



## **EL GRUPO SOS CUETARA AUMENTA SU BENEFICIO DESPUÉS DE IMPUESTOS UN 60,4% Y SU EBITDA UN 5,9% EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL EJERCICIO 2005**

**La mejora de los márgenes del Grupo avala su modelo de gestión, alcanzando un EBITDA de 22,3 millones de € y un BDI de 10,5 millones de €**

**Madrid, 16 de mayo de 2005.** El Grupo SOS líder marquista en los sectores de aceites, arroz, y galletas, ha alcanzado durante el primer trimestre del ejercicio fiscal 2005, a nivel consolidado, un resultado después de impuestos que asciende a 10,5 millones de €, lo que supone un incremento del 60,4% sobre el periodo anterior reportado, y un 17,6% adaptando el periodo anterior a las normas NIIF; el EBITDA ha aumentado un 5,9%, alcanzando los 22,3 millones de €.

El Grupo SOS fundamenta el crecimiento de su rentabilidad en su sistema de gestión, capaz de lograr la mejora de sus márgenes a pesar de la bajada de facturación de un 9,6%, 232,9 millones de €, bajada que obedece circunstancias coyunturales ocurridas durante este primer trimestre en sus dos principales áreas de negocio: aceite y arroz.

Concretamente, el comportamiento de la división aceitera viene marcado por el fuerte incremento de los precios en origen que, durante el primer trimestre de 2005, subieron un 17,2%, una tendencia alcista que se viene registrando desde las últimas cinco campañas. Consecuencia de estas subidas, y en un contexto de especulación en el origen, el consumo nacional de aceite de oliva ha registrado durante el periodo analizado una bajada del 10,9% (datos ANIERAC)

El Grupo SOS no ha sido ajeno a esta coyuntura desfavorable, pero debido a su modelo de gestión y a la fortaleza de sus marcas, se ha conseguido incrementar la rentabilidad de la categoría, situando su EBITDA en más del 9%, a pesar de esta situación de caída de volúmenes que se cifra en el 12% en términos de cuota de mercado. Sin embargo el descenso de cuota de la marca Carbonell ha sido de tan sólo el 2,9%.

Por otra parte, el Grupo SOS dentro de su estrategia de internacionalización está obteniendo buenos resultados en el mercado exterior. Las exportaciones del Grupo SOS de aceite de oliva envasado y bajo marca ha crecido un 25% con respecto al mismo periodo del año anterior, frente a la bajada del sector del 3,23% (datos ASOLIVA). La incorporación de MINERVA OLI en el próximo trimestre, junto con la gestión unificada de las marcas líderes españolas e italianas y junto con la presencia del Grupo a través de ARI en EEUU, otorga una ventaja competitiva muy importante frente a la fuerte incertidumbre provocada por el sector productor de aceite de oliva español.

Respecto al área de negocio del arroz, también son causas coyunturales las que explican la bajada de las ventas de este primer trimestre, que sin embargo se recuperarán en el próximo. Se trata de una redefinición de los calendarios de entrega de embarques (envíos) a algunos mercados importantes de American Rice, que se llevarán a cabo al próximo trimestre. Por lo tanto habrá que contemplar un periodo de tiempo más largo para efectuar la correspondiente comparación. Esta bajada de ventas no obedece a la pérdida de ningún mercado, con la excepción de la aportación de las ventas de graneles, sin rentabilidad, que se venían realizando desde la planta de Maxwell, instalaciones sobre las que se ha alcanzado un acuerdo definitivo de venta.

Con respecto a las divisiones de galletas y diversificación, sus márgenes se han mejorado con respecto a los periodos precedentes, tanto por el lanzamiento de productos de alto valor añadido, como por la actividad de aceitunas que se ha visto reforzada de forma sensible tras la adquisición de ACYCO, teniendo un importante crecimiento de las exportaciones.