
**Grupo
SOS**

Líder en alimentación

Bolsa de Madrid, 28 de enero de 200

1 Comportamiento de los mercados

2 Resultados del Grupo SOS

3 Impulsores de valor

4 Estrategia del Grupo

5 Proyecciones 2003

1 Comportamiento de los mercados

2 Resultados del Grupo SOS

3 Impulsores de valor

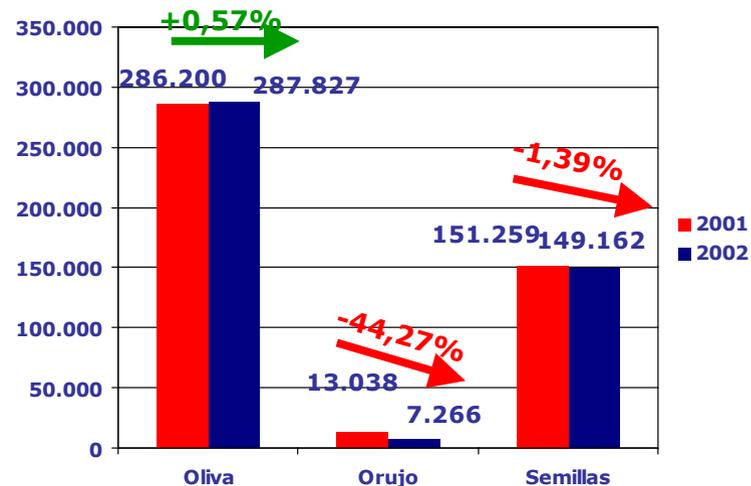
4 Estrategia del Grupo

5 Proyecciones 2003

1 Comportamiento de los mercados

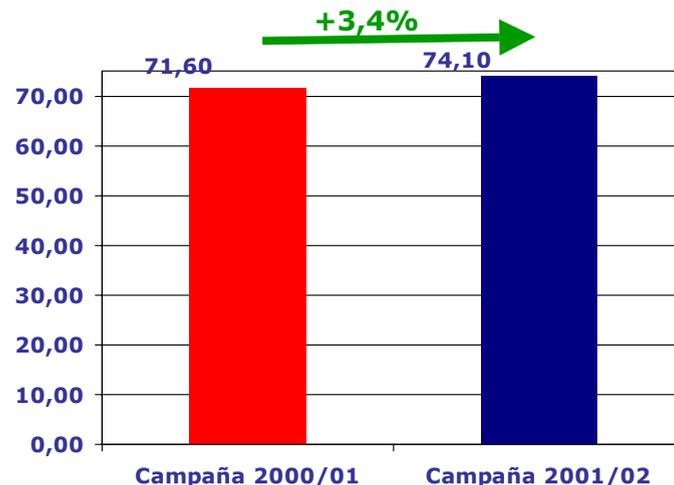
Mercado de Aceite

Mercado español de aceites envasados
(en miles de litros)



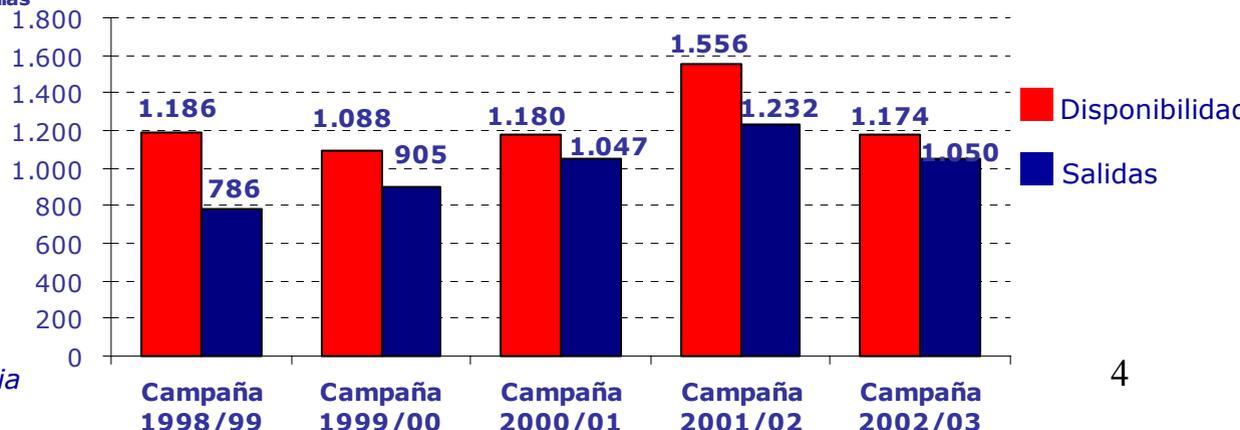
Fuente: Scantrack NIELSEN

Exportación española aceite de oliva envasado
(en miles de Tm)



Fuente: ASOLIVA

Balance Oleícola Español
(en miles Tm)



Fuente: MAPA, Elaboración propia

1 Comportamiento de los mercados

Mercado de Aceite

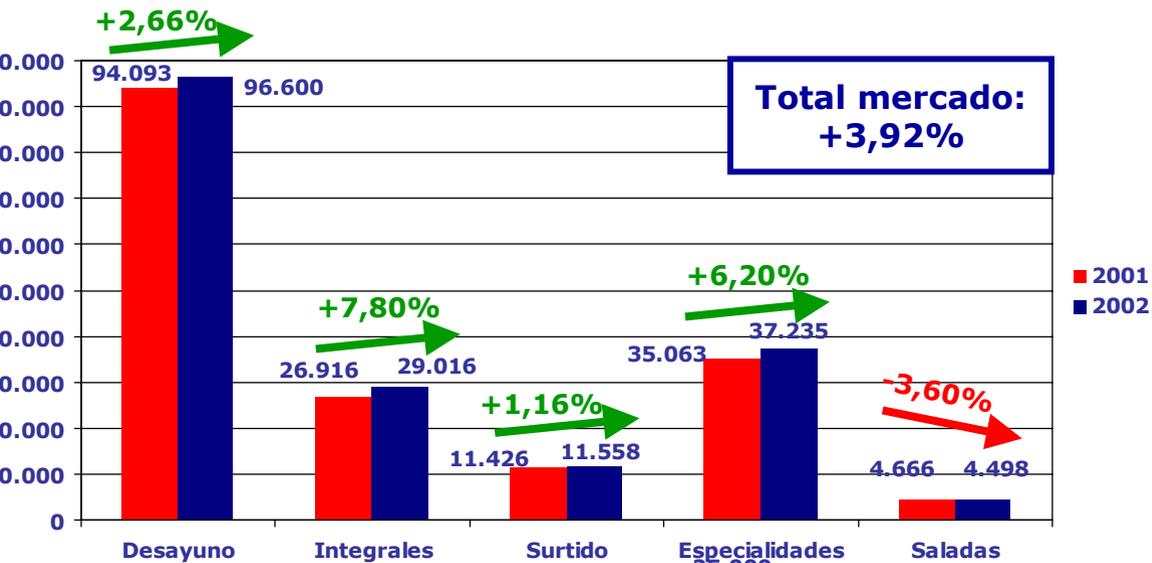
Puntos clave

ÁREA	ANÁLISIS	TENDENCIA
Aceite de Oliva Nacional	<ul style="list-style-type: none"> → Mercado maduro ↑ Segmentos mayor valor añadido (virgen extra) → Concentración sector envasador 	<ul style="list-style-type: none"> → Posibles tensiones de precio ↑ Marcas distribución ↑ Incremento consumo aceite oliva virgen extra → Entrada nuevos agentes
Aceite de Oliva Exportación	<ul style="list-style-type: none"> ↑ Graneles ↑ Envasado 	<ul style="list-style-type: none"> ↑ Consumo mundial aceite oliva ↑ Asociación aceite oliva=dieta mediterránea=salud
Aceite de Orujo de Oliva	<ul style="list-style-type: none"> → Lenta recuperación desde 2001 (crisis del orujo) 	<ul style="list-style-type: none"> → Volúmenes < anteriores a la crisis del orujo
Aceites de Semillas	<ul style="list-style-type: none"> → Mercado maduro ↑ ó ↓ en función precio y diferencial con oliva ↑ Precios → reducción diferencial con aceite oliva 	<ul style="list-style-type: none"> → Concentración: líder + marcas de distribución ↑ Diferencial de precios con aceite de oliva

1 Comportamiento de los mercados

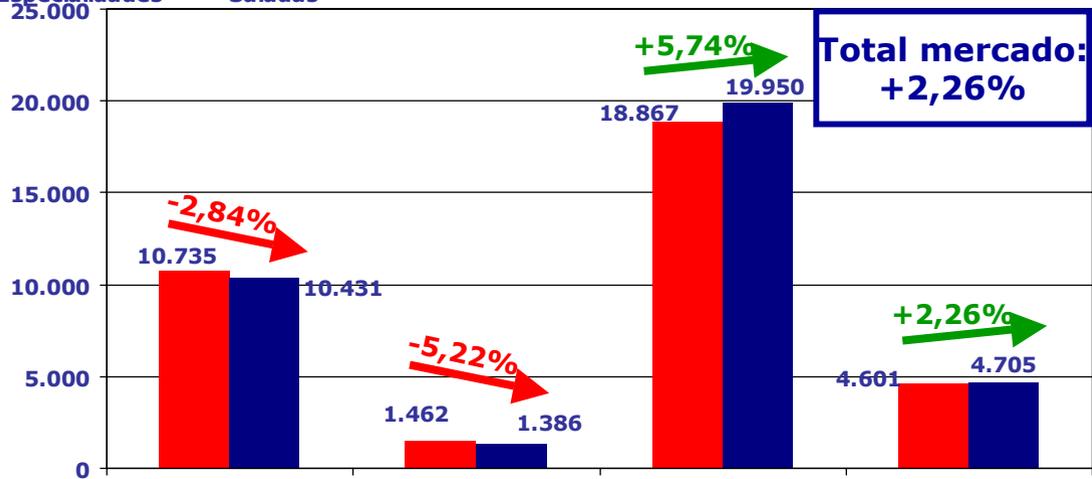
Mercado de Galletas

Mercado de galletas en España (en miles de Tm)



fuente: Infoscán IRI

Mercado de galletas en Portugal (en miles de Tm)



1 Comportamiento de los mercados

Mercado de Galletas

Puntos clave

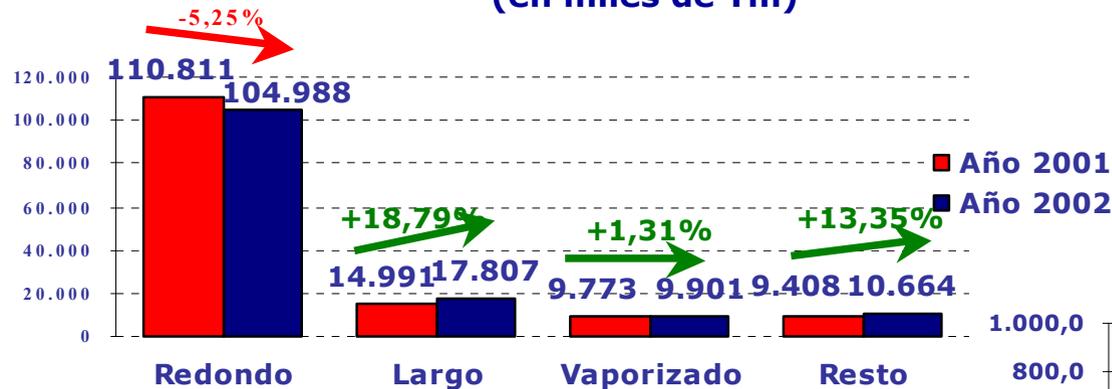
ÁREA	ANÁLISIS	TENDENCIA
Galletas España	<ul style="list-style-type: none"> ↑ Del mercado, salvo las galletas saladas ↑ Consumo productos alto valor añadido 	<ul style="list-style-type: none"> ↓ Galletas básicas de desayuno ↑ Especialidades mayor valor añadido → Desarrollo de nuevas categorías de productos (con cereales, funcionales,...)
Galletas Portugal	<ul style="list-style-type: none"> ↑ Mercado total ↑ Especialidades ↓ Variedades clásicas (desayuno y surtidos) 	<ul style="list-style-type: none"> ↑ Variedades mayor valor añadido ↓ Clásicas



1 Comportamiento de los mercados

Mercado de Arroz

Mercado de arroz en España
(en miles de Tm)

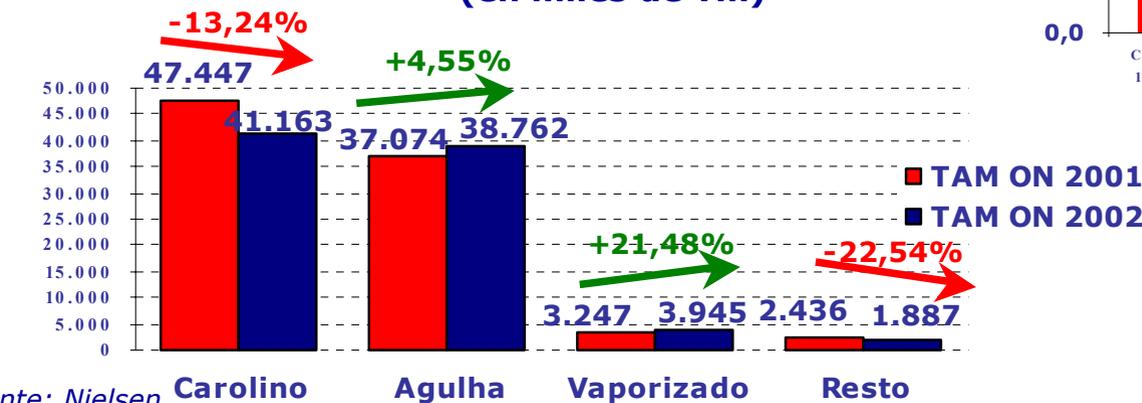


ente: Infoscán IRI

Producción española de arroz
(en miles de Tm)



Mercado de arroz en Portugal
(en miles de Tm)



ente: Nielsen

1 Comportamiento de los mercados

Mercado de Arroz

Puntos clave

ÁREA	ANÁLISIS	TENDENCIA
Arroz en España	<ul style="list-style-type: none"> → Mercado estable ↓ Descenso consumo arroz redondo ↑ Resto de segmentos, sobre todo arroz largo y especialidades (arroz preparados) 	<ul style="list-style-type: none"> ↑ Consumo arroces largo y preparados ↓ Consumo arroz redondo, por: <ul style="list-style-type: none"> - Menor tiempo para cocinar - Usos diferentes (ensaladas, guarniciones, etc) - Inmigración → Distintos hábitos, consumo de otras variedades → Posible aumento del consumo en conjunto
Arroz en Portugal	<ul style="list-style-type: none"> ↓ Consumo por caída ventas arroz carolino ↑ Consumo arroz agulha y vaporizado 	<ul style="list-style-type: none"> → El arroz agulha (largo) va a ser el de mayor consumo en Portugal a corto plazo
Arroz en México	<ul style="list-style-type: none"> → Mercado maduro y estable → Modernización de la distribución arroz 	<ul style="list-style-type: none"> → Progresiva desaparición ventas arroz a granel ↑ Distribución moderna

1 Comportamiento de los mercados

2 Resultados del Grupo SOS

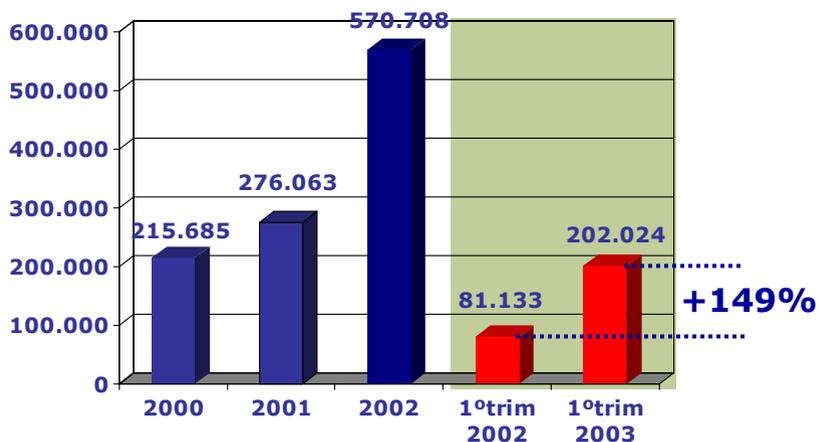
3 Impulsores de valor

4 Estrategia del Grupo

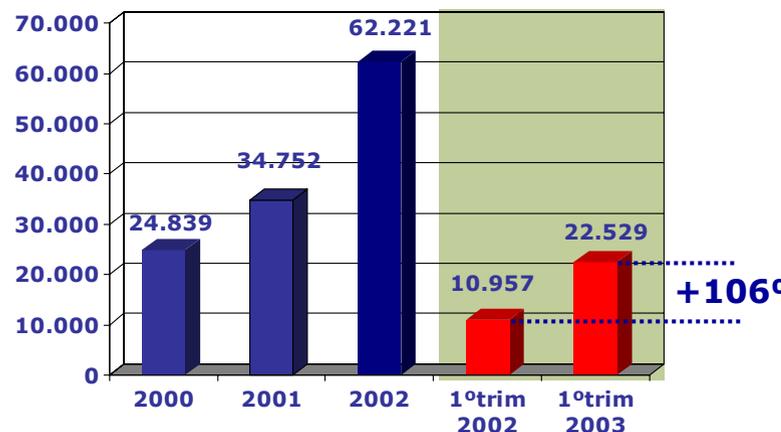
5 Proyecciones 2003

Resultados Grupo SOS (miles de euros)

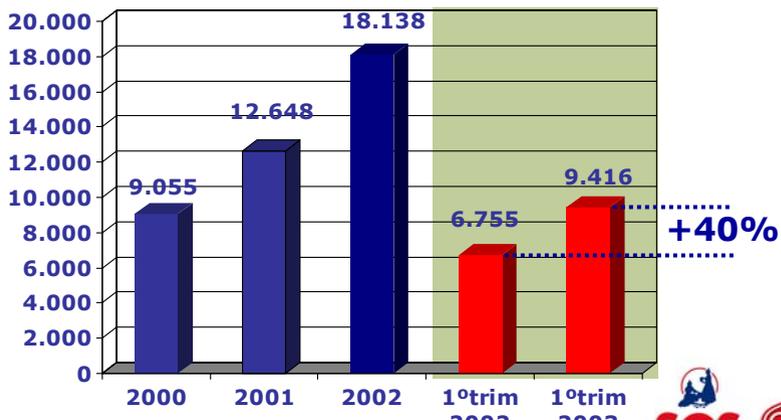
Facturación



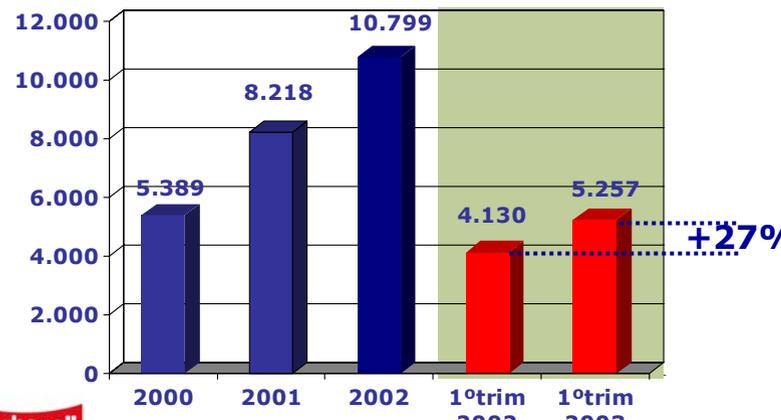
EBITDA



B.A.I.



B.D.I.

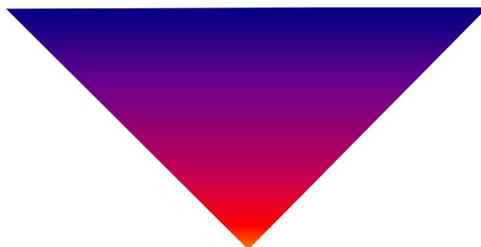


Principales ratios Grupo SOS – 1er Trimestre

	Grupo SOS		Aceite		Galletas		Arroz		Diversif.	
	Mil. €	%	Mil. €	%	Mil. €	%	Mil. €	%	Mil. €	%
Ventas	202.024	100	104.825	52	46.649	23	34.340	17	16.210	8
EBITDA	22.529	100	9.892	44	7.497	33	3.424	15	1.716	8
Ratio EBITDA/Ventas	11,15		9,44		16,07		9,97		10,59	

Efectos de la integración de KOIPE

- Mejora de los ingresos**
- Reducción de costes**
- Nueva estructura financiera**
- Mejora del resultado en Koipe +107%**



1 AÑO DESPUÉS DE LA FUSIÓN, EL EFECTO NO ES DILUTIVO

1 Comportamiento de los mercados

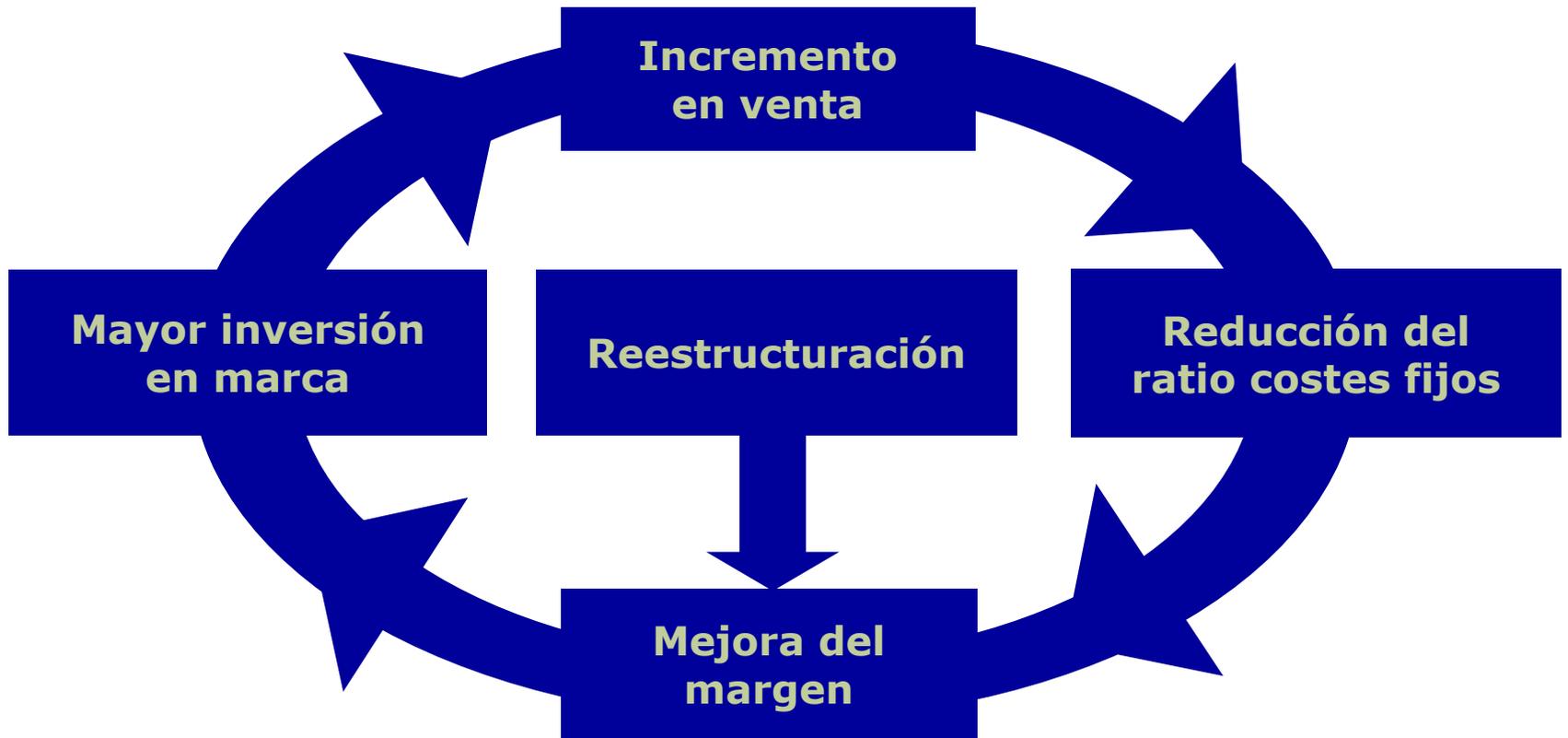
2 Resultados del Grupo SOS

3 Impulsores de valor

4 Estrategia del Grupo

5 Proyecciones 2003

Drivers para la mejora del margen



Reducción costes fijos

Coste de estructura/Ventas
(millones de euros)



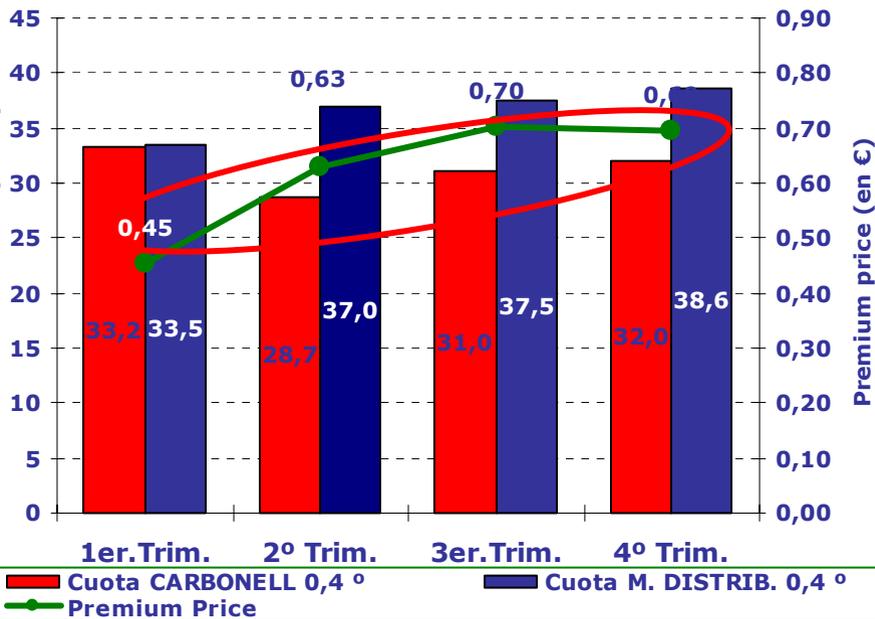
**GRAN CAPACIDAD
APALANCAMIENTO
OPERATIVO**



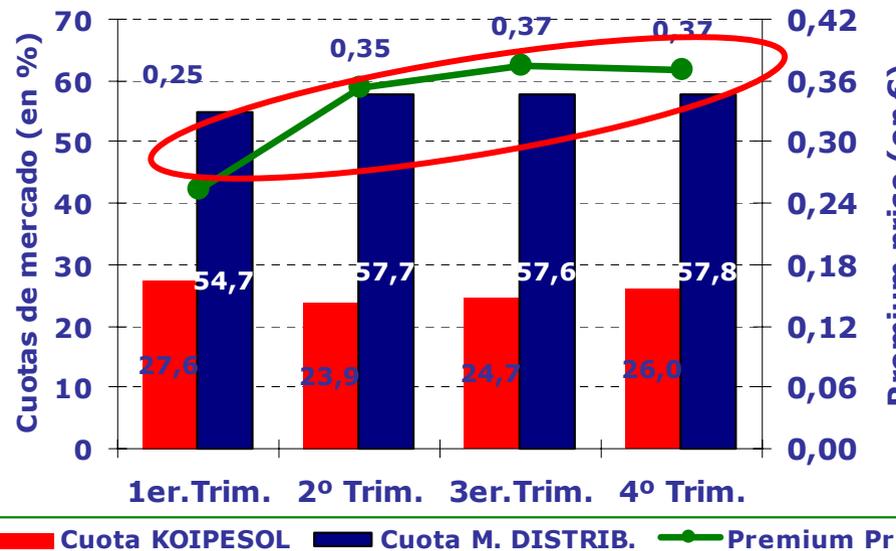
Mejorando los márgenes

Aceites

Evolución cuotas y diferencial PVP Carbonell 0,4º vs. M. Dist. 0,4º AÑO 2002



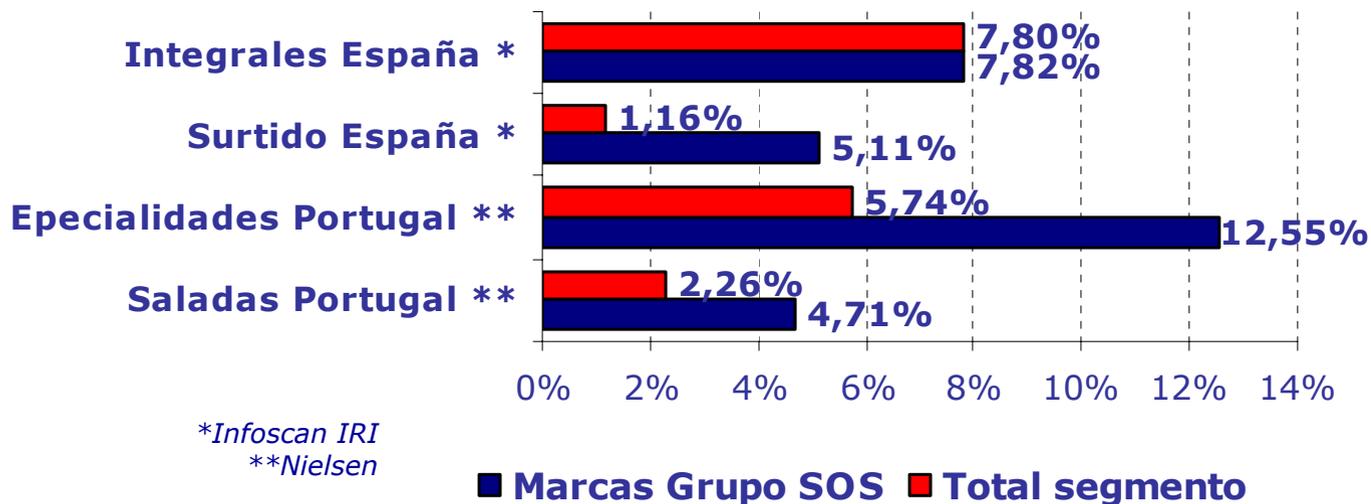
Evolución cuotas y diferencial PVP Koipesol vs. M. Dist. AÑO 2002



Mejorando los márgenes

Galletas

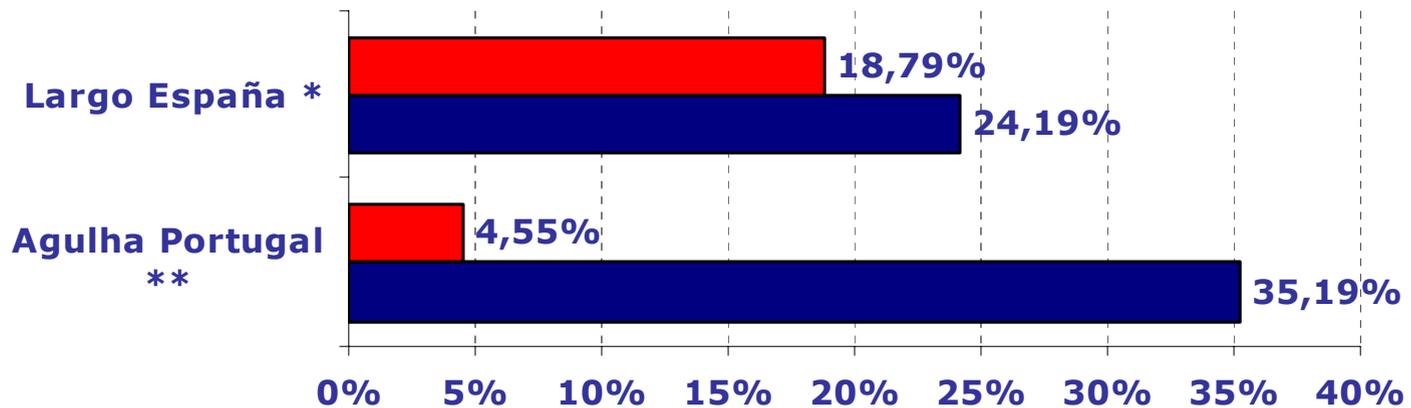
Evolución Mercado y Marcas Grupo SOS 2002 vs 2001



Mejorando los márgenes

Arroz

Evolución Mercado y Marcas Grupo SOS 2002 vs 2001



*Infoscan IRI

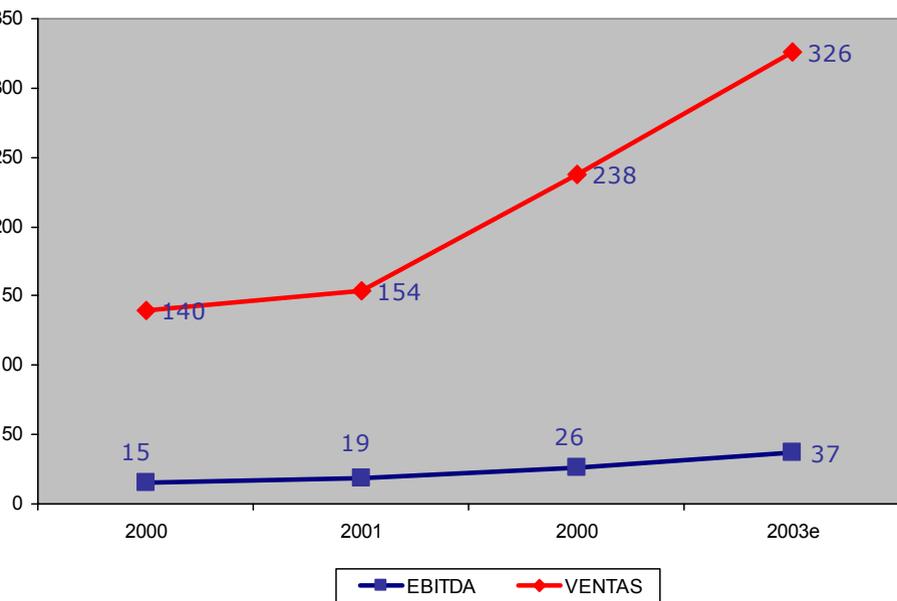
**Nielsen

■ Marcas Grupo SOS ■ Total segmento

Mejorando la estructura de costes

Productividad empleados

(miles de euros)

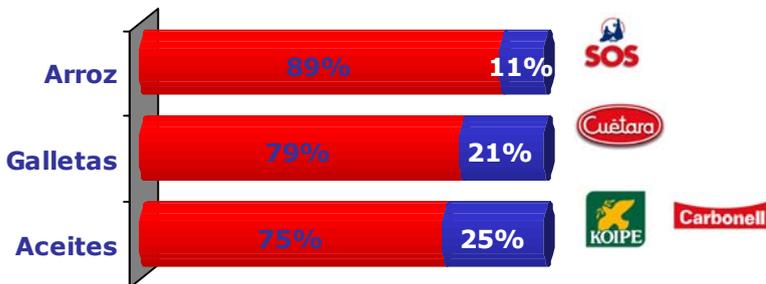


3 Impulsores de valor

Estrategia enfocada en crecimiento en marcas

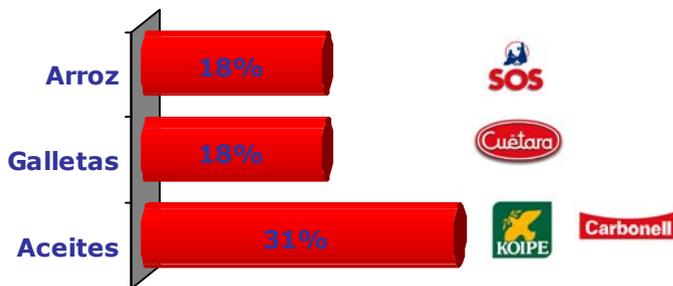
Concentración, marcas (% ventas con marca s/total ventas)

Enfocados en



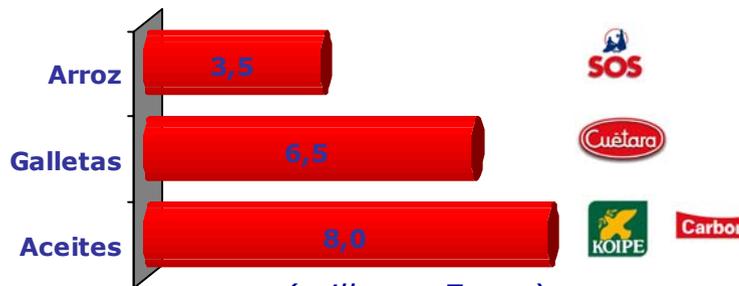
Cuota mercado marcas

Marcas Fuertes



Inversiones en publicidad

Y en Gestión de Activos



Incremento en ventas

Nacional

Desempeño nuevos productos

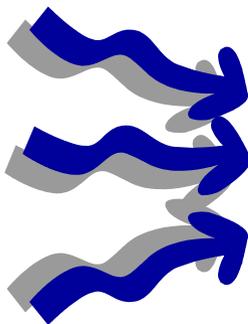
➤ FIBRA DUE

➤ NUEVO SURTIDO

➤ SABOR.ES

➤ GAMA FLAKES

➤ REGIUM



Exportación

➤ Nueva Red de Ventas

➤ Inversión en publicidad

➤ Acuerdos Estratégicos

NUEVA CATEGORÍA DE PRODUCTOS

PRESUPUESTO DE I+D+i SUPERIOR AL 1,6% DE LA FACTURACIÓN

1 Comportamiento de los mercados

2 Resultados del Grupo SOS

3 Impulsores de valor

4 Estrategia del Grupo

5 Proyecciones 2003

Modelo de Gestión

1.- Marcas Líderes

Factor de competitividad en mercados maduros.

2.- I + D + i

Desarrollo de nuevos productos y procesos industriales, así como desarrollo e innovación de los ya existentes

3.- Internacionalización

Presencia en más de 70 países. Vía para asegurar crecimientos a largo plazo, con marcas capaces de adaptarse a las especificidades de los diferentes mercados.

4.- Alianzas Estratégicas

Alianzas y adquisiciones en mercados estratégicos

5.- Modelo de Gestión

Modelo de gestión integral unificado para obtener un crecimiento rentable, basado en una exitosa política comercial, eficiencia en costes y el compromiso de nuestros trabajadores

1 Comportamiento de los mercados

2 Resultados del Grupo SOS

3 Impulsores de valor

4 Estrategia del Grupo

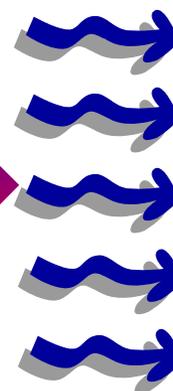
5 **Proyecciones 2003**

GRUPO SOS

(Millones de €)

	2003	%/V.	2002	%/V.
Ventas	789	100	575	100
Aprovisionamtos.	485	61,47	362	62,96
Gastos Personal	51	6,46	50	8,70
Otros gastos expl.	163	20,65	101	17,57
EBITDA	90	11,41	62	10,78
Amortizaciones y Provisiones	26	3,30	23	4,00
EBIT	64	8,11	39	6,78
Gastos Financieros	21	2,66	21	3,65
BAI	43	5,45	18	3,13
Impuestos	14	1,52	3	0,52
BENEFICIO NETO	29	3,93	15	2,61
Minoritarios	1	0,13	4	0,70
Bº NETO ATRIB.	28	3,80	11	1,91

Impulsores



- Recuperación de volúmenes
- Incremento de márgenes
- Eficiencia
- Gestión mix de ventas
- Apalancamiento operativo

AREA DE NEGOCIO: ACEITES

(Millones de €)

	2003	%/V.	2002	%/V.
Ventas	454	100	276	100
Aprovisionamtos.	292	64,32	192	69,57
Gastos Personal	18	3,96	18	6,52
Otros gastos expl.	97	21,37	44	15,94
EBITDA	47	10,35	22	7,97
Amortizaciones y Provisiones	12	2,64	8	2,90
EBIT	35	7,71	14	5,07

Impulsores



Recuperación de volúmenes



Política de precios estable



Liderazgo de marca



Gestión de Categoría



Impulso exportación aceite envasado

AREA DE NEGOCIO: GALLETAS

(Millones de €)

	2003	%/V.	2002	%/V.
Ventas	145	100	130	100
Aprovisionamtos.	67	46,21	60	46,15
Gastos Personal	18	12,41	17	13,08
Otros gastos expl.	36	24,83	30	23,08
EBITDA	24	16,55	23	17,69
Amortizaciones y Provisiones	9	6,21	9	6,92
EBIT	15	10,34	14	10,77

Impulsores

-  **Gestión mix de productos**
-  **Renovación Surtido**
-  **Nuevos productos**
-  **Gestión de la Categoría**
-  **Economías de Escala**

AREA DE NEGOCIO: ARROZ

(Millones de €)

	2003	%/V.	2002	%/V.
Ventas	130	100	122	100
Aprovisionamtos.	84	64,62	78	63,93
Gastos Personal	10	7,69	9	7,38
Otros gastos expl.	23	17,69	22	18,03
EBITDA	13	10,00	13	10,66
Amortizaciones y Provisiones	4	3,08	4	3,28
EBIT	9	6,92	9	7,38

Impulsores



Incremento segmento arroz largo



Arroces cocinados



Exportación

AREA DE NEGOCIO: DIVERSIFICACIÓN

(Millones de €)

	2003	%/V.	2002	%/V.
Ventas	61	100	47	100
Aprovisionamtos.	42	68,85	31	65,96
Gastos Personal	5	8,20	5	10,64
Otros gastos expl.	7	11,48	6	12,77
EBITDA	7	11,48	5	10,64
Amortizaciones y Provisiones	2	3,28	2	4,26
EBIT	5	8,20	3	6,38

Impulsores



Línea caramelos CHUPA

Impulso aceitunas, vinagre y salsas

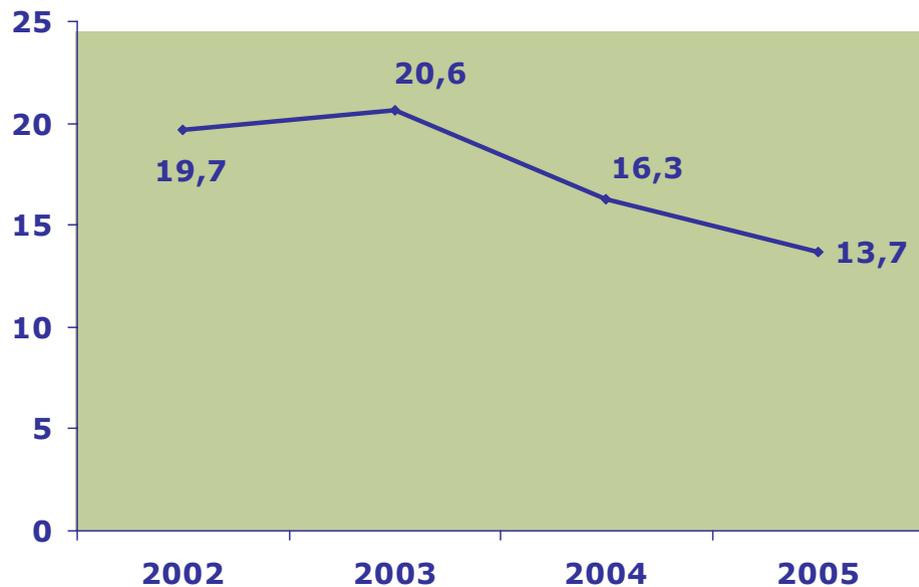
MEJORA DE LA ESTRUCTURA

Reestructuración de la deuda

 Crédito puente € 348 reemplazado

 Nuevo crédito sindicado € 196 millones

Evolución estimada de la carga financiera (en millones de euros)



FUSIÓN CON KOIPE

MÉTODOS DE VALORACIÓN:

- ✓ Descuento de flujos de caja
- ✓ Evolución de la cotización bursátil
- ✓ Múltiplos de empresas cotizadas

VALORACIÓN OTORGADA:

- ✓ Sos Cuétara, S.A.: 261.836.393 Euros
- ✓ Koipe, S.A.: 421.194.215 Euros

	SOS CUÉTARA	KOIPE
ACCIONES PREEXISTENTES	16.515.834	12.959.822
VALOR UNITARIO	15,85 €/acción	32,50 €/acción

ECUACIÓN DE CANJE

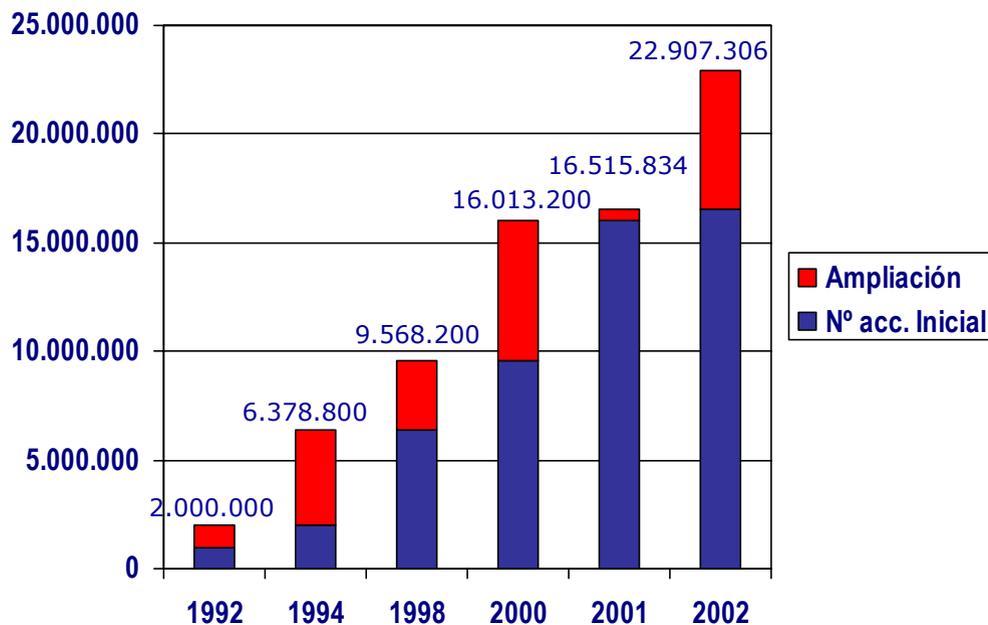
41 acciones de Sos Cuétara, S.A., de 6,01 € de valor nominal cada una, por cada 20 acciones de Koipe, S.A., de 3 € de valor nominal cada una.

FUSIÓN CON KOIPE

EVOLUCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL

	Acciones	Precio unitario	Capital Social
Capital a 31.08.2002	16.515.834	6,01 €	99.260.162,34 €
Emisión por fusión	6.391.472	6,01 €	38.412.746,72 €
Capital post-fusión	22.907.306	6,01 €	137.672.909,06 €

Evolución N° acciones capital social

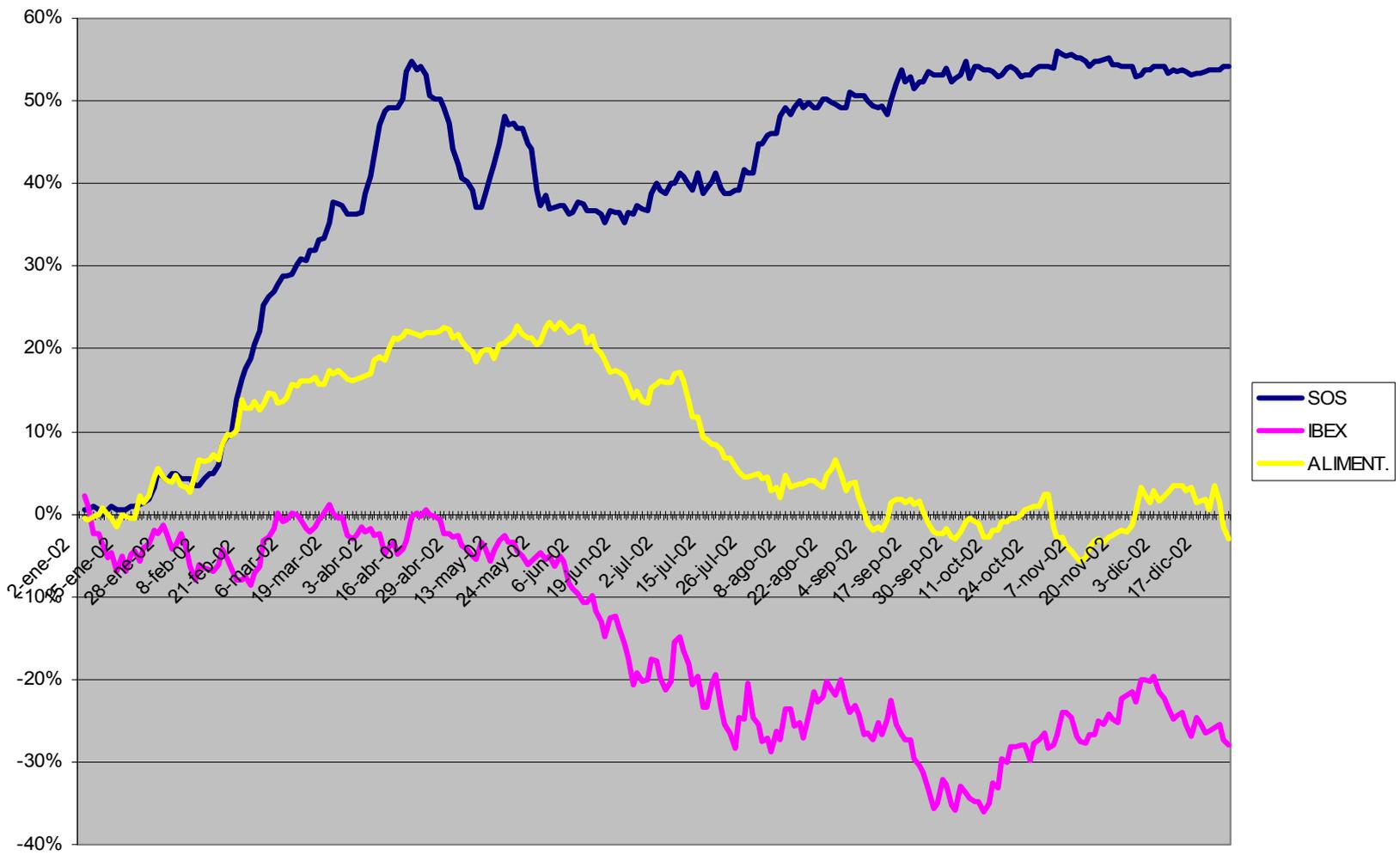


GRUPO SOS. RATIOS OPERATIVOS

	2000	2001	2002	2003e*
EBITDA/VENTAS	10,9	12,4	10,9	11,4
BPA (€)	0,34	0,50	0,65	1,24
PER	29,8	20,2	23,7	12,5
ROE	8,0	6,1	7,7	10,4
ROCE	7,1	10,5	7,2	13,8
PEG	0,76	0,32	0,39	0,44
Endeudamiento	2,61	0,90	1,54	1,01

* Nº Acciones: 22.907.306
 Precio por acción: 15,5 €

Comportamiento bursátil



Grupo **SOS**

Líder en alimentación

