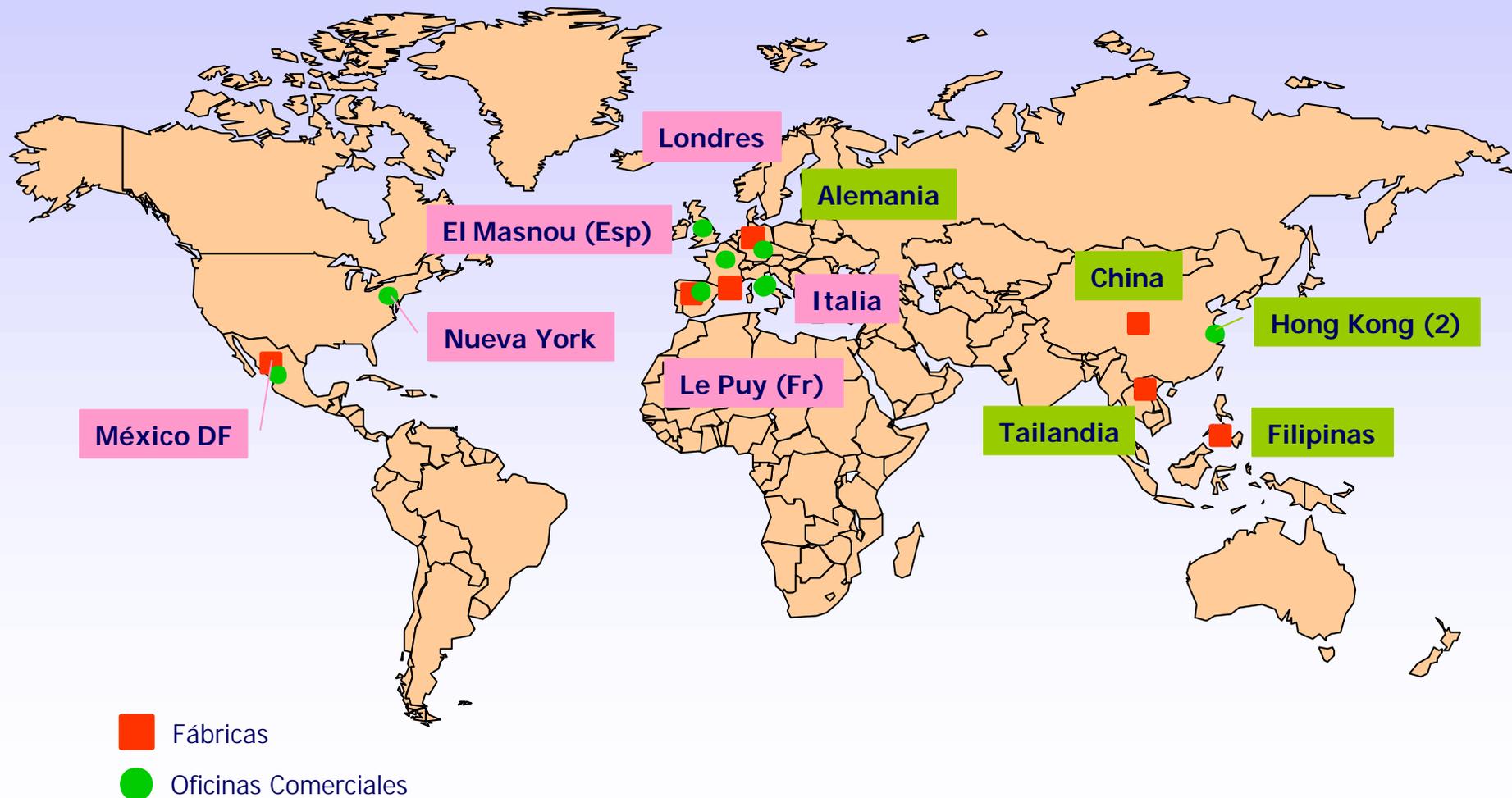
DOGI International Fabrics 2001



Fuente: Dogi

# Operación "Galeón"

## Compra Selectiva = Complementariedad





## Operación “Galeón”

### Compra Selectiva = Complementariedad

#### DOGI

- Liderazgo en el mercado Europeo
- Presencia industrial en España, Francia y Méjico
- Segmento de alto valor añadido (75% moda íntima)
- Innovación basada en nuevas tendencias de moda
- Area de Crecimiento NAFTA, CBI
- Oficinas comerciales USA, ITA, ESP, FRA, UK, HK

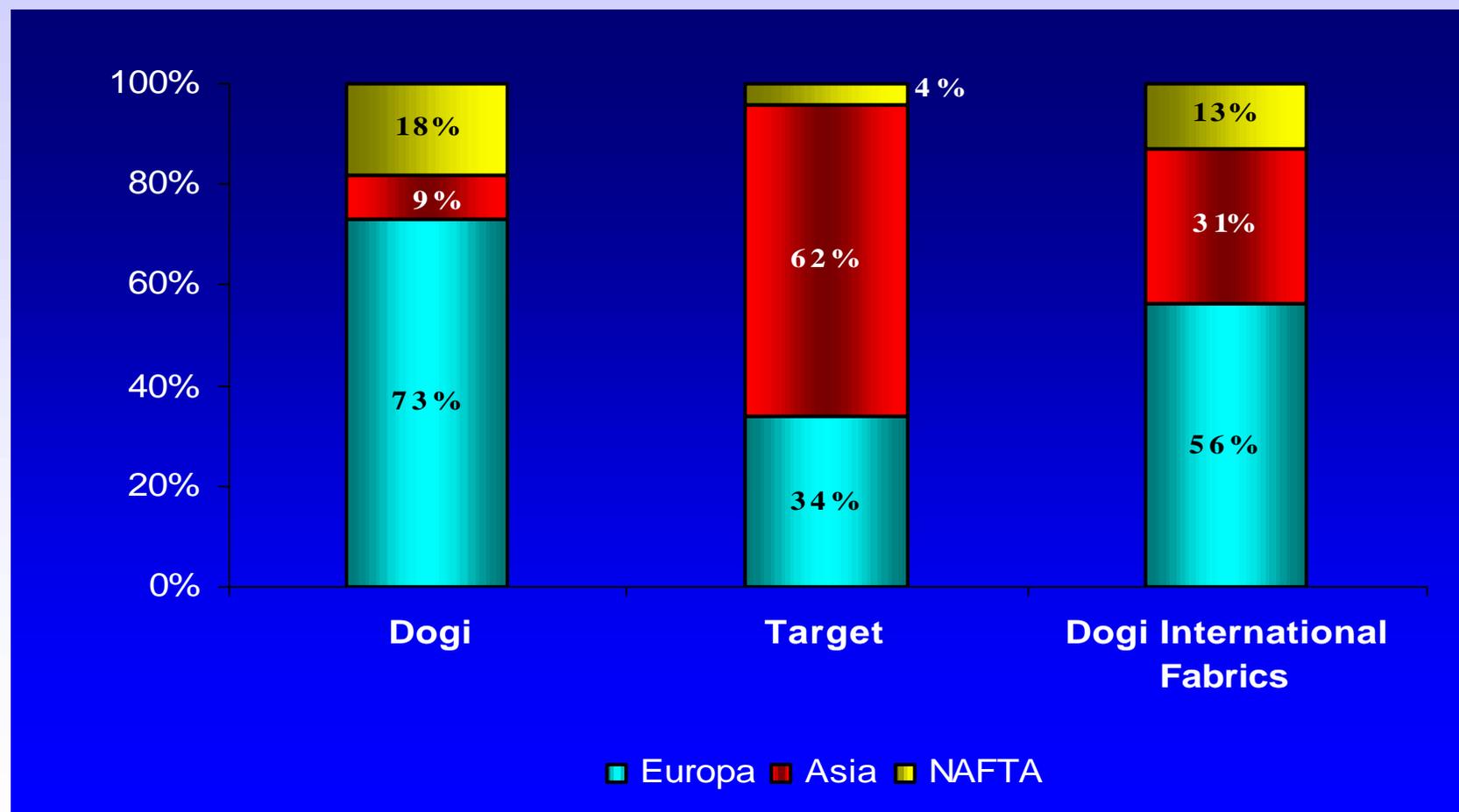
#### TARGET

- Liderazgo en el mercado Asiático
- Presencia industrial en Alemania, China, Tailandia y Filipinas
- Segmento de alto valor añadido (98% moda íntima)
- Innovación basada en desarrollos técnicos de producto de función
- Aporta Area de Crecimiento ASIA, y potencial en Europa del Este
- Oficinas comerciales GER, CHI, PHIL, THAI, HK



## Operación "Galeón" Refuerza la Presencia en Asia

Estructura de Ingresos por áreas geográficas (año 2000) *(fuente DOGI)*





## Operación “Galeón” Sinergias

<b>Comercial</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Incremento ventas gracias a mayor rango de productos, posición reforzada frente a clientes (red de customer service), complementariedad de zonas de venta</li><li>• Intercambio Know-how por desarrollo de producto</li></ul>
<b>Compras</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Reducción de precios de materias primas(fibras) hasta el nivel de “mejor cliente”, rappels por compras y acuerdos como incentivo al incremento de compras</li></ul>
<b>Costes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Reducción por economías de escala en desarrollo e industrialización de productos</li><li>• Optimización de Gastos (Of. Comerciales)</li><li>• “Best practices” en producción</li></ul>

## Detalles de la Operación “Galeón”

### Sociedades Adquiridas

100% Courtaulds TH (Alemania)  
100% Penn Philippines (Filipinas)  
94.4% Penn China (China)  
50% Penn Asia (Tailandia)  
Activos en Hong-Kong

### Precio Adquisición (1)

30 mill.GBP(2) = 48,96 mill.€  
20% Descuento sobre Book Value

### Datos Financieros 100% consolidados

Ventas 2000: 107,47 Mill. €  
EBITDA 2000: 13,3 Mill. €

### Financiación

Préstamo Sindicado a 7 años con 1  
de Carencia (Arrangers BBVA, BNP  
BSCH)

(1) Precio de adquisición libre de deuda y caja - (2) Tipo de cambio €/Libra: 1,6321 €



## **Las Claves de la Globalización de Dogi**

**(II)**

**Compra del 45% de Textiles ATA (Méjico) en  
Diciembre del 2001**



## Detalles de la Operación ATA

- El mercado norteamericano (90 mill. de metros) es el más importante del mundo
- Dogi entra con un 55% en Textiles ATA con el objetivo de consolidar su proyecto global mediante una plataforma adecuada para servir a dicho mercado
- En el 2000 Dogi adecua las instalaciones productivas mejicanas para poder industrializar con éxito los productos de Dogi (base de su expansión americana)
- Instalada la capacidad a principios del 2001 el proceso de industrialización de la gama Dogi se retrasa por problemas de consistencia y calidad
- Siendo ATA una pieza clave en la estrategia de globalización de Dogi la compañía cree imprescindible asumir el control total de la operación para garantizar su éxito



## Beneficios de la Operación ATA

### Control de la Estrategia Comercial

- Ajustar el portafolio de productos a las necesidades de cada mercado (local & USA)
- Apoyar la estrategia del grupo de potenciar la penetración y servicio a clientes globales

### Control del Proceso Industrial

- Acelerar la industrialización de la “colección Dogi” y de transferencia del “know-how”
- Optimizar la eficiencia de la producción
- Garantizar la calidad y servicio requeridos por los “clientes target”

### Viabilidad Financiera e Impacto en DIF

- Asegurar la viabilidad financiera de la operación tras un año muy deficitario
- Garantizar el éxito del proceso de cambio frenará el drenaje de recursos así como su impacto en la rentabilidad global de DIF



## Detalles de la Operación ATA

**Precio Adquisición**



**55.5% (Dic. 1999) 6.42 mill. USD  
44.5% (Dic. 2001) 5.25 mill. USD  
y un 15% del Bfo. Neto durante 10  
años**

**Financiación**



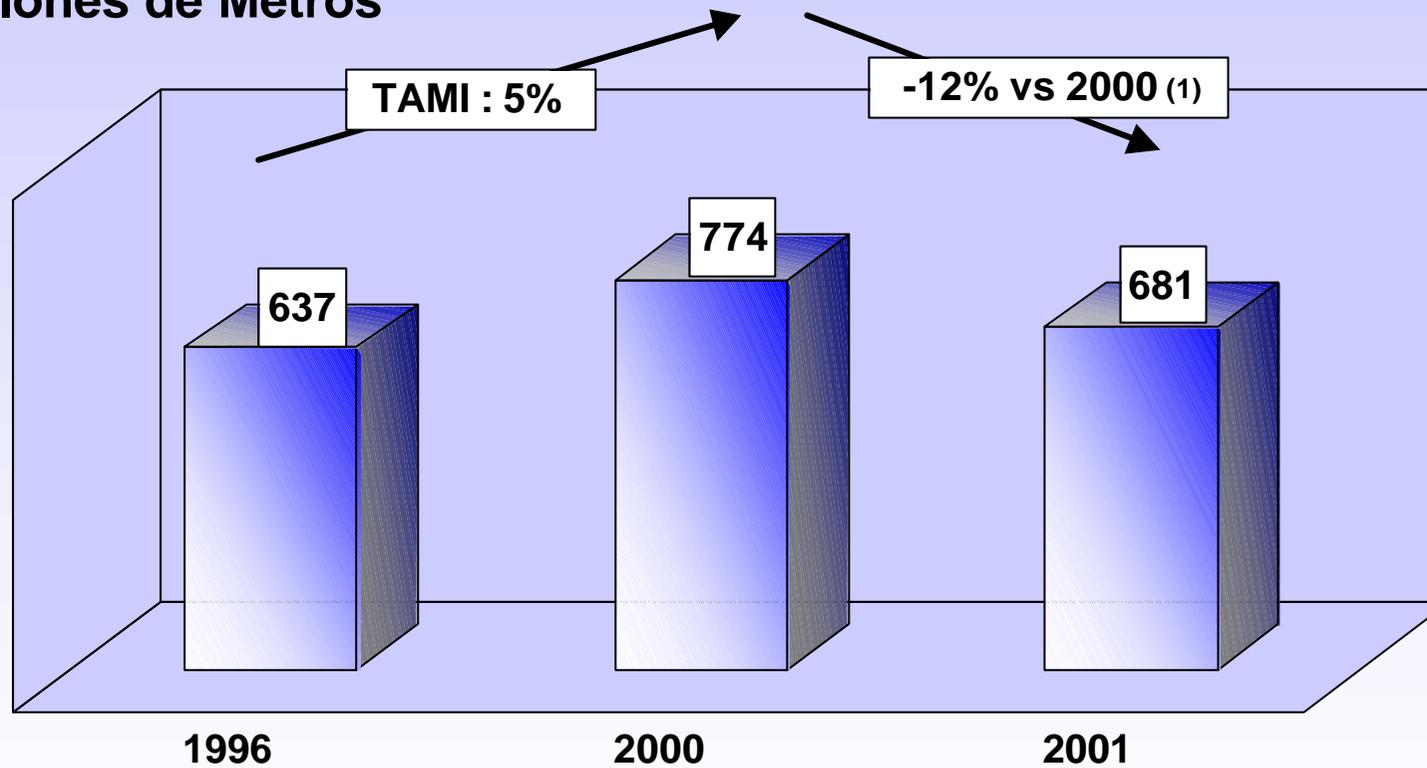
**Tesorería del Grupo**



## **EL MERCADO DEL TEJIDO ELASTICO EN EL 2001**

## Evolución del Sector del Tejido Elástico

Millones de Metros



(1) Datos estimados en base a información proporcionada por clientes / proveedores y la evolución de los competidores



## Evolución del Sector del Tejido Elástico

### † EUROPA

- † Caída generalizada de ventas entorno al 15%
- † Fuerte guerra de precios en tricot
- † Deterioro del mix de producto que afecta directamente al precio medio

### † AMERICA

- † Bajas ventas tanto en el Comercio al detalle como en grandes almacenes
- † Alto nivel de inventarios en el canal de distribución
- † Impacto especial en Moda Intima
- † 11-S precipita el deterioro de un mercado ya debilitado

### † ASIA

- † Caída generalizada de ventas del 20% por el efecto del mercado norteamericano
- † Los Japoneses han podido atacar el mercado debido al descenso de la paridad YEN/US\$.

## Evolución del Entorno

<b>Proveedores (1)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de Fibras Elastoméricas : -15%</li> <li>• Proveedores de Poliamida : -20%</li> </ul>		
<b>Competidores (2)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EUROPA</li> <li>• UK : -22%</li> <li>• Alemania : -15%</li> <li>• Italia : -12%</li> <li>• España : -16%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AMERICA</li> <li>• Caída de un 23% con quiebras significativas (Guilford)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ASIA</li> <li>• Caída estimada en un 15%</li> </ul>
<b>Clientes (2)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EUROPA</li> <li>• -14%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AMERICA</li> <li>• - 22%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ASIA</li> <li>• - 20%</li> </ul>

(1) Fuentes Nylstar & Dupont

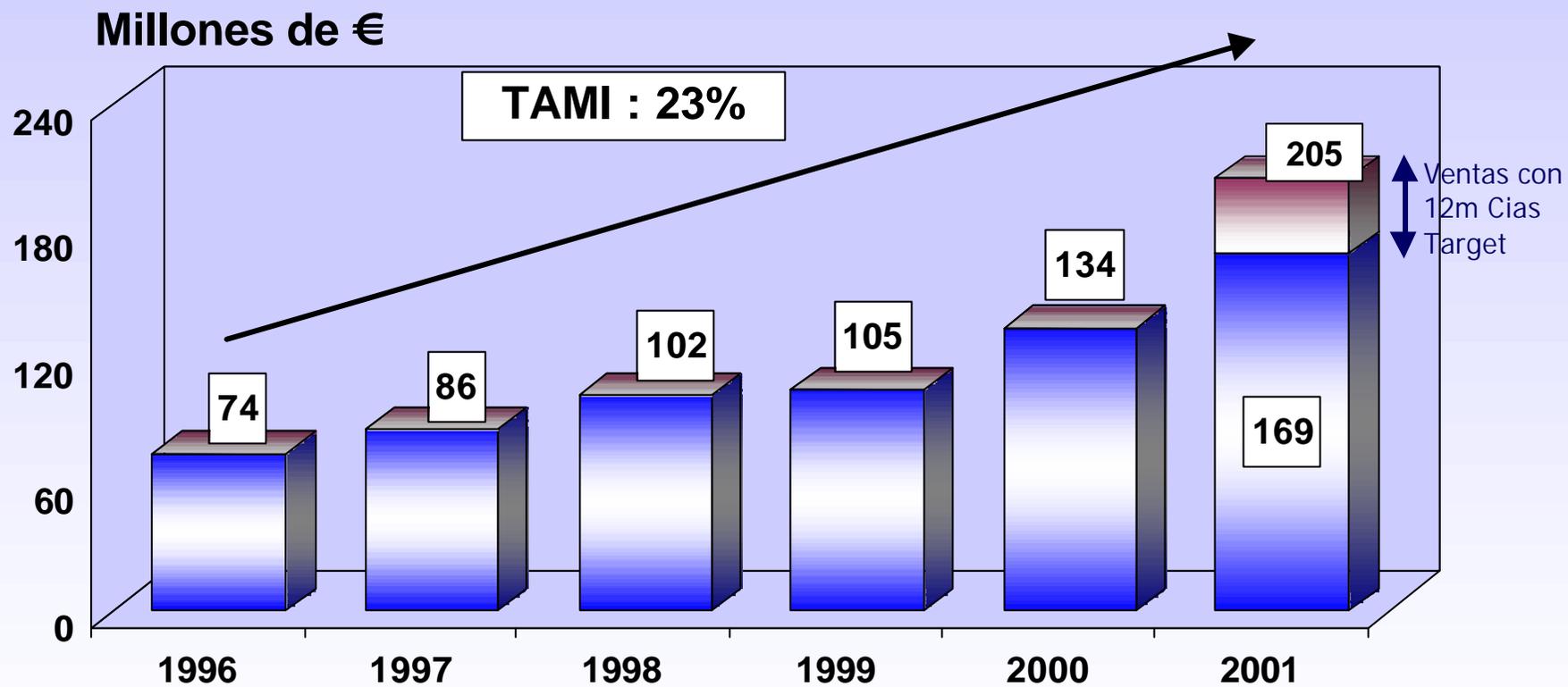
(2) Fuente : Investigación Interna Dogi



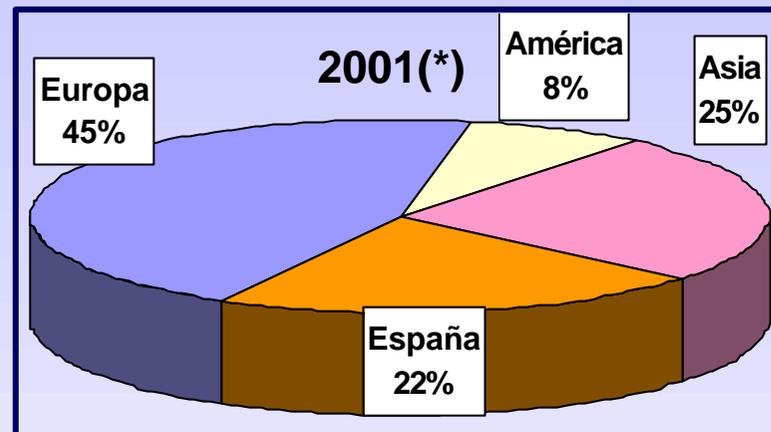
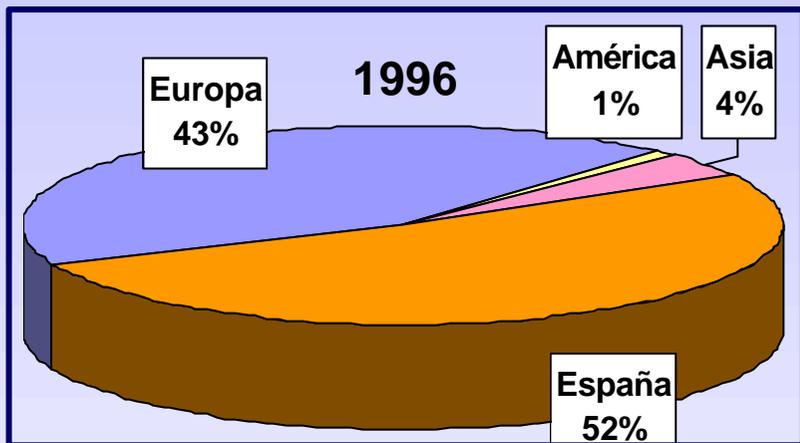
## **LA COMPAÑÍA EN EL 2001**



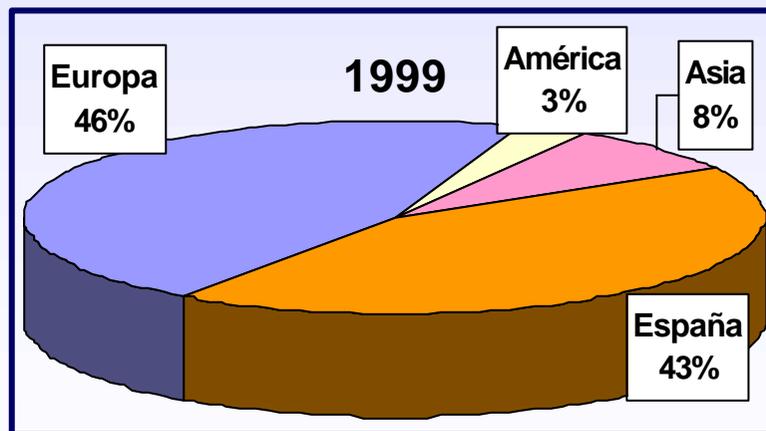
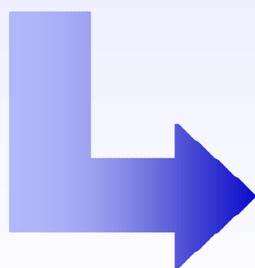
# Ventas Totales Grupo



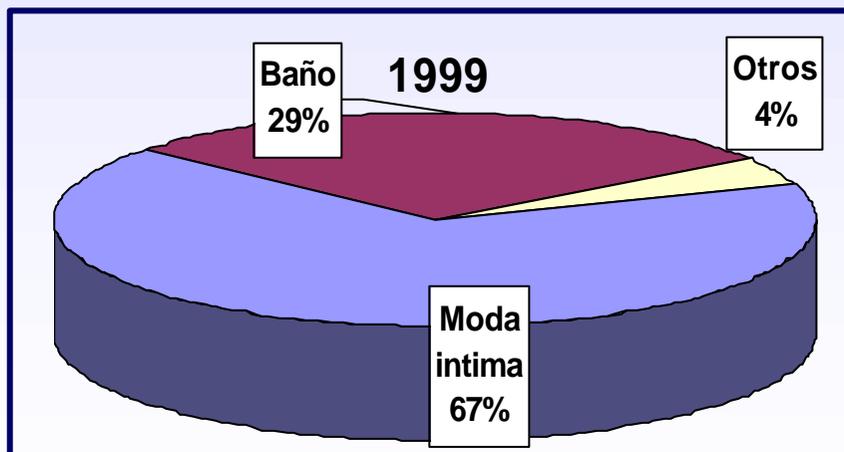
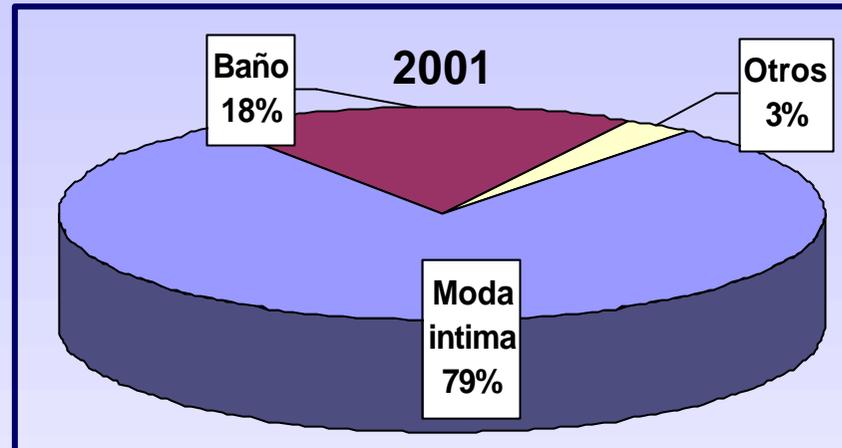
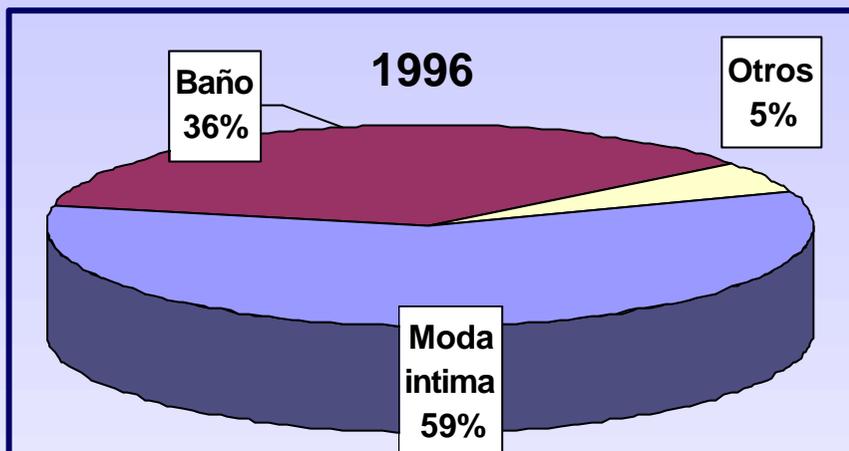
# Evolución de las Ventas del Grupo por Áreas



(\*) Considera 12 meses de Cias "target"



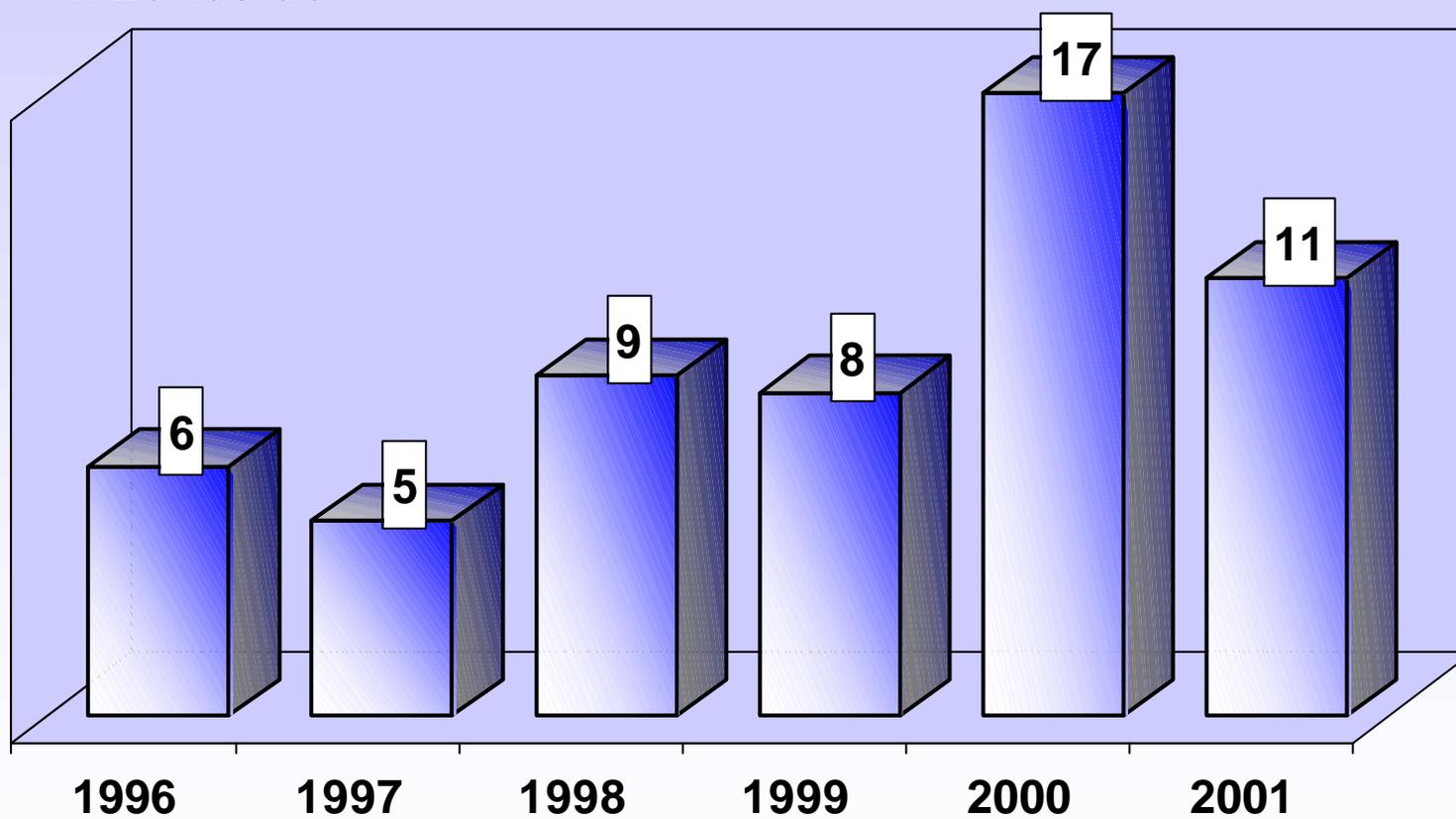
## Evolución de las Ventas del Grupo por Segmentos de Mercado



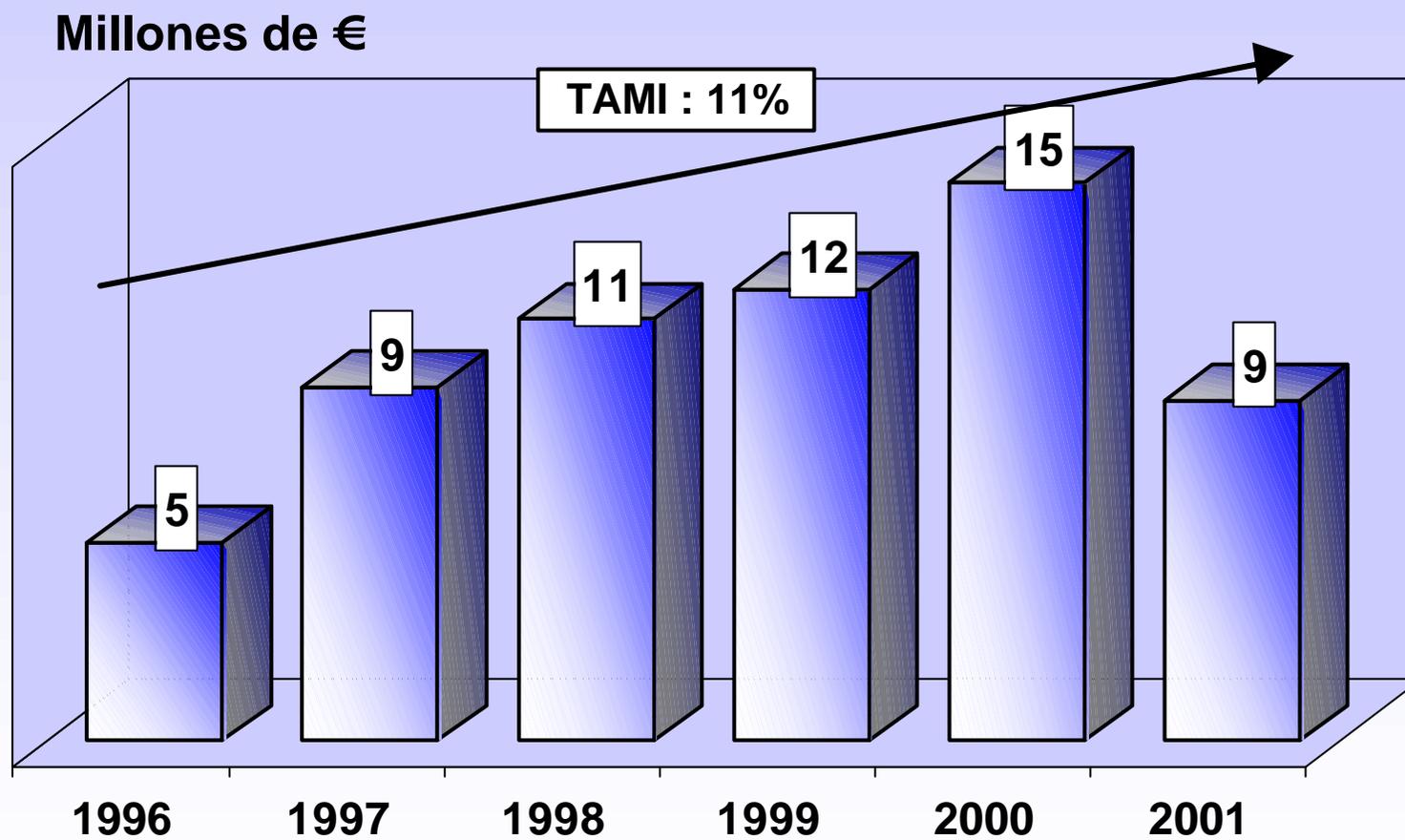


## Evolución de las Inversiones

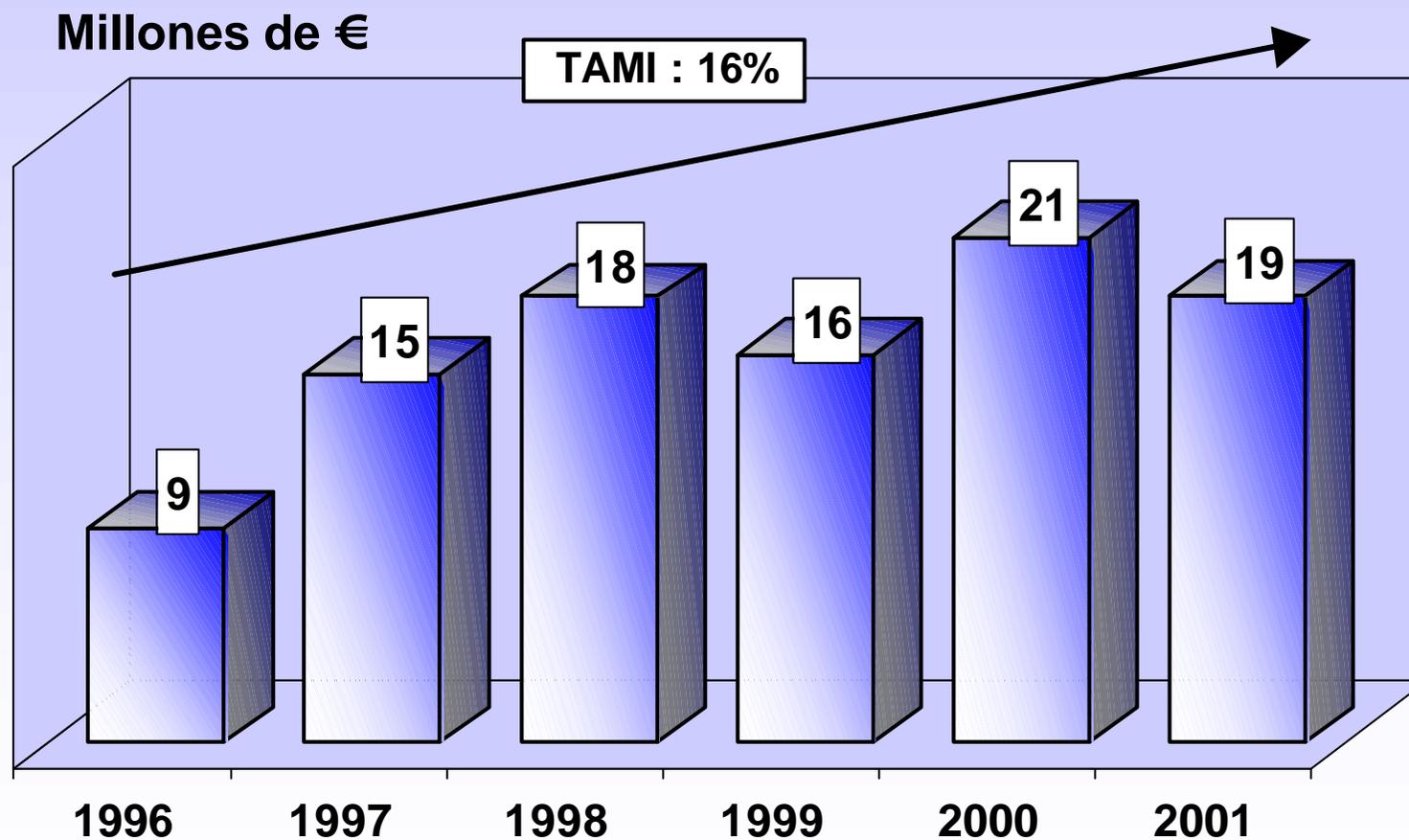
Millones de €



## Evolución Cash Flow

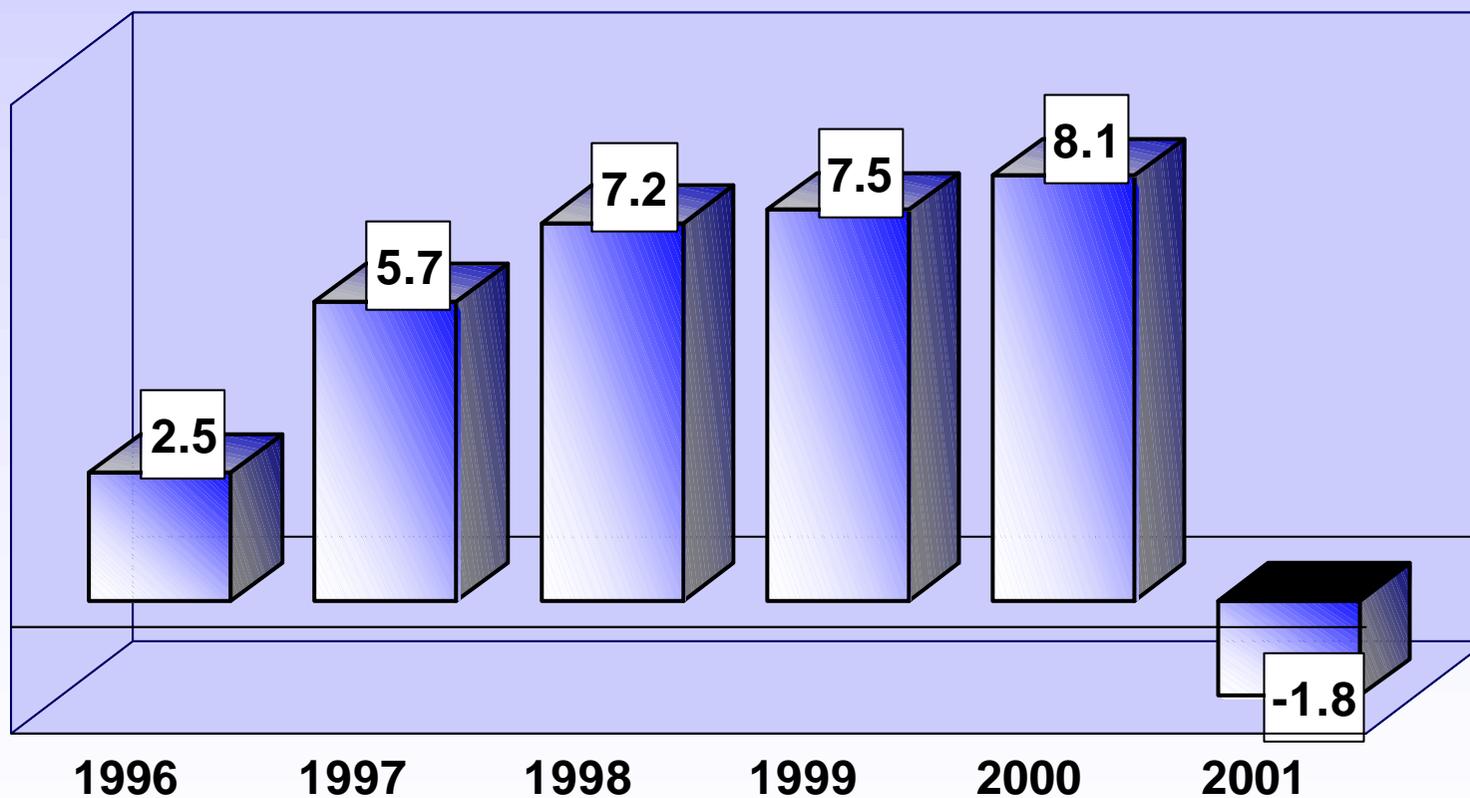


## Evolución del EBITDA



## Evolución Beneficio Neto

Millones de €



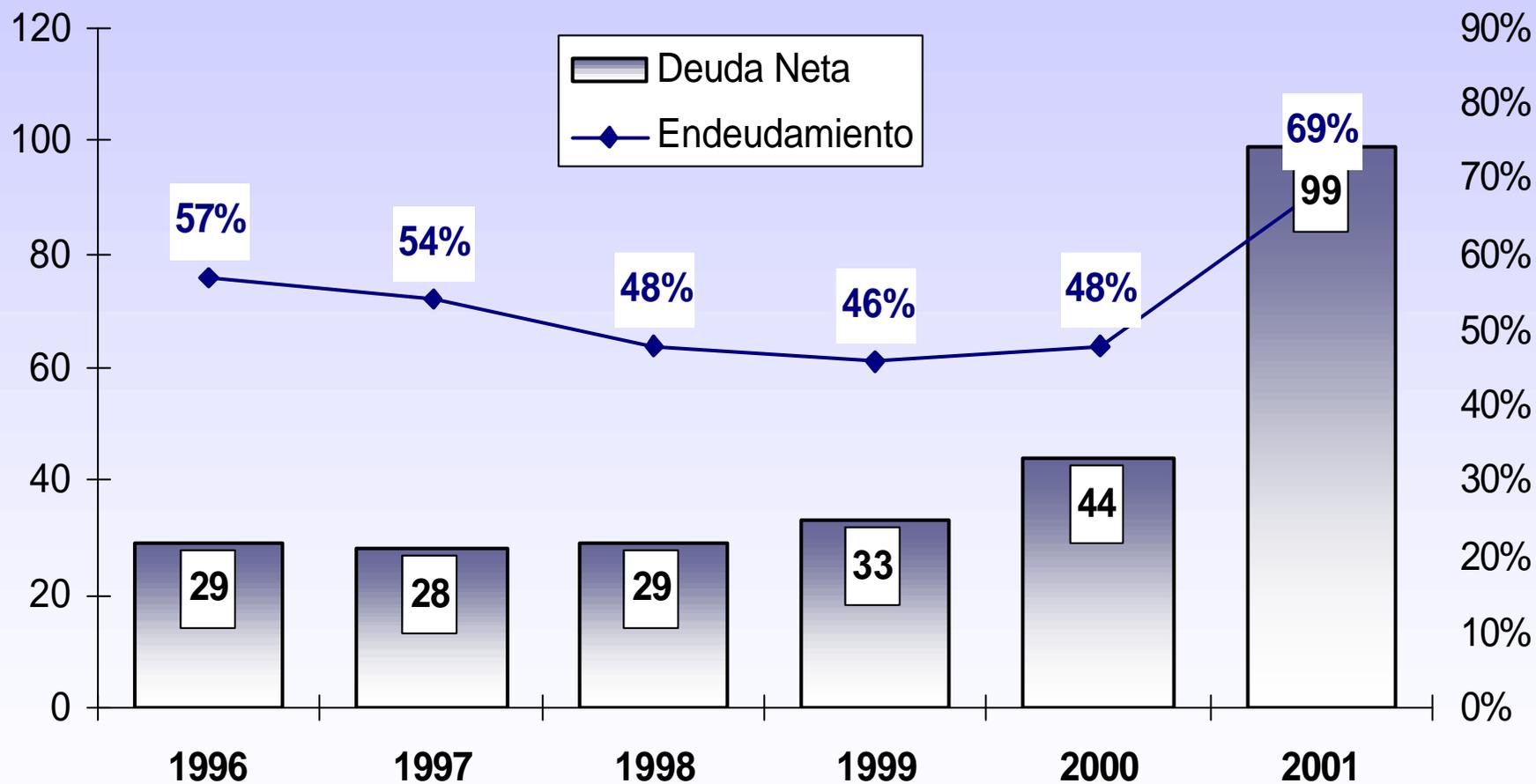


## RESUMEN del año 2001

- † **Dogi se convierte en el líder mundial del sector de tejido elástico**
- † **Metros Producidos: 32 millones de metros (45% superior a 2000)**
- † **Facturación: 205 mill € (53% superior al 2000)**
- † **Inversiones : 5.4% de las ventas**
- † **Ebitda : 19 mill €**
- † **Beneficio Neto: -1.8 mill € motivado por :**
  - **Situación económica desfavorable (revisiones del GDP mundial a la baja)**
  - **Recesión en el mercado mundial de tejido elástico**
  - **Performance del JV Mejicana**
  - **Deterioro del negocio Target debido a un proceso de adquisición prolongado (Courtaulds - Sara Lee - Dogi)**
  - **El proceso de integración más difícil y lento de lo previsto**

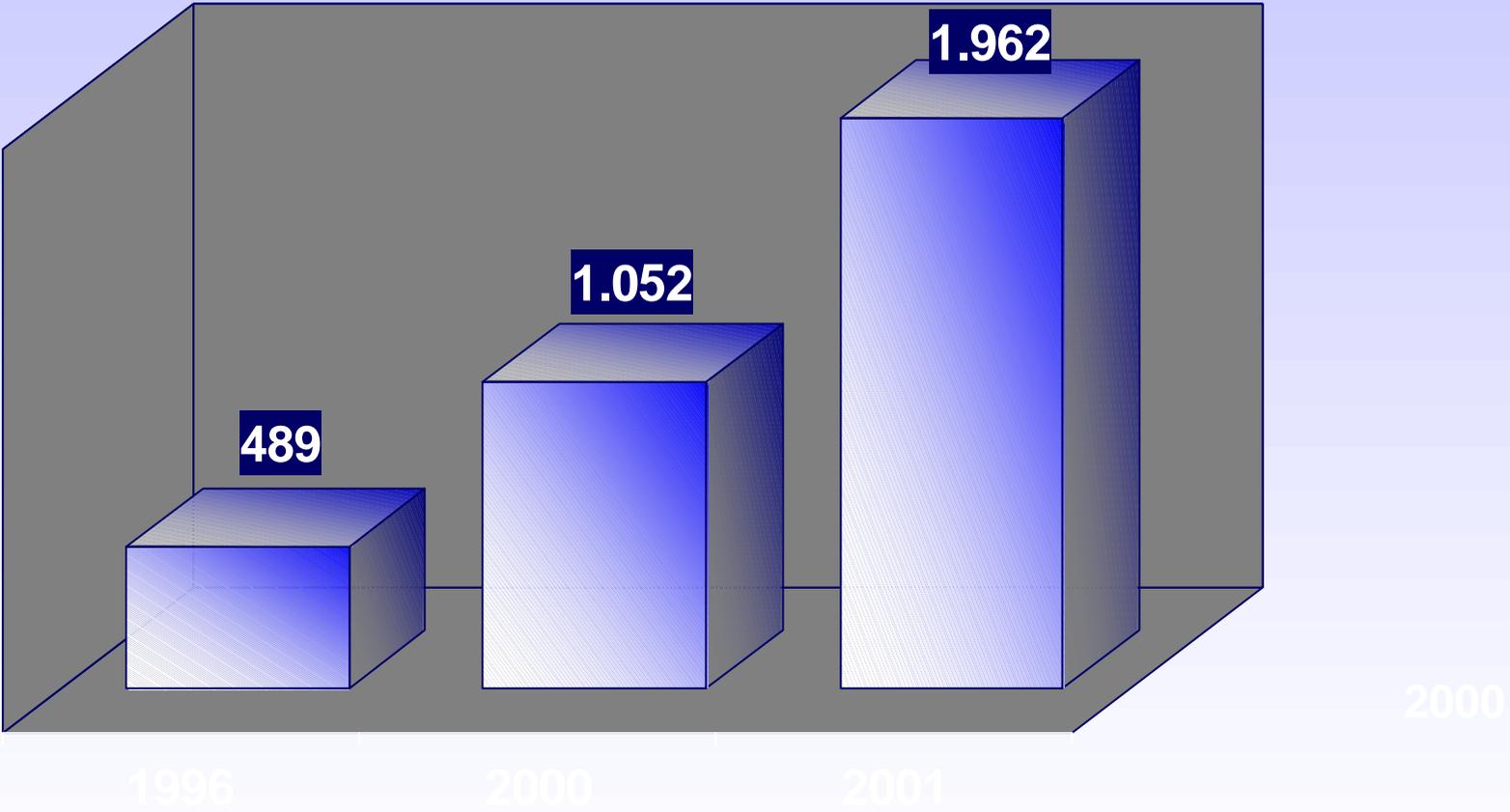


## Evolución Deuda Neta y del Ratio de Endeudamiento





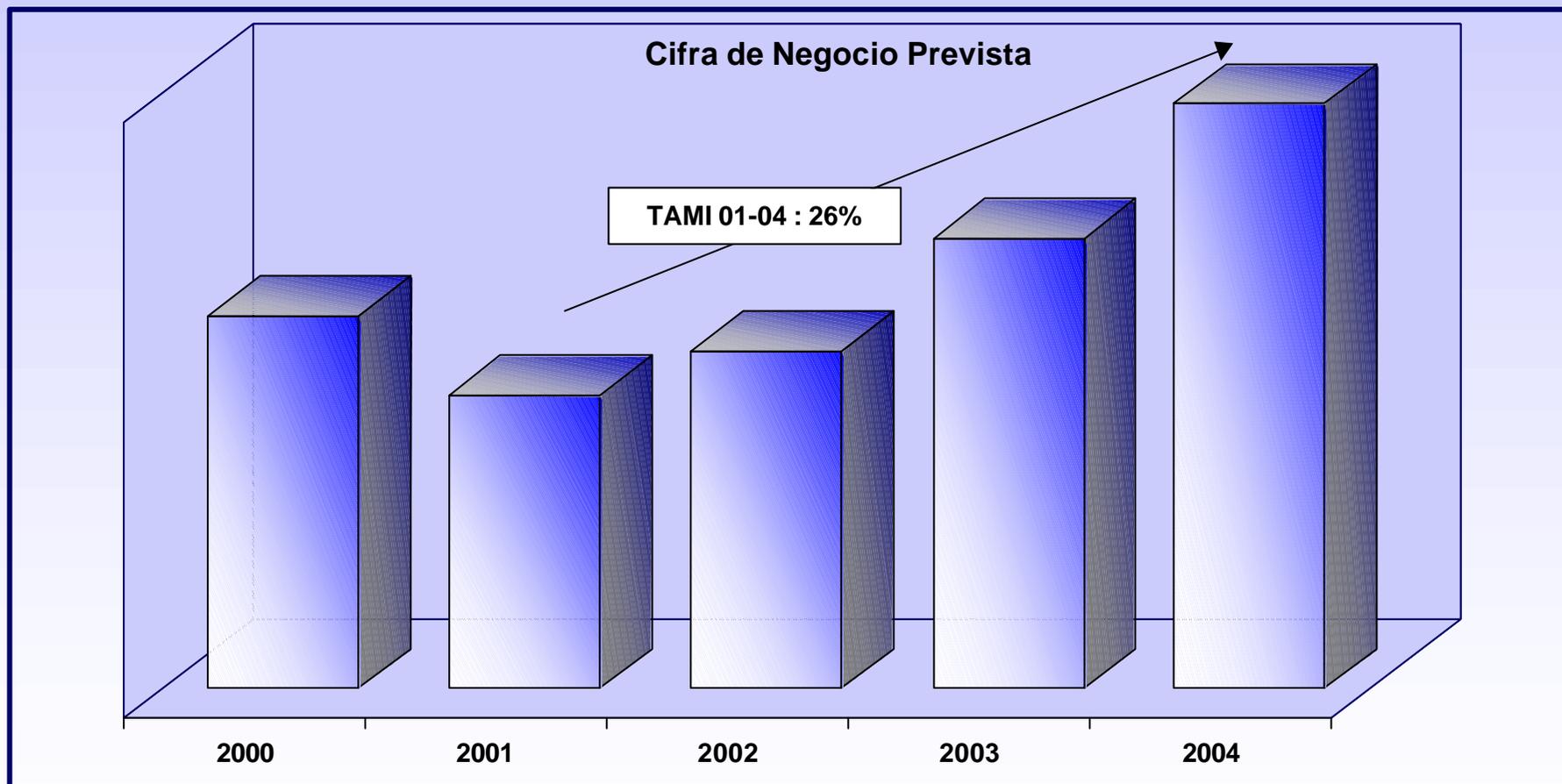
# Plantilla





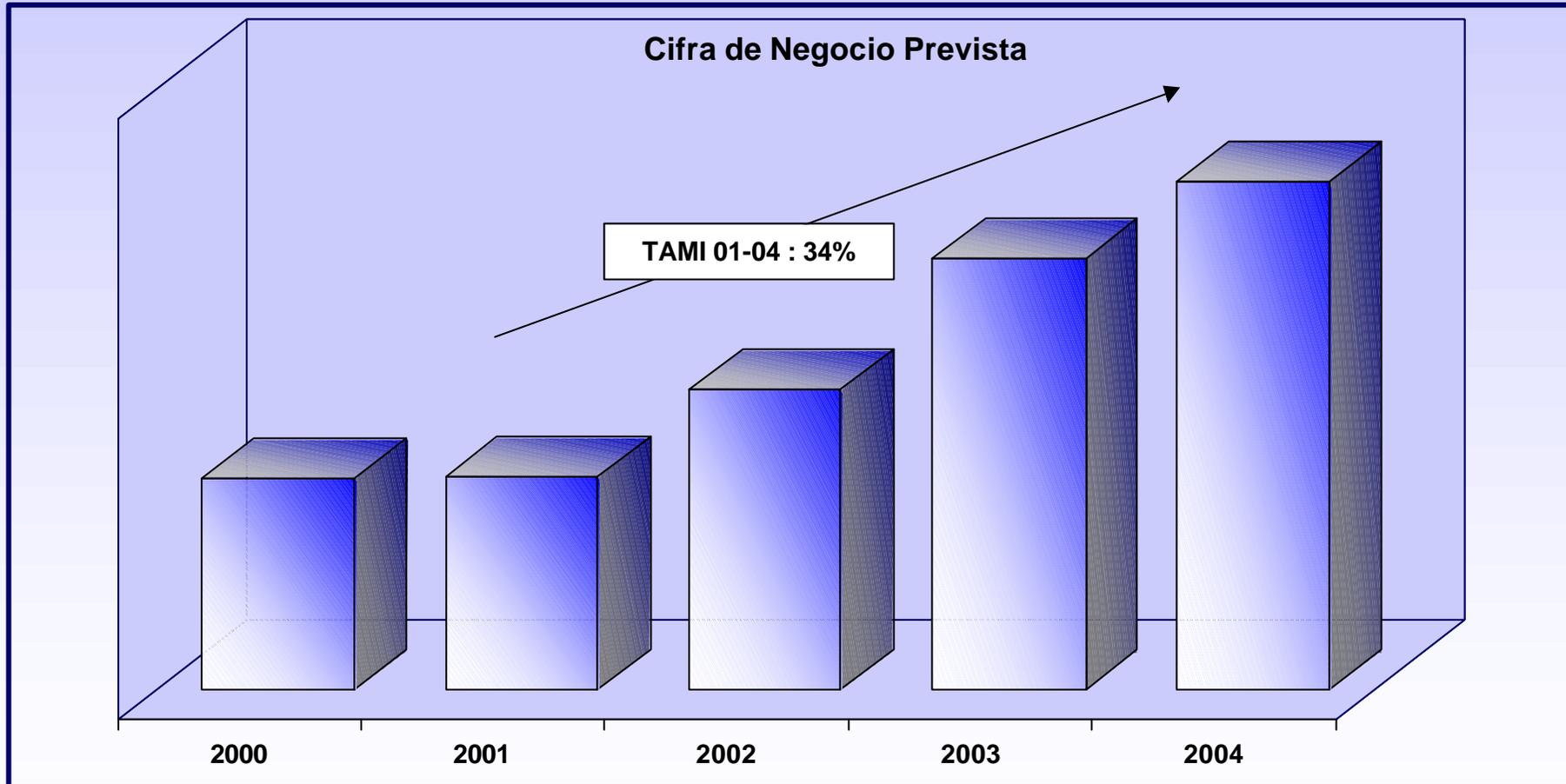
**LA COMPAÑÍA EN EL FUTURO**

## Evolución Operaciones Asia

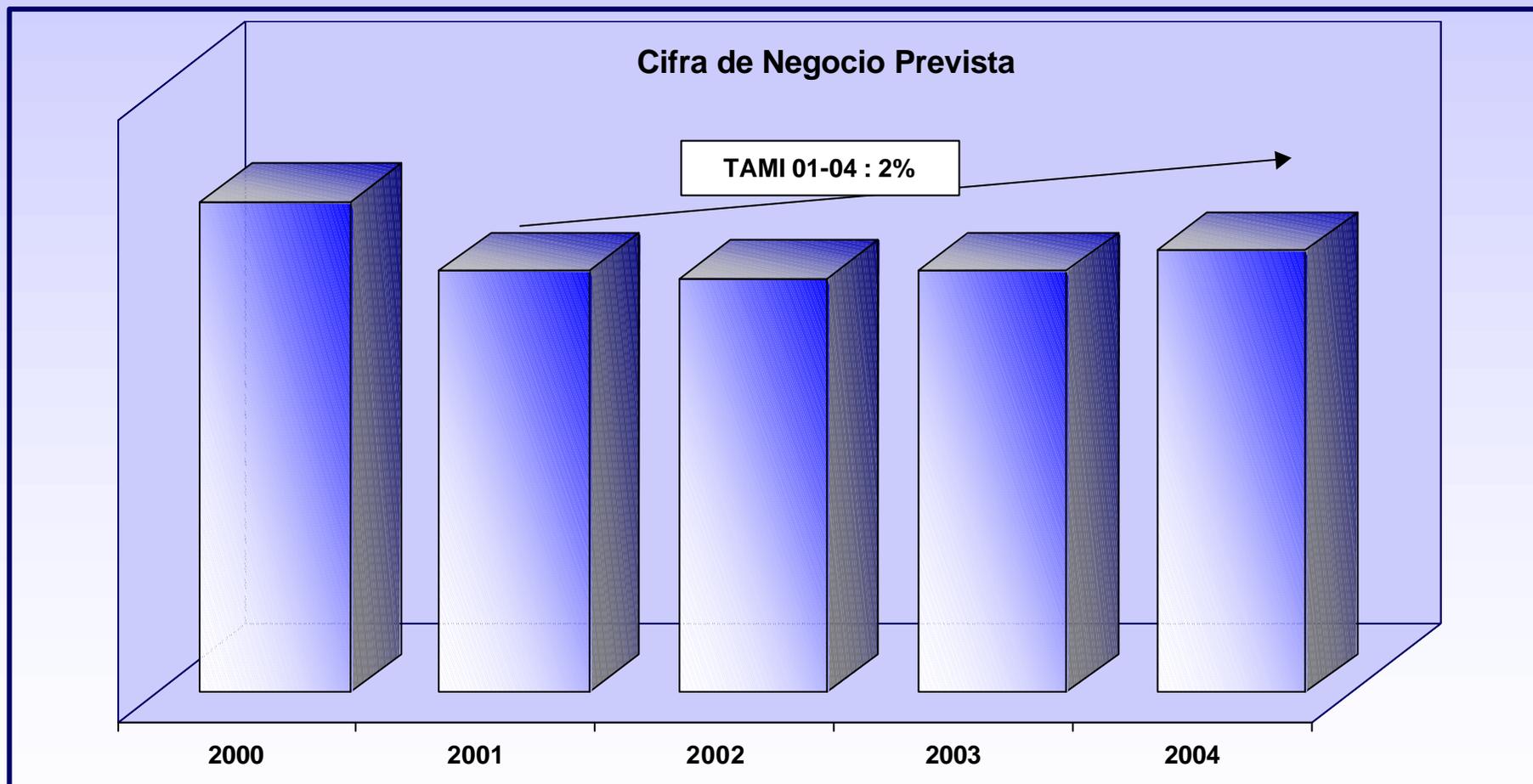




## Evolución Operaciones América

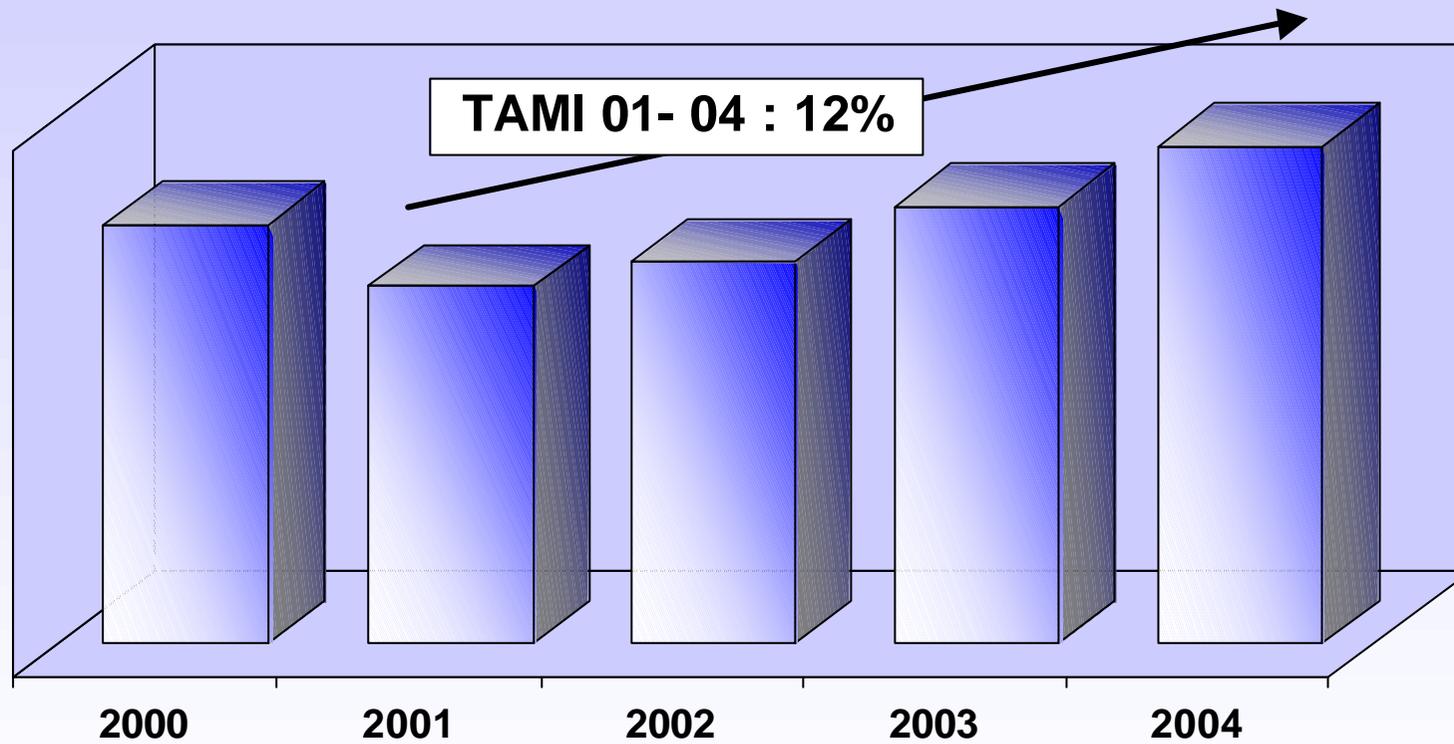


## Evolución Operaciones Europa





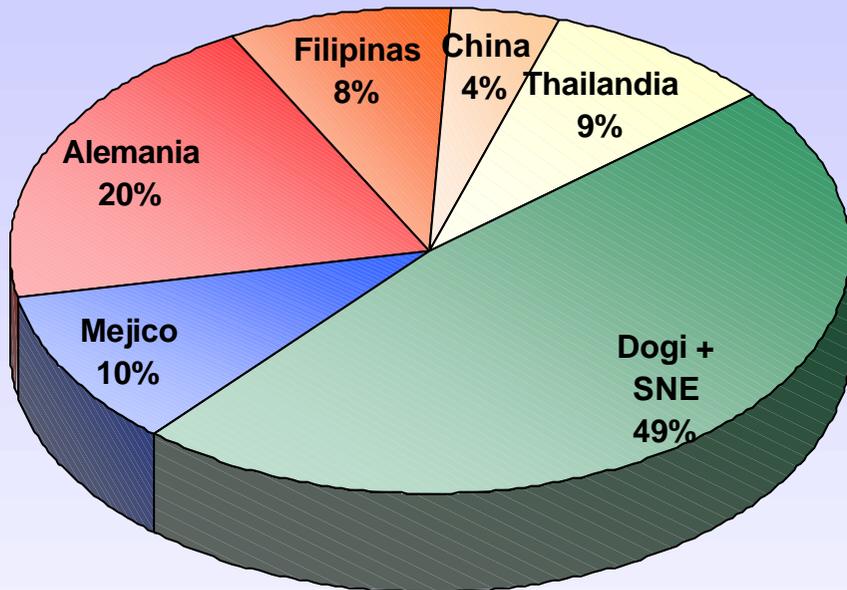
## Evolución Prevista de la Cifra de Negocio del Grupo



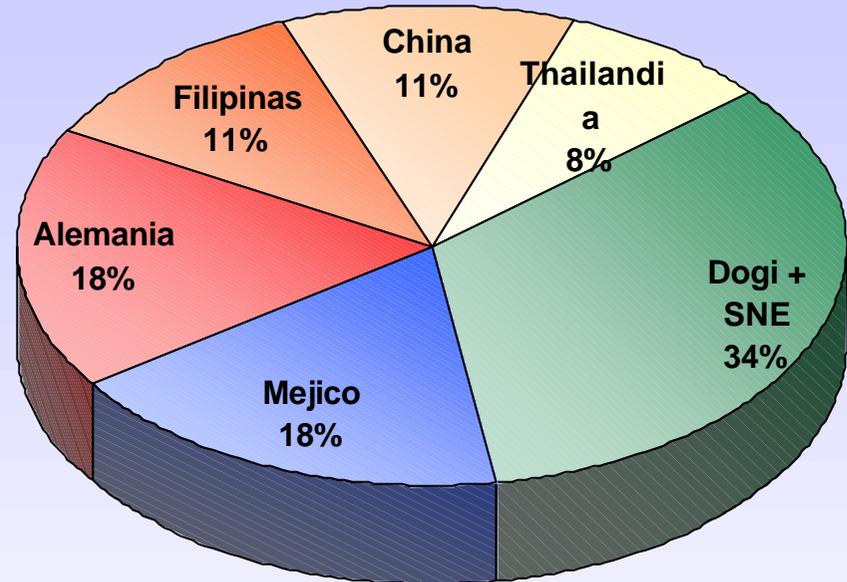
(1) Compañías Target Full Year 2000 /2001



# Evolución Prevista de la Cifra de Negocio del Grupo por Areas



2001



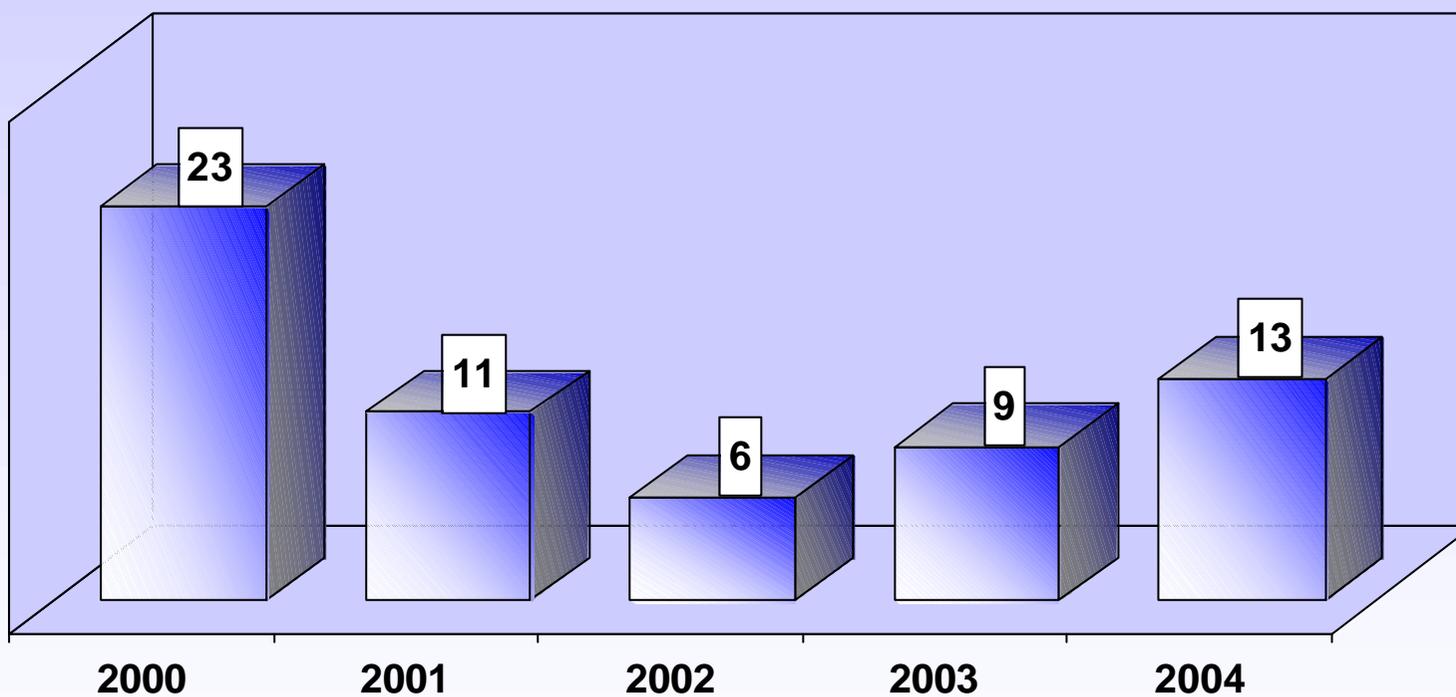
2004



(1) Compañías Target Full Year 2000 /2001

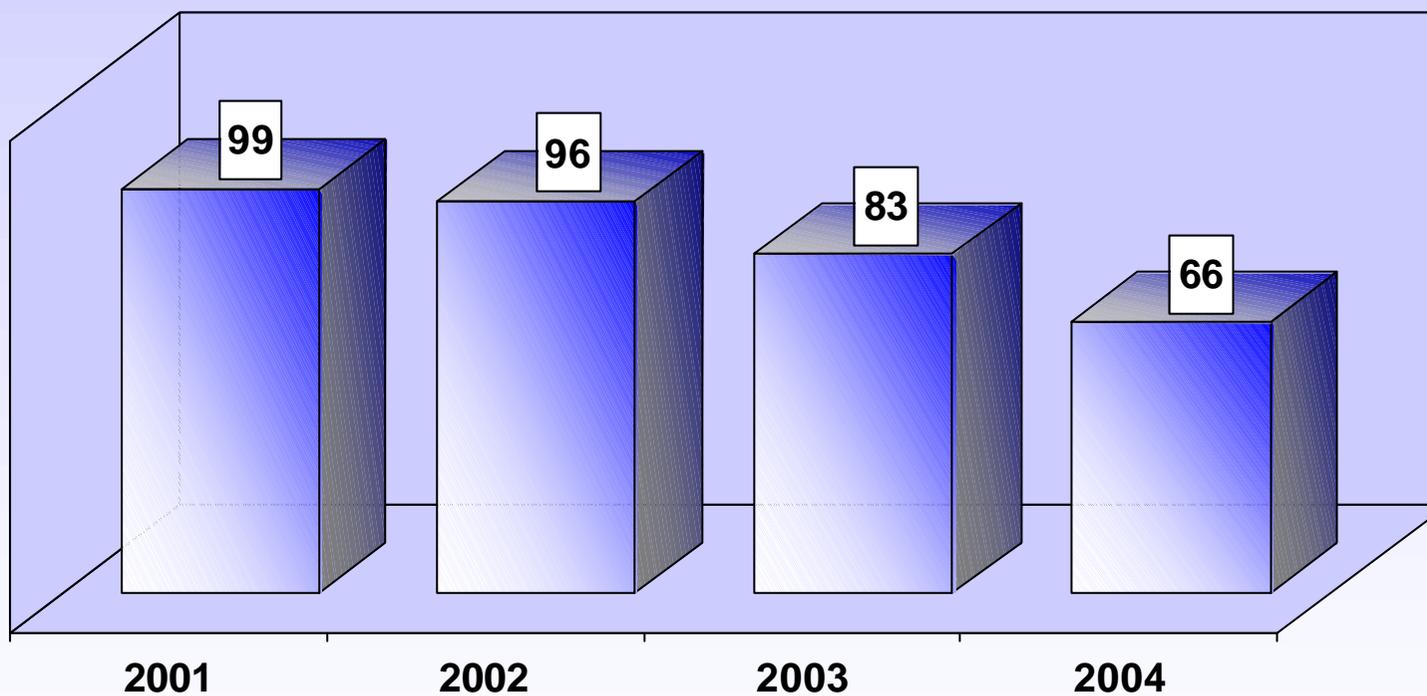
## Evolución Inversiones

Millones de €



## Evolución Deuda

Millones de €



(1) Compañías Target Full Year 2000 /2001

# **Junta General de Accionistas**

**El Masnou, 19 de Junio 2002**