

Grupo SOS

EL GRUPO SOS CUETARA AUMENTA SU FACTURACIÓN UN 41,5% Y SUS RESULTADOS DESPUÉS DE IMPUESTOS UN 60,7% EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL EJERCICIO 2004

La facturación consolidada ha ascendido a 257,6 millones de €, y el beneficio después de impuestos a 6,8 millones de €.

Madrid, 12 de mayo de 2004. El Grupo SOS (formado por Sos Cuétara, S.A. y restantes empresas filiales), líder marquista en los sectores de arroz, galletas y aceites, ha alcanzado durante el primer trimestre del ejercicio fiscal 2004, a nivel consolidado, un importe neto de la cifra de negocio de 257.572 miles de euros, que significa un 41,5% más que en el mismo periodo del ejercicio anterior; y un resultado después de impuestos que asciende a 6.798 miles de euros, lo que supone un incremento del 60,7%. En el período considerado, el EBITDA ha supuesto el 8,2% de las ventas.

La aportación de las diferentes actividades del Grupo a la cifra de negocio consolidada durante los primeros tres meses del año 2004 ha sido la siguiente: el 53,73% los aceites, el 27,35% el arroz, el 13,11% las galletas y el 5,81% diversificación (confitería, aceitunas, vinagres, salsas y productos industriales).

En lo que se refiere a aceites, la campaña 2003/04 de aceite de oliva en España va a suponer, casi con total seguridad, un récord histórico en lo que se refiere a producción, superando la cifra de 1.400.000 toneladas. Sin embargo, y con las únicas excepciones de Túnez y Marruecos, el resto de la cuenca mediterránea ha registrado unas producciones muy por debajo de sus niveles habituales, especialmente en Italia y Grecia, país este último que además de abastecer su elevado consumo interior es uno de los principales suministradores del mercado italiano. Ante las dificultades de abastecimiento para satisfacer sus necesidades, los operadores internacionales, y especialmente los italianos, han acudido a proveerse en nuestro país provocando una constante subida de los precios en origen, que en el mes de marzo del presente año habían experimentado un incremento de más del 15% sobre el mismo período del año 2003, el cual, a su vez, ya había experimentado un notable aumento respecto a idéntico período del año anterior. A pesar de esta situación de los precios en origen, durante este primer trimestre se ha producido una importante recuperación de la rentabilidad de esta actividad con respecto a los últimos meses del año 2003, al haber pasado el EBITDA sobre ventas del 2,25% al 6,42% en los tres primeros meses del año 2004.

Respecto al consumo nacional, los datos disponibles reflejan que éste no se ha visto afectado por la situación de precios anteriormente descrita. Por lo que se refiere a la exportación, y a pesar del difícil entorno competitivo en el que a la situación de los precios en origen hay que añadir la fortaleza del euro respecto al dólar, los volúmenes de ventas se han comportado de forma ajustada al presupuesto. Además, se han cerrado contratos de suministro con importantes cadenas de la Distribución en mercados tan relevantes como los del Reino Unido y EE.UU., que nos permiten asegurar las positivas expectativas generadas en este capítulo.

En cuanto a los aceites de semillas, el mercado español ha permanecido estable, manteniendo la marca KOIPESOL su incuestionable liderazgo de los últimos años. Así mismo, la incorporación de ACEICA nos ha permitido comenzar la exportación de aceites de semillas envasados.

En arroz, durante el primer trimestre del presente ejercicio se ha producido la plena incorporación de American Rice, Inc (ARI) al perímetro de consolidación del Grupo SOS. La aplicación del modelo de gestión propio del Grupo ha permitido mejoras en la facturación y en el resultado de la arrocera estadounidense, de forma que su aportación al total de la actividad es una de las causas que explican el notable incremento de las ventas y el EBITDA de la misma. Adicionalmente, ARI está empezando a generar importantes sinergias comerciales para el resto de los productos del Grupo SOS, ya que, por ejemplo, su implantación y conocimiento de la distribución norteamericana son los que han facilitado una mayor penetración del aceite de oliva CARBONELL en Estados Unidos.

En cuanto al resto de las ventas de arroz en el exterior, hay que resaltar tanto la excelente evolución de las exportaciones desde España como el incremento de las ventas de la filial mexicana, que han experimentado un crecimiento de las ventas mensuales bajo marca SOS del 10%.

Por último, por lo que se refiere al mercado español, la marca SOS sigue siendo el líder indiscutible con importantes crecimientos en los segmentos emergentes – arroz largo e integral –.

Durante los primeros tres meses del ejercicio, en la actividad de galletas la marca CUÉTARA ha consolidado su liderazgo en el mercado ibérico fruto de su estrategia de liderar el desarrollo de los productos de mayor valor añadido. La facturación y el EBITDA de esta actividad se han mantenido en los niveles presupuestados.

En la actividad de diversificación hay que resaltar el buen comportamiento de las exportaciones de aceitunas, vinagres y caramelos, junto al incremento de la facturación por la venta de los productos industriales como consecuencia del incremento de los precios de las materias primas – del aceite de oliva en el caso del escualeno y de la pipa de girasol para las harinas –, lo que ha permitido obtener unas cifras en línea con las del ejercicio anterior.

Eugenio Gisbert Tlf. 91 351 36 36 - 609 03 67 30