



## Ampliación de Capital

Presentación Bolsa de Madrid

13 de junio 2005



## DISCLAIMER

Esta presentación ha sido preparada por SOS Cuétara SA (en adelante " Grupo SOS" , "SOS" o "La Compañía"). La información recogida en esta presentación no ha sido verificada independientemente y está, en todo caso, sujeta a cambios y modificaciones.

Con fecha 10 de junio de 2005 ha sido verificado y registrado en los registros de la CNMV un folleto informativo relativo a la ampliación de capital (en adelante, el "Folleto"), en cuya sede puede ser consultado. Asimismo, y de forma gratuita, existen ejemplares del Folleto y del Tríptico a disposición del público y de las Entidades Participantes en IBERCLEAR en el domicilio de las Sociedades Rectoras de las Bolsas de Valores de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, en el domicilio social de la Entidad Agente, Ahorro Corporación Financiera, S.V., S.A., y en el domicilio social de SOS CUÉTARA, S.A., sito en Madrid, Paseo de la Castellana, número 51.

Ni SOS ni ninguna de sus filiales o asesores serán responsables de la exactitud de la información o afirmaciones recogidas en esta presentación y en ningún caso su contenido constituirá ningún tipo de garantía explícita o implícita por parte de SOS. Asimismo, ni SOS ni ninguna de sus filiales o asesores serán responsables (salvo negligencia) de cualquier pérdida o daño que pudiera derivarse del uso de esta presentación o su contenido. Esta presentación no podrá ser copiada o distribuida a terceras personas o entidades.

Cualquier decisión sobre la presente ampliación de capital de SOS deberá realizarse únicamente en base al análisis de la información contenida en el Folleto Informativo registrado pertinentemente en la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

Las acciones objeto de la presente emisión no han sido, y no serán registradas bajo la *United States Securities Act, 1933*. El presente documento no constituye una oferta de acciones en EEUU.

# Índice

---

- ❑ **Introducción**
- ❑ Evolución de los negocios
- ❑ Impactos de las NIIF
- ❑ Ampliación de Capital
- ❑ Conclusión

## Introducción

---

- ❑ El motivo de la presentación es explicar la ampliación de capital que por importe de 155 millones de Euros está llevando a cabo el Grupo Sos.
- ❑ Uno de los principales destinos de la ampliación de capital es la financiación de la adquisición de la compañía italiana Minerva Oli, S.p.a.
- ❑ La adquisición de Minerva Oli, S.p.a. se enmarca dentro de la estrategia de internacionalización de Grupo Sos, uno de los pilares básicos de su modelo de gestión.

# Índice

---

- ❑ Introducción
- ❑ Evolución de los negocios
- ❑ Impactos de las NIIF
- ❑ Ampliación de Capital
- ❑ Conclusión

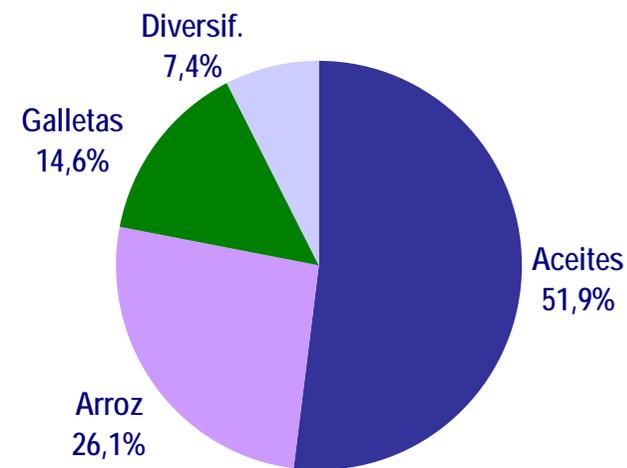
El Grupo SOS es la 2ª Compañía española de alimentación en volumen, y la primera en términos de cuotas de sus marcas

Millones de euros

	2004
✓ Facturación:	1.025
✓ EBITDA:	79
✓ EBIT:	36
✓ Beneficio neto:	28
✓ Cash flow operativo:	73
✓ BPA:	€ 0,96
✓ Valor Mercado (FF PP):	940*
✓ Deuda financiera neta:	262
✓ Empleados:	2.422 personas

\* Precio por acción € 32.83 (30 de diciembre de 2004)

**VENTAS POR ACTIVIDADES**  
En % sobre total Grupo SOS

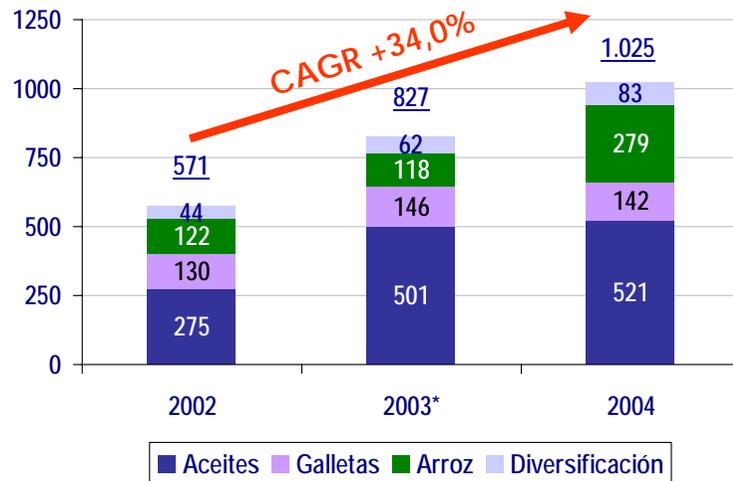


## Grupo SOS ha sido fiel a una estrategia definida al principio del proyecto

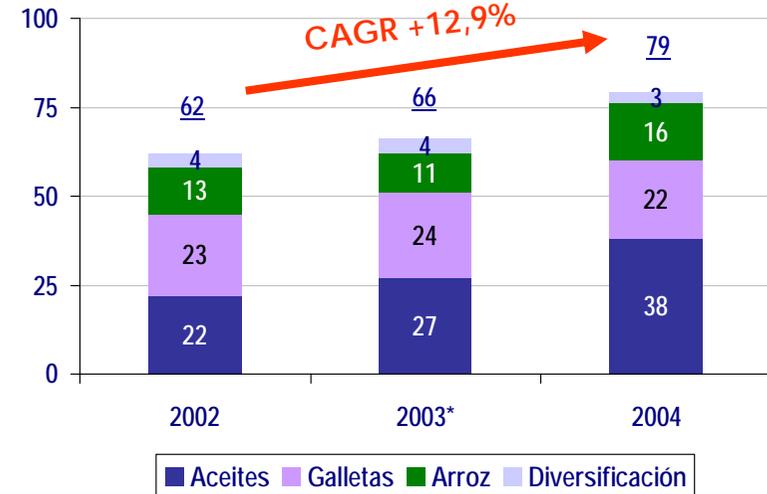
✓ <u>Estrategia</u>	✓ <u>Clave</u>	✓ <u>Hitos</u>
<b>Marcas líderes</b>	Factor de competitividad en mercados maduros	Carbonell, SOS, Cuétara, Sasso, Abu-Bint
<b>I + D + i</b>	Innovación y desarrollo de nuevos y ya existentes productos y procesos industriales	Oleosan, Escualeno, Sabor.es, Flakes y Sojasol
<b>Internacionalización</b>	Crecimiento con marcas capaces de adaptarse a diferentes mercados y categorías	EEUU, Reino Unido, Arabia Saudí, Japón y Australia
<b>Alianzas estratégicas</b>	Alianzas y adquisiciones en mercados estratégicos	ARI Aceica Minerva
<b>Modelo de gestión</b>	Modelo de gestión unificado con eficiencia en costes	Integración de ARI Informe de sostenibilidad Plataforma tecnológica (SAP)

## En 2004, las cifras más significativas para el Grupo han sido fieles a nuestro modelo de negocio

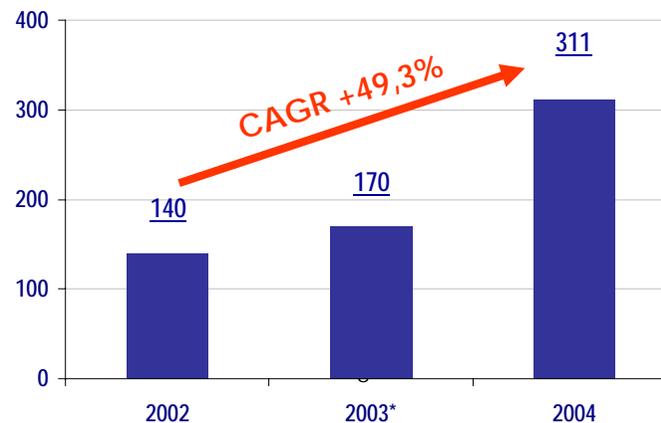
Evolución de la cifra de negocio por división



Evolución del EBITDA por división

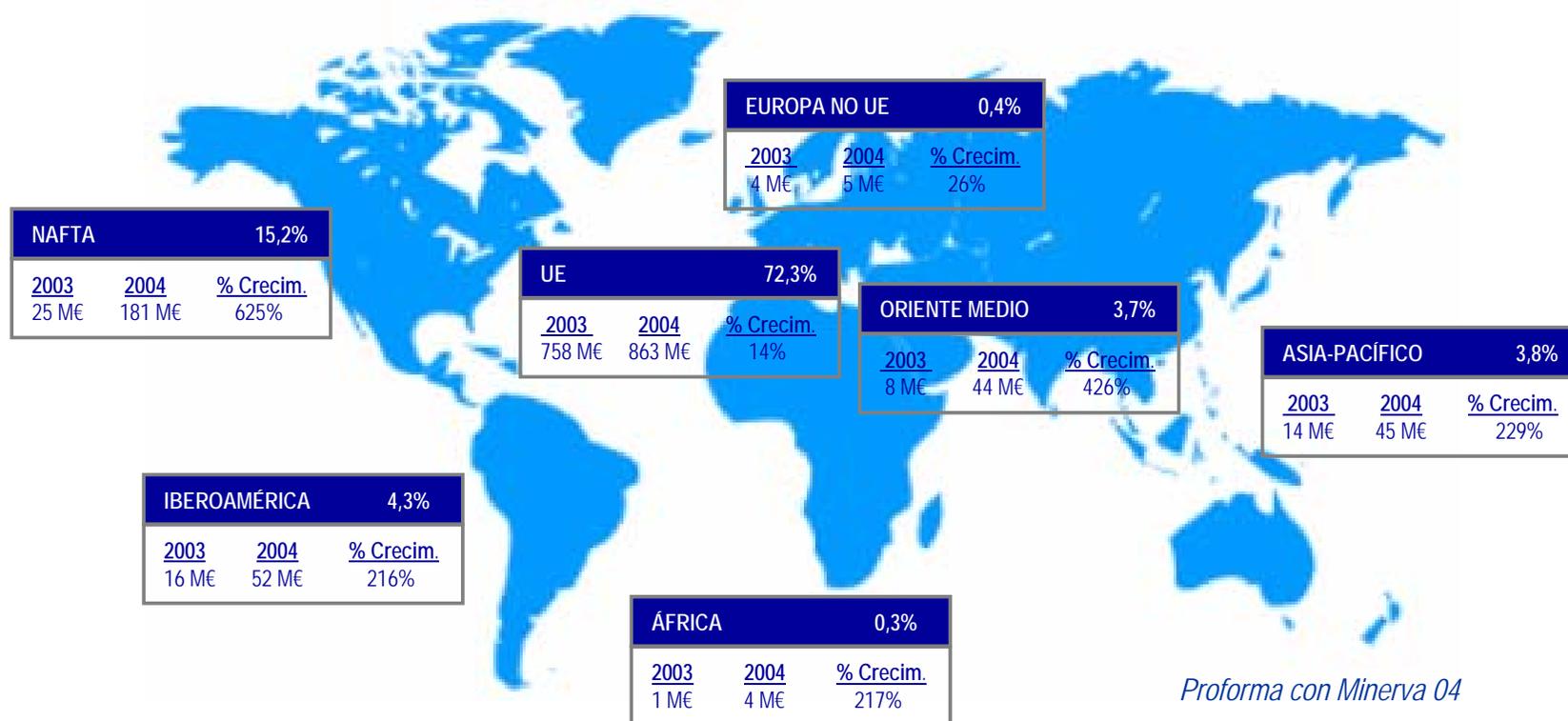


Evolución de las ventas internacionales



2003\*: Proforma 2003 (Enero-Diciembre), no auditados

## El Grupo ha expandido su presencia internacional y ahora cuenta con presencia operativa en 12 países y ventas en 90 países



ACEITE
Nº1 España, Brasil, Austria, Arabia Saudí y Nueva Zelanda; más vendida mundial Nº1 en mercados regionales Nº 2 en Japón (HORECA), Jordania, México, Alemania, Austria Nº 3 en Australia Posición líder en Iberoamérica (Mercados locales)

GALLETAS
Nº1 en España Nº 2 en Portugal

ARROZ
Nº 1 en España, Portugal, Arabia Saudí, Rep. Checa, Argelia, Jordania, mercados regionales Nº 2 en México Nº 1 en mercados regionales

## Aceite - Márgenes y beneficios generados han incrementado en 1 tr 2005

### Entorno Macro

- Crecimiento en mercados internacionales + 4%
- Contracción en demanda nacional – 11%
- Precios de materia prima siguen elevados + 13%

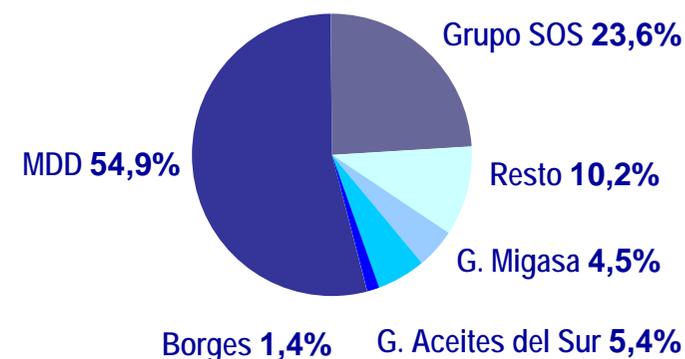
### Grupo SOS

- El grupo SOS es líder con una cuota de mercado del 23,6%.
- El 76,5% de las ventas del área se realizan bajo marca
- Fuerte crecimiento en los mercados estratégicos: EEUU, México y Reino Unido.
- La rentabilidad global de Aceite de semillas se está incrementando.
- El EBITDA ha crecido en 37,3% mientras las ventas han bajado en 6,3%
- Con esto hemos ganado €3,3 millones más e incrementado el margen EBITDA / Ventas en 46,9%

### Aceite – Evolucion del negocio

MM EUR	1 tr 04	4 tr 04	1 tr 05	Var %
Ventas	138,4	122,9	129,5	- 6,4%
EBITDA	8,9	10,0	12,2	+ 37,1%
% Margen	6,4%	8,1%	9,4%	

### Aceite – Mercado de España



Fuente: Scantrack Nielsen– Año 2004

## Arroz - Hemos tenido un buen desarrollo en España e incorporado ARI

### Entorno Macro

- El mercado ha tenido un crecimiento de 4,2% en España y 3,1% en Portugal
- La nueva OCM es favorable para el Grupo ya que está posicionado en dos de los tres bloques suministradores de arroz

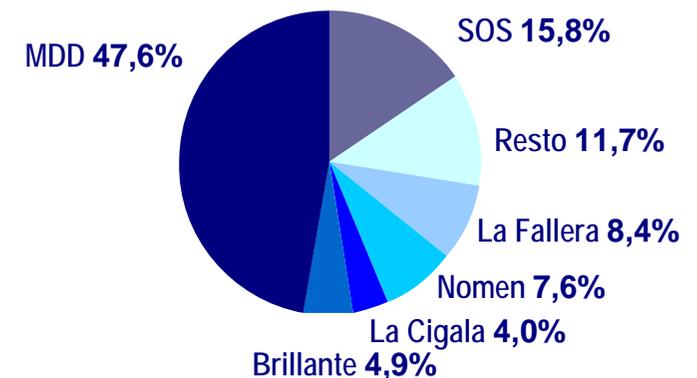
### Grupo SOS

- Caída de facturación y EBITDA debido a motivos coyunturales en ARI e impactos de la OCM en la Guayana Francesa
- El negocio en España se ha comportado por encima de las expectativas, especialmente en arroz clásico y platos preparados
- Negocios en Portugal y México en línea con lo presupuestado

### Arroz – Evolucion del negocio

MM EUR	1 tr 04	4 tr 04	1 tr 05	Var%
Ventas	70,5	67,9	48,4	-31,3 %
EBITDA	5,4	3,0	3,5	-35,2%
% Margen	7,7%	4,4%	7,2%	

### Arroz – Mercado de España



Fuente: Scantrack Nielsen- Año 2004

## Galletas - Se ha visto una recuperación importante en relación con 4 tr 2004

### Entorno Macro

- El mercado ha tenido un crecimiento de 5,1% en España y 5,2% en Portugal
- Cambio del mix de galleta "tradicional" a galleta integral y especialidades

### Grupo SOS

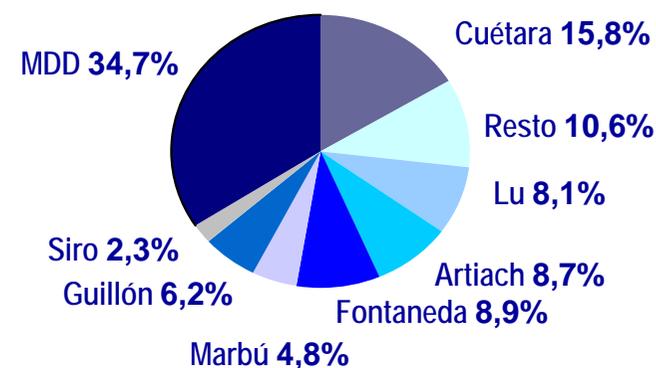
- Recuperando beneficio, + 14,4% y margen + 7,2% en relación con 4º trimestre 2004
- Distinción del Grupo en el segmento de desayuno ("Flakes").
- Campaña publicitaria de Oleosán<sup>(1)</sup> con el que ahora se ha elaborado el 100% de las galletas Cuétara

1. Oleosán es un aceite desarrollado por el Grupo SOS con una ausencia de grasas "trans" que lo hacen más saludable (según dictamen del CSIC)

### Galletas – Evolución del negocio

MM EUR	1 tr 04	4 tr 04	1 tr 05	Var %
Ventas	33,8	33,0	33,1	-2,1 %
EBITDA	5,4	4,7	5,1	-5,6%
% Margen	16,1%	14,2	15,4%	

### Galletas – Mercado de España



Fuente: Scantrack Nielsen– Año 2004

## Diversificación – Los productos especializados han sido impulsores para la mejora de los beneficios

### Entorno Macro

- Incremento en la demanda internacional en Aceitunas de mesa
- La sequía ha provocado un incremento en la demanda de piensos y harinas vegetales

### Grupo SOS

- Fuerte crecimiento en ventas (+46%) por la incorporación de Acyco.
- En margen EBITDA se ha obtenido un incremento de 14,3% comparado con 1 tr 2004 y 154% comparado con el último trimestre (4 tr 2004)
- El fuerte incremento de beneficios viene de los productos especializados (Escualeno, Ácidos grasos y harina de girasol)

### Diversificación – Evolución del negocio

MM EUR	1 tr 04	4 tr 04	1 tr 05	Var %
Ventas	15,0	21,7	21,9	+46,0%
EBITDA	1,4	0,6	1,6	+14,3%
% Margen	9,3%	2,8%	7,3%	



## Hemos obtenido importantes avances en el plano internacional

---

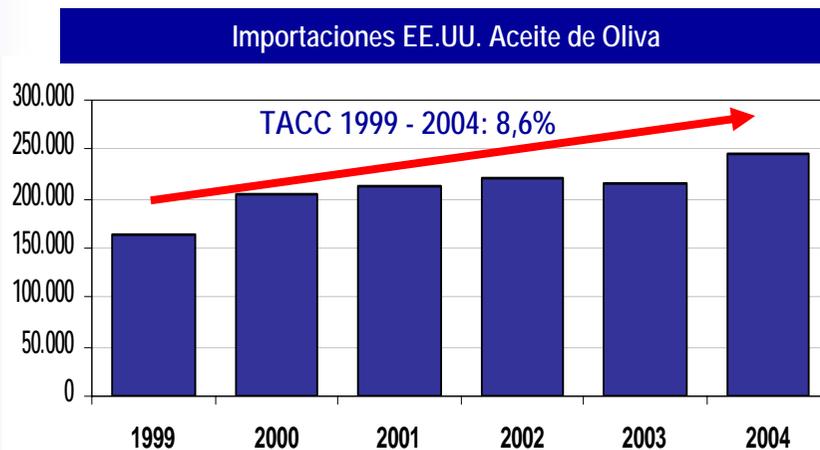
- ❑ Maximización de las sinergias de unificación de redes comerciales (ACYCO, ARI, Minerva)
- ❑ Estamos preparados para ofrecer un planograma completo en los lineales de la distribución
- ❑ Cross-selling de todos nuestros productos en los países en los que estamos presentes: posición muy fuerte en Arabia Saudí con aceite, arroz y aceitunas.
- ❑ Presencia en el sudeste asiático (Japón, China, Corea): posición y fuerza con Carbonell.
- ❑ Muy buenas posibilidades para las galletas de México con la plataforma de ARI
- ❑ Los crecimientos detectados en EEUU representan una gran oportunidad para nuestros productos (aceite, galletas, dátiles, etc.).

## Los crecimientos detectados en el mercado estadounidense representan una oportunidad importante para nuestros productos.

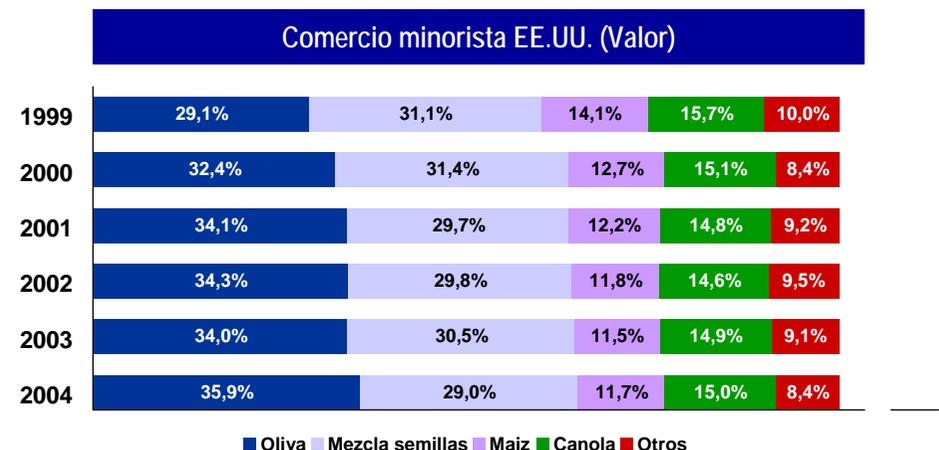
- ❑ Evolución del consumo: +15% en 2004 vs. 2003
- ❑ Más del 80% del aceite proviene de Italia y España
- ❑ Concienciación de la población americana de la importancia de la ingesta de alimentos saludables.
- ❑ Recomendación FDA en noviembre de 2004:

Dos cucharadas diarias de cada americano es el equivalente al consumo mundial:  
 280 Millones de personas en EE.UU. x 23 grs x 365 días = 2.350.600 tm de aceite

- ❑ Cambio en la dieta de la pirámide, destacando el aceite como alimento base.



Fuente: C.O.I. (miles de Tm)



Fuente: IRI

## Índice

---

- ❑ Introducción
- ❑ Evolución de los negocios
- ❑ **Impactos de las NIIF**
- ❑ Ampliación de Capital
- ❑ Conclusión

## Los impactos de las NIIF

Como consecuencia del trabajo realizado hasta ahora, los principales impactos son los siguientes:

CONCEPTO	IMPACTO	BALANCE	PYG	OBSERVACIONES
Activos intangibles de duración indefinida y fondo de comercio	Reservas de Primera Aplicación	108 Millones €	10 Millones €	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Refuerza los fondos propios al revertirse, netas de impuestos, las amortizaciones acumuladas</li> <li>- Las marcas y fondos de comercio no se amortizan. Dichos activos deben someterse periódicamente a pruebas de deterioro</li> </ul>
VENTAS	Minorarán su importe			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se reclasificarán los conceptos de las condiciones comerciales (16,5 millones de euros en el primer trimestre de 2005. Neutro en resultados, mejorará el Ratio EBITDA/Ventas.</li> </ul>
Propiedad planta y equipo	En estudio			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bajo impacto, se está analizando la vida útil de la maquinaria de los 19 centros.</li> </ul>
Instrumentos financieros	En estudio			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bajo impacto por la poca relevancia en nuestro balance</li> </ul>

## Índice

---

- ❑ Introducción
- ❑ Evolución de los negocios
- ❑ Impactos de las NIIF
- ❑ **Ampliación de Capital**
  - Operación de Minerva
  - Reforzar circulante
  - Inversiones industriales
- ❑ Conclusión

## Ampliación de capital - Antecedentes

---

- Con anterioridad a la ampliación de capital, Grupo SOS está llevando a cabo las siguientes actuaciones en el mercado bursátil:

<b>DIVIDENDO</b> (11/05/05)	<ul style="list-style-type: none"><li>Importe/acción 0,12 Euros (antes de impuestos)</li><li>Importe total 3.436.095,84 Euros</li></ul>
<b>SPLIT</b> (23/05/05)	<ul style="list-style-type: none"><li>Proporción 4 acciones nuevas x 1 acción antigua</li><li>Nº de acciones Se incrementa desde 28.634.132 acc. a 114.536.528 acc.</li><li>Valor nominal Se reduce desde 6,01 €/acc. a 1,5025 €/acc.</li><li>Cotización acc. Pasa de 43,16€/acc. <sup>1</sup> a 10,79 €/acc.</li></ul>
<b>IBEX MEDIUM CAP</b> (01/07/05)	<ul style="list-style-type: none"><li>Grupo SOS formará parte del nuevo índice IBEX MEDIUM CAP el 1 de julio 2005</li><li>El nuevo índice incorpora los 20 valores de mayor capitalización una vez excluidos los valores del IBEX 35.</li></ul>

## Ampliación de capital - Características y destino

- La ampliación de capital combina la financiación de la adquisición de Minerva con el apoyo financiero para acometer el plan de expansión de Grupo SOS.

Características de la ampliación		Valor teórico del derecho	
Proporción	1 x 5	Cotización pre ampliación <sup>1</sup>	11,87 €/acción
Precio	6,75 € / acc.	Valor teórico del derecho <sup>2</sup>	0,85 €
Acciones	22.907.304	Cotización post ampliación	11,02 €/acción
Importe	154.624.302 €	Descuento post ampliación	38,73%
Periodo de suscripción	14/06 – 28/06		

Destino de la ampliación	
Financiación adquisición Minerva	104 M Euros
Inversiones en activo fijo	21 M Euros
Fortalecimiento del circulante	30 M Euros
<b>TOTAL AMPLIACION</b>	<b>155 M Euros</b>

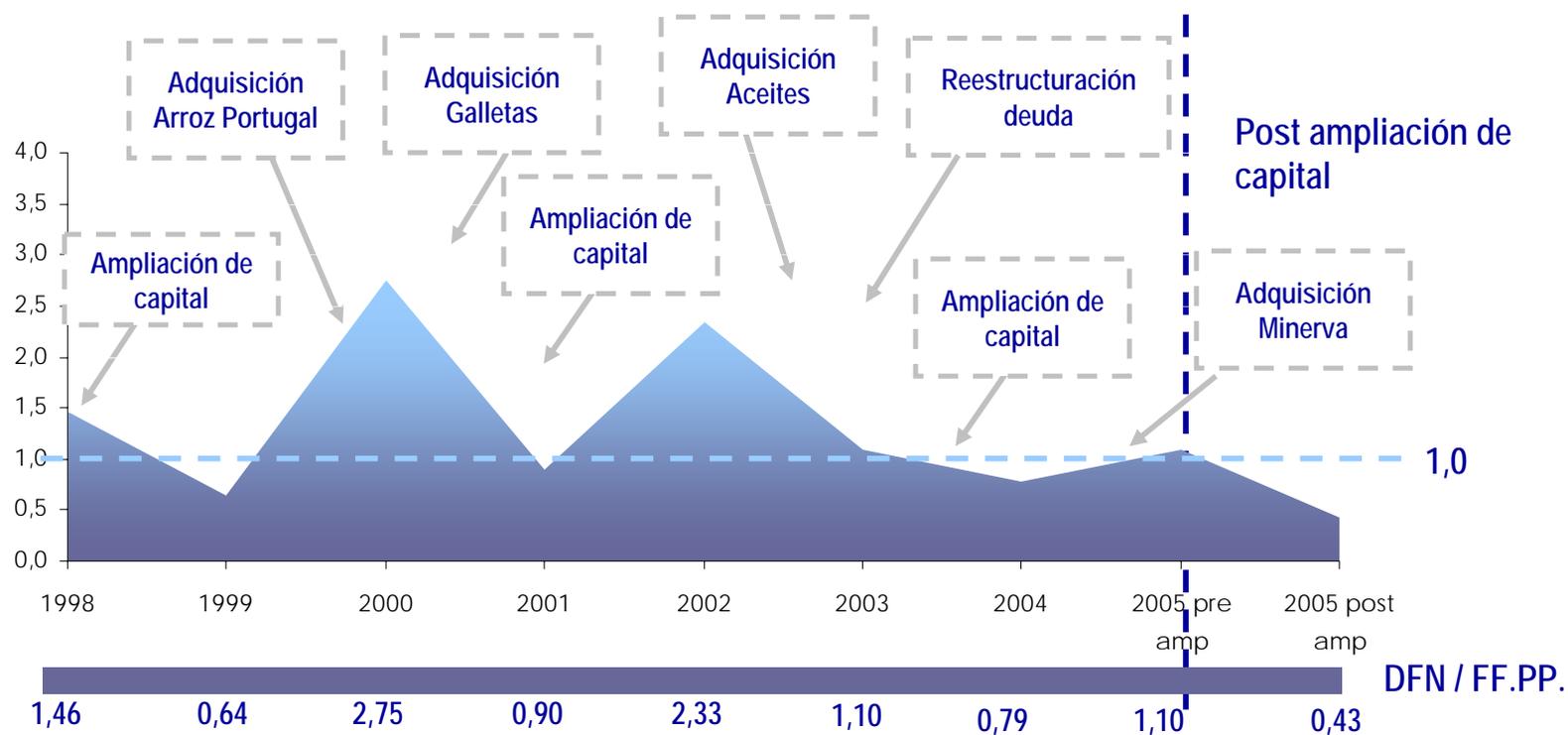
- La ampliación de capital está asegurada en su totalidad.

*Nota 1: Cotización al 10 de junio de 2005.*

*Nota 2: Valor estimado con la cotización del 10 de junio. El valor teórico del derecho se conocerá al cierre de la sesión del día 13 de junio.*

## La ampliación de capital mejora aún más la situación de apalancamiento del Grupo dejándonos muy bien preparados para el futuro

Evolución del nivel de apalancamiento (DFN / FFPP)



Elaboración propia. Datos 2005 con FFPP 2004 y DFN 2004 corregida por la ampliación de capital

## Índice

---

- ❑ Introducción
- ❑ Evolución de los negocios
- ❑ Impactos de las NIIF
- ❑ **Ampliación de Capital**
  - Operación de Minerva
  - Reforzar circulante
  - Inversiones industriales
- ❑ Conclusión

## El aceite de oliva es la mayor oportunidad de crecimiento para Grupo SOS.

- ❑ El mercado con mayor recorrido para crecer internacionalmente es el de aceite: su consumo mundial crece por encima de la capacidad de fabricación
- ❑ TACC 6,6% en países no tradicionales durante los últimos 10 años
- ❑ El interés internacional por las bondades saludables están incrementando el consumo de este producto
- ❑ Dentro del sector de aceite, las empresas italianas han ocupado durante años una posición destacada donde en muchos países el aceite de oliva es simplemente italiano
- ❑ Principales empresas italianas de aceite de oliva:

Principales Empresas	Bertolli	Carapelli	Salov (Filippo Berio)	Minerva
Ventas	€450 M*	€240M*	€ 230M*	€190M*
Exportación (% Ventas)	25%	33%	48%	60%
Exportación (Valor)	€113 M	€80 M	€110 M	€115 M
Propietarios	Unilever Bestfoods	Fondos venture capital: B&S Private Equity, Arca Impresa Gestioni y Ducato Venture.	Familia Fontana	Familia Gasparini y dos firmas de private equity (Athena y Fidia)

\* Estimación ingresos de la actividad de aceite de oliva envasado

## La reciente adquisición de Minerva Oli, S.p.A. refuerza la posición de liderazgo del Grupo SOS en el sector del Aceite de Oliva

Racionalidad	Impacto
Líder mundial en Aceite de Oliva	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Grupo SOS refuerza su liderazgo mundial en el sector del Aceite de Oliva envasado, tanto en volumen como en valor.</li> </ul>
Bien posicionado en Italia	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Cuarto mayor Grupo en el mercado de Aceite de Oliva italiano con:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ventas 2004 de 192M Euros</li> <li>▪ EBITDA 2004 de 8,3 M Euros</li> </ul> </li> </ul>
Importante presencia en mercados estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Presencia en mercados estratégicos para Grupo SOS como EEUU, Alemania, Austria, Australia, Nueva Zelanda y Japón.</li> <li>❑ Multiplica por cuatro las ventas internacionales de aceite de oliva del Grupo.</li> <li>❑ Producto italiano reconocido a nivel mundial con potencial para penetrar en nuevos mercados.</li> </ul>
Incorporación de marcas líderes a nuestro portafolio	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Bien situado en el mercado italiano de aceite de oliva con Sasso, marca emblemática en Italia durante mas de 100 años y en mercados internacionales con Lupi, Montolivo y Dante</li> <li>❑ Más del 65% de las ventas de Minerva se realizan bajo Marca</li> </ul>
Acceso a nuevos mercados para el suministro de materias primas	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Incorporación de importante know how en el suministro de materia prima.</li> <li>❑ Potencial para suministro desde nuevos mercados.</li> <li>❑ Mayor poder de negociación.</li> </ul>

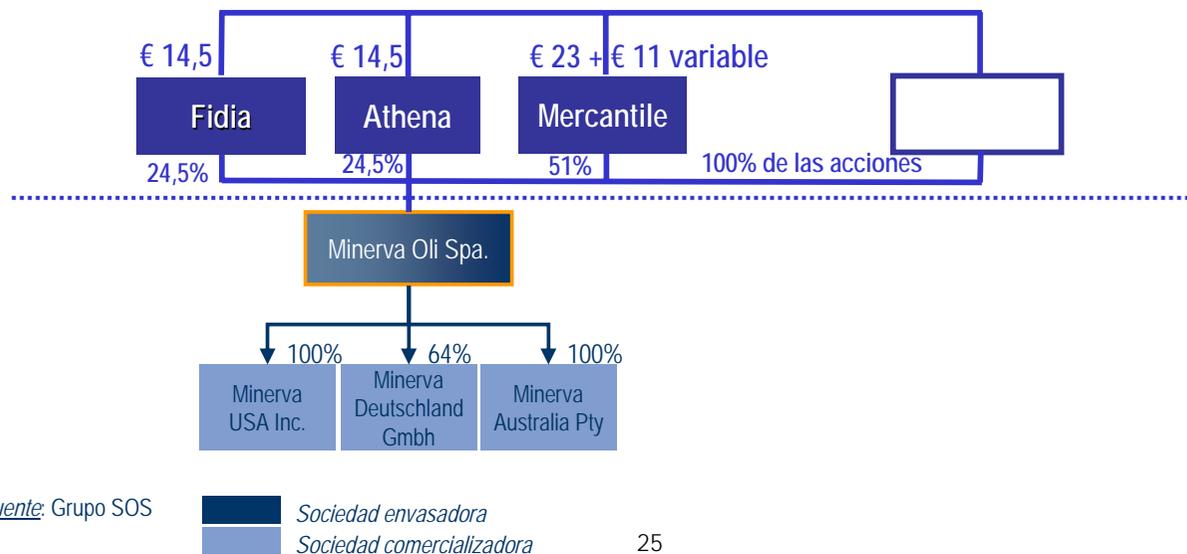
## La adquisición de Minerva fue diseñada de manera que el socio industrial permaneciese vinculado a SOS y que la cotización de la acción nos permita abaratar la operación

### ❑ Importe total (€63,2MM):

- €52MM pago a los accionistas. Mercantile se obliga a comprar acciones SOS; Resto de socios: cash.
- €11,2MM pago aplazado a 3 años, vinculado a la evolución del 2,05% de acciones de SOS adquiridas por Mercantile.  
El precio futuro de estas acciones determinará si la revalorización ha sido suficiente para no tener que realizar un desembolso adicional.

### ❑ El pago a los accionistas (€52 MM) y la refinanciación de parte de la deuda de Minerva (€18 MM) se han financiado mediante un préstamo puente subordinado por importe de €70 MM suscrito por los accionistas mayoritarios del grupo SOS y Cajas de Ahorro.

### ❑ El resto de la deuda neta de Minerva (€29 MM) será asumida por el grupo SOS.



Fuente: Grupo SOS

## Dentro de las sinergias identificadas ya hemos cuantificado ahorros importantes

Sinergia detectada	Probabilidad	Plazo de realización	Cuantificación
Poder de compra	Alta	Medio	5,0
Economías de escala en producción	Alta	Medio	1,5
Ahorros de coste de estructura	Alta	Inmediato	0,5
Cross selling	Media / Alta	Medio	No cuantificada
Cross selling - Aceite	Alta	Medio	No cuantificada
Cross selling - Arroz	Media	Medio	No cuantificada
Cross selling - Galletas	Media	Medio	No cuantificada
Cross selling - Diversificación	Alta	Medio	No cuantificada
Tax shield (fondo de comercio)	Alta	Inmediato	0,6
<b>TOTAL SINERGIAS (anuales)</b>			<b>7,6</b>

*(Importes en millones de Euros)*

- Las sinergias identificadas están expresadas en cifras netas teniendo en cuenta gastos e ingresos extraordinarios derivados de la integración de Minerva en Grupo SOS

## La integración completa de Minerva dentro de Grupo SOS se está llevando a cabo sin retrasos

---

- ❑ Trabajamos bajo el **programa 90 en 90**, desarrollado internamente y basado en nuestra experiencia acumulada. Este programa implica que el 90% de los cambios necesarios para la integración se lleva a cabo en los primeros 90 días.
- ❑ Hitos:
  - **Organigrama consensuado** con todos desde el primer día.
  - El día del cierre de la operación se toma el control de la empresa con 4 personas asignadas con **presencia física** en las instalaciones de Minerva y desplazamiento de 2 funciones a la central (marketing y compras).
  - **Reuniones con los clientes** y proveedores más importantes (p.ej. Costco) para ampliar la colaboración.
  - **Compras de materia prima coordinadas** de manera central para Italia y para España desde España (Villarejo).
  - **Traslado a la planta de Voghera de las actividades** que se venían llevando a cabo en la oficina central de Minerva en Génova proyectado para el mes de julio.
  - **Integración en SAP** prevista para el 1 de julio.

## Índice

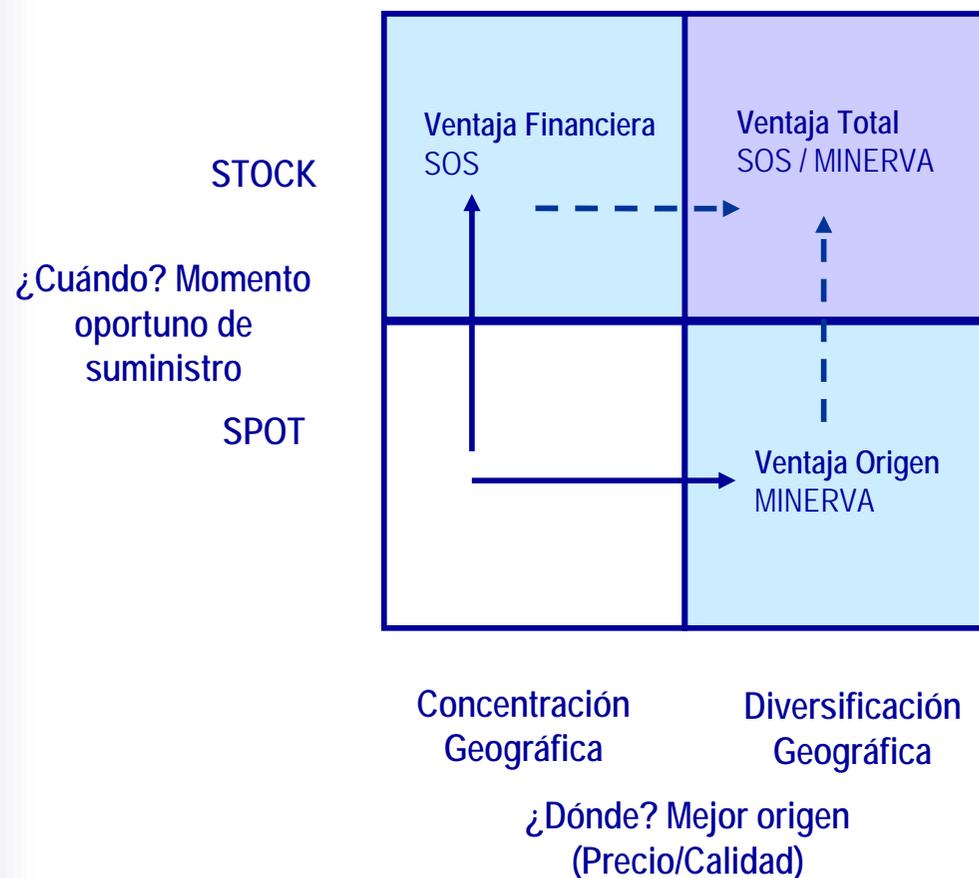
---

- ❑ Introducción
- ❑ Evolución de los negocios
- ❑ Impactos de las NIIF
- ❑ **Ampliación de Capital**
  - Operación de Minerva
  - **Reforzar circulante**
  - Inversiones industriales
- ❑ Conclusión

## Tenemos una nueva posibilidad de gestionar volatilidad y disminuir la dependencia geográfica

### Optimización del suministro de materia prima

### Ventajas competitivas Grupo SOS

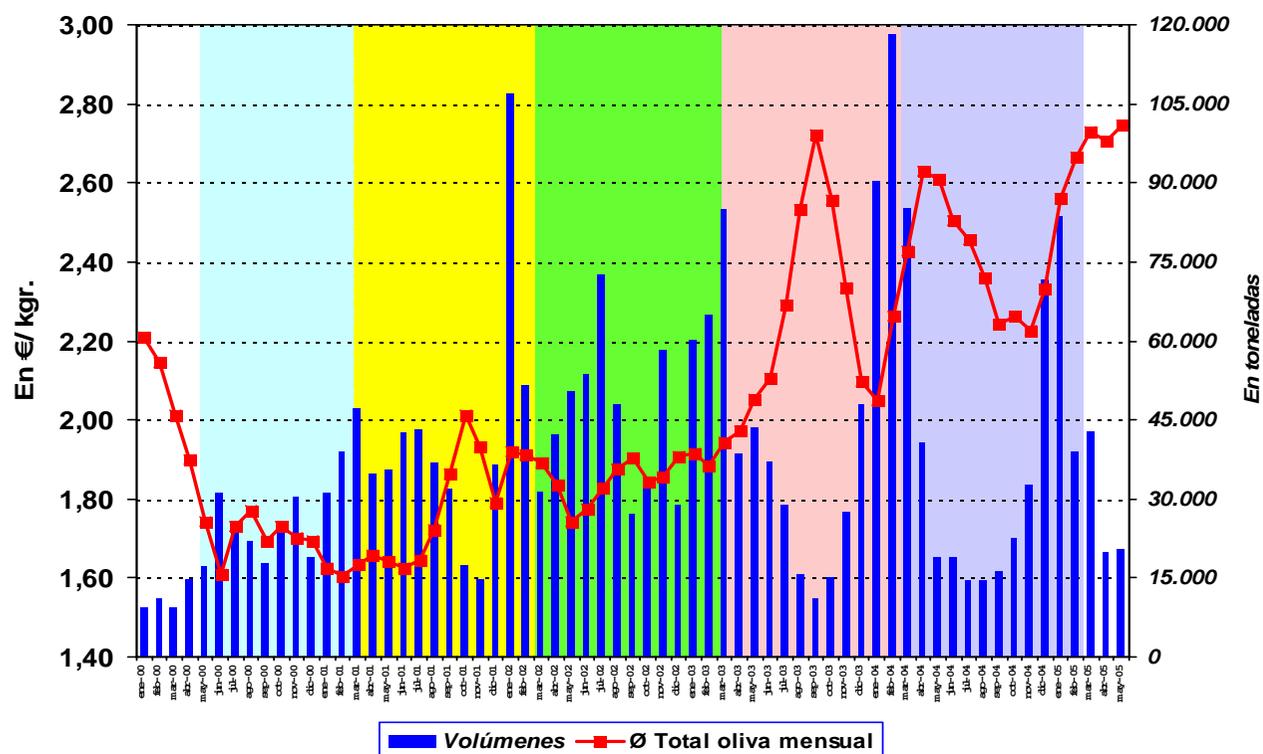


- ❑ Capacidad financiera para optimizar stocks y no estar en manos de la volatilidad del precio spot
- ❑ Expertise en compra de materia prima gracias a diversificación geográfica y buen timing
- ❑ Único operador español que puede trasladar costes al mercado

- ❑ Esta lógica se repite en el mercado del arroz entre los dos bloques de la OCM (UE y NAFTA)

## Los precios del aceite de oliva lleva tres campañas de continuo incremento

- ❑ La producción en la campaña 2004/05 será de 980.000 tm aprox., un 30% inferior a la anterior
- ❑ Expectativas negativas para la próxima campaña (heladas y ausencia de lluvias): aumento de precios (enero 05).
- ❑ Dicho aumento ha afectado negativamente a las exportaciones (-24,5%) y al consumo (-10,6%)
- ❑ Stocks de los operadores muy elevados a finales de abril (4 meses de salidas aprox.): nuevas oscilaciones al alza de los precios no previsibles hasta el mes de septiembre.



Fuentes: POOLRED y Agencia para el Aceite de Oliva

## Grupo SOS actúa sobre la situación del mercado de aceite de oliva

---

- ❑ Existe una importante inflación del precio en origen, con un fuerte componente especulativo
- ❑ Los elevados precios:
  - a) Afectan al consumo interno
  - b) Restan competitividad a los mercados exteriores, donde España no es líder



- ❑ Grupo SOS en 2005:
  - a) Excelente compra en campaña con fuertes provisiones de materia prima
  - b) Ejercerá su actitud de líder
  - c) Donde los precios altos nos debilitan por no ser líderes, ganaremos esta posición con nuestras marcas italianas

## Índice

---

- ❑ Introducción
- ❑ Evolución de los negocios
- ❑ Impactos de las NIIF
- ❑ **Ampliación de Capital**
  - Operación de Minerva
  - Reforzar circulante
  - **Inversiones industriales**
- ❑ Conclusión

## Continuamos apostando por inversiones industriales que permitan competir con las instalaciones más modernas del mercado.

Descripción inversiones industriales	€ millones
Almacenes inteligentes integrados con almacén central de Villarejo en Freeport, Sevilla y Córdoba	6
Laboratorio Central de I&D del grupo, más moderno del sector alimentario	3
Robotización integral del empaquetado de galletas y de almacenes	3
Modernización planta ARI	2
Plataforma de exportación desde Zona Franca en Gran Canarias	3
Varios	4
<b>Total</b>	<b>21</b>



## El almacén inteligente de Villarejo de Salvanés: Un concepto de integración logística que será exportado por todo el Grupo

---

1. **Uno** de los pocos que existen en España con estas características.
2. **Ubicado** sobre una superficie de 7.500 m<sup>2</sup>: silos (3.444 m<sup>2</sup>) y nave de expediciones (2.500 m<sup>2</sup>)
3. **Instalación** capaz de almacenar 27.122 paletas. Consta de:
  - 14 portales con 7 transelevadores (Robots)
  - 17 niveles
  - 1 Área de Picking
  - 15 playas de preparación de pedidos
  - 9 muelles de carga
  - Alimentación automática desde fábrica



### **Beneficios**

- Aumento de productividad y capacidad logística en una base centralizada para la Península.
- Reducción de pérdidas por mala rotación.
- Fiabilidad de la información: impide roturas de existencias.
- Eliminación de errores de carga y preparación.
- Aseguramiento de la trazabilidad (SGA).
- Liberación de superficie para producción.

## Obtenemos un sistema integral de control y gestión de calidad ÚNICO para todo el Grupo

---

1. **Laboratorio Central de I+D** más moderno del sector alimentario que da soporte a todas las fábricas:
  - Ubicación: Alcolea (Córdoba)
  - Inversión: 2 M €
  - Nº trabajadores: 22
  - Acabado del 80% de la obra : final de junio 2005
  - Secciones: recepción y preparado de muestras, microbiología, química analítica, cromatografía, control y verificación de envases y embalajes, I+D, catas
2. **Desarrollos informáticos** para la gestión de nuevos productos y modificaciones
3. **Gestión** de toda la **documentación** de especificaciones técnicas de los productos a **nivel mundial**
4. **Base de datos** con información común para todo el Grupo a nivel mundial

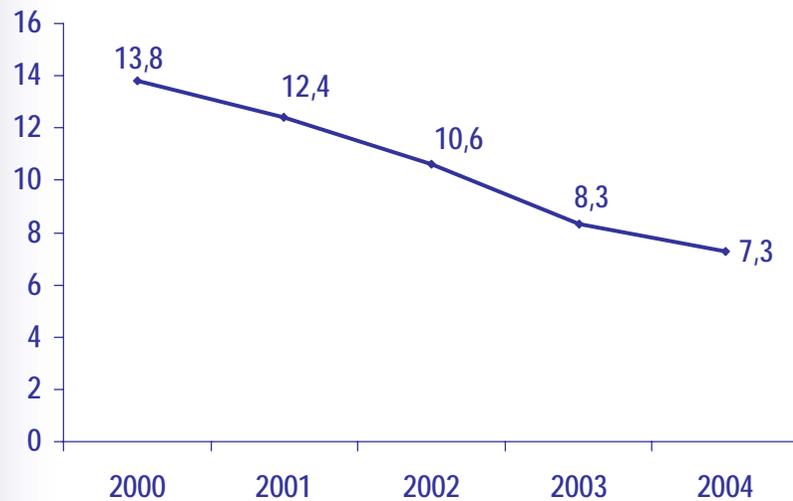


### Beneficios

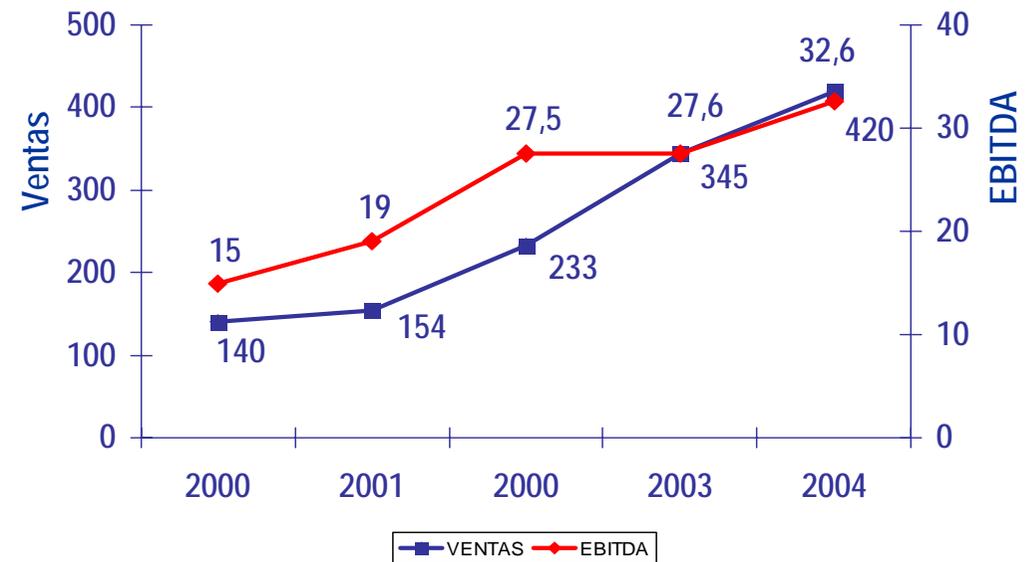
- Ahorro de medios
- Mayor rendimiento
- Aplicación de las técnicas más modernas (NIR, HPLC, Gc, Plasma, PCR, etc) para el control de alimentos
- Unificación de la documentación técnica de nuestros productos

La excelencia operativa nos permite ajustar la base de costes para crecer e invertir en actividades comerciales

Coste de estructura/Ventas  
(%)



Productividad empleados  
(miles de euros)



### Programa 5 en 5

Programa global para llegar a unos costes de estructura equivalentes a un 5% de las ventas en 5 años

### Plan industrial:

En 2004 se cerró la planta de Galletas en Museros centralizando su producción a la planta de galletas en Villarejo de Salvanes

## Índice

---

- ❑ Introducción
- ❑ Evolución de los negocios
- ❑ Impactos de las NIIF
- ❑ Ampliación de Capital
- ❑ **Conclusión**

## Conclusión

---

- ❑ El grupo se ha convertido en la **segunda empresa española de alimentación** superando los 1000 millones de euros en ventas y en capitalización bursátil
- ❑ Las nuevas integraciones, ARI en 2004 y ahora Minerva aportan valor económico y serán claves para nuestro **futuro crecimiento**.
- ❑ Minerva además nos permite entrar en **Estados Unidos** con la fortaleza de un líder
- ❑ Proyectamos mantener un **crecimiento del EBITDA** superior al 15% durante 2005
- ❑ Esperamos que el posible impacto de la ampliación en cuanto a dilución del capital quede totalmente compensado en el plazo de un año
- ❑ Con la ampliación de Capital salimos **fortalecidos para crecer** tanto orgánicamente como estructuralmente

## Contactos en el Grupo SOS

---

### Departamento Corporativo y Relación con Inversores

Pº de la Castellana, 51, 3ª plta.  
28046 MADRID

Tel.: +34 91 319 79 00 Fax: +34 91 319 70 71

*Niklas Sannebro*

niklas.sannebro@gruposos.com

*María del Hoyo-Solórzano*

maria.delhoyo@gruposos.com

Página web

[www.gruposos.com](http://www.gruposos.com)

*(Español e Inglés)*

**Grupo**  
**SOS**