



EL GRUPO SOS FACTURA 861,56 MILLONES DE € EN EL TERCER TRIMESTRE DEL EJERCICIO 2005, CON UNOS RESULTADOS NETOS DE 23,57 MILLONES DE €

Supone un incremento de la facturación del 17,32% respecto al tercer trimestre de 2004, y un crecimiento del 4,76% de su beneficio neto para ese mismo periodo

Madrid, 15 de noviembre de 2005. El Grupo SOS, líder marquista en los sectores de aceite, arroz y galletas, ha presentado ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) los resultados del tercer trimestre de su ejercicio fiscal 2005, conforme a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). En ellos se aprecia un incremento de las ventas del 17,32%, hasta alcanzar los 861,56 millones de €, y un crecimiento del beneficio después de impuestos del 4,76%, hasta superar los 23,57 millones de €. El EBITDA alcanza los 56,62 millones de €.

Los datos incluyen la incorporación al perímetro de consolidación de la filial italiana Minerva Oli, S.p.A., llevada a cabo el 1 de abril de 2005. A nivel operativo, destacar que se ha culminado la integración con dicha compañía, trasladando a todo el personal a la planta de Voghera, implementado el sistema SAP y unificando las redes comerciales en Estados Unidos con las de American Rice.

A nivel nacional, en lo que al aceite de oliva se refiere, el Grupo ha logrado un crecimiento de las cuotas de mercado de sus principales marcas. En concreto la marca “*Carbonell 0,4*” pasó de una cuota del 26,2% en junio al 31,6% en la última semana de septiembre (datos Nielsen). Este salto significa un crecimiento del 21%, distanciándose sustancialmente del siguiente competidor.

Es importante destacar este hecho ya que el Grupo SOS es un grupo marquista y la recuperación de las cuotas de mercado es un elemento vital para lograr la rentabilidad inherente al liderazgo que sus marcas detentan. Esta recuperación de cuota se ha logrado durante el trimestre y la compañía prevé que se mantenga en los próximos periodos que pueden, no obstante, ser de incertidumbre con respecto a los precios en origen.

Precisamente, durante el tercer trimestre el fuerte incremento del precio de la materia prima en este periodo ha erosionado el margen EBITDA, situándose finalmente dicho margen acumulado en el 5.51%. No obstante, el incremento de las importaciones, así como los diferentes canales de abastos que el Grupo está abriendo, junto con el aumento de las exportaciones, permiten afirmar a la compañía que la bajada en rentabilidad experimentada en este trimestre es puramente coyuntural.

Por lo que a arroz se refiere, el comportamiento global de éste área es positivo, manteniendo en el mercado nacional las cuotas y la rentabilidad conforme a los objetivos fijados a principios del ejercicio, y destacando las mejoras experimentadas en el exterior, tanto en Portugal, como en Estados Unidos.

El área de negocio de galletas continúa con la recuperación de volúmenes y márgenes iniciada en el trimestre anterior. En este aspecto está afectando muy positivamente la campaña publicitaria de OLEOSAN, muy bien aceptada por el consumidor final.

Por último, en el área de diversificación hay que destacar el incremento en cuanto a volúmenes en la línea de aceitunas, y en cuanto a márgenes en las actividades industriales del Grupo: harinas de girasol y ácidos grasos.