







GRUPO SOS

MARCAS ESPAÑOLAS
CONSTRUYENDO *EL FUTURO*

Bolsa de Madrid
18 de febrero de 2002



Indice

-  EL NUEVO GRUPO SOS
-  ÁREAS DE NEGOCIO
-  INTEGRACION DE KOIPE Y
CREACION DE VALOR
-  MAGNITUDES FINANCIERAS



Indice



EL NUEVO GRUPO SOS



ÁREAS DE NEGOCIO



**INTEGRACION DE KOIPE Y
CREACION DE VALOR**



MAGNITUDES FINANCIERAS



SOS CUÉTARA, S.A.

Biología: Española de I + D, S.A.

Arroz

España

Sos Cuétara, S.A.

Arroz SOS Sevilla, S.A.

Extranjero

Grupo SIPA Portugal

Arroz SOS de México

Sos Antillas Guyane

Galletas

España

Sos Cuétara, S.A.

Extranjero

Bogal Portugal

Aceite

España

Carbonell

Koipe

Elosúa

Salgado

Otros

Extranjero

Carbonell Nederland

Carbonell UK, Ltd.

Carbonell do Brasil

Elosúa Portugal

Salgado USA, Inc.

Diversificación

Confitería

Interván

Pictolín

Dátiles y conservas

Bernabé Biosca A.

Bernabé Biosca Túnez

Conservas La Castiza

Aceitunas, Vinagres y Salsas

Cetro

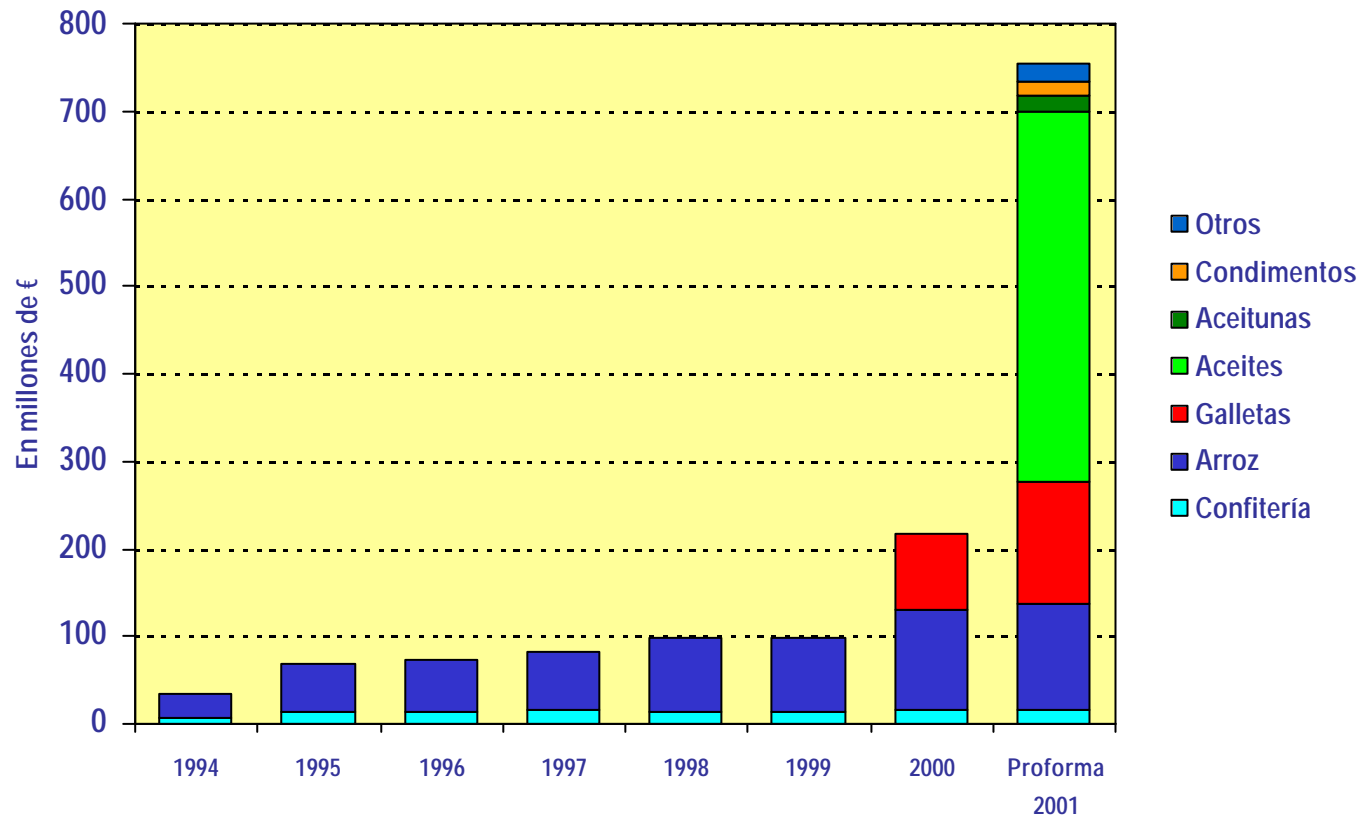
Vinagres y Salsas, S.A.

EL NUEVO GRUPO SOS



El GRUPO SOS es un grupo alimentario español en constante crecimiento.

EVOLUCION VENTAS CONSOLIDADAS



EL NUEVO GRUPO SOS



Marcas líderes

- ✍ Con el mejor portfolio español de marcas líderes en alimentación:
 - ✍ Por notoriedad
 - ✍ Por diversificación
 - ✍ Por participación
 - ✍ Por *premium price*



Carbonell

KOIPESOL



Con capacidad de innovación

- ✍ En el GRUPO SOS entendemos que la mejor forma de asegurar el futuro es mediante el lanzamiento de nuevos productos.
- ✍ Es por ello que el Grupo cuenta con una filial propia de I + D: Española de I + D, S.A.
- ✍ Entre los últimos lanzamientos cabe destacar:

Año 1999



Año 2000



Año 2001

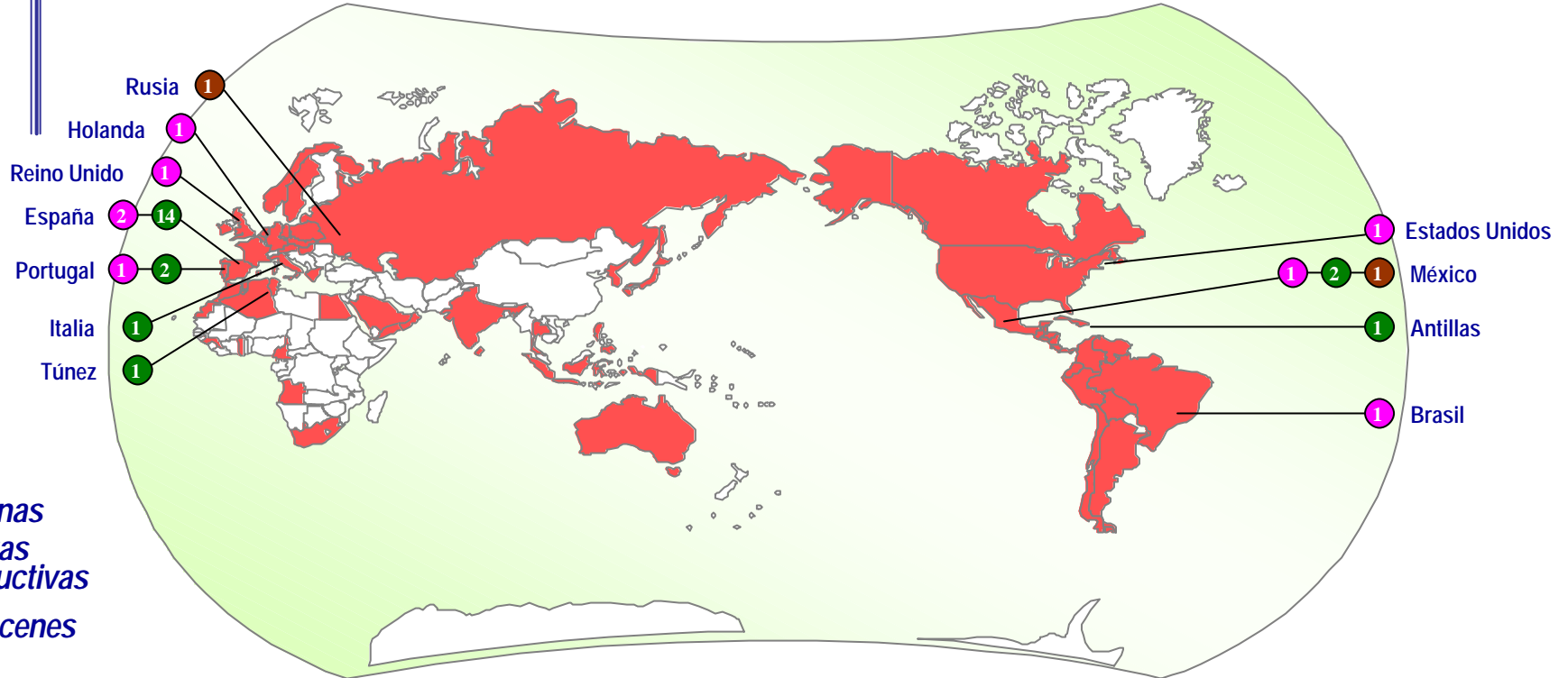




Presencia Internacional

- ✍ En más de 90 países.
- ✍ Basada en:
 - ✍ Instalaciones y marcas propias en el exterior.
 - ✍ Marcas internacionales reconocidas.
- ✍ Representa una tercera parte de los ingresos.

EL NUEVO GRUPO SOS



- Oficinas
- Plantas Productivas
- Almacenes



Indice



EL NUEVO GRUPO SOS



ÁREAS DE NEGOCIO



**INTEGRACION DE KOIPE Y
CREACION DE VALOR**



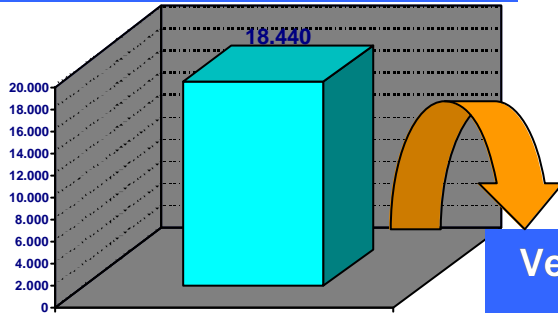
MAGNITUDES FINANCIERAS

AREAS DE NEGOCIO

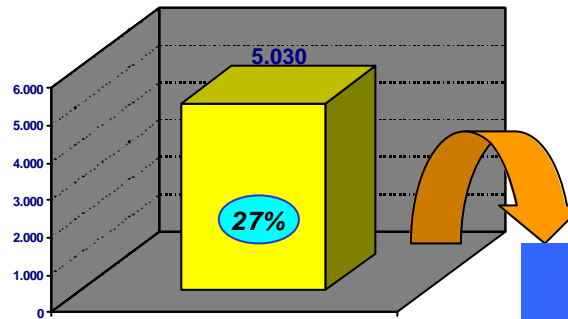


Evolución Tendencias de la Alimentación en España

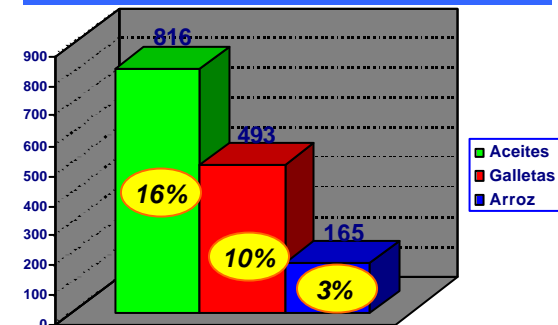
Ventas Total Alimentación
En millones de euros





Ventas Alimentación Seca
En millones de euros



Aceites, Galletas y Arroz
En millones de euros



-  *Importancia sobre Total Alimentación*
-  *Importancia sobre Alimentación Seca*

Fuente: NIELSEN TAM ON-01



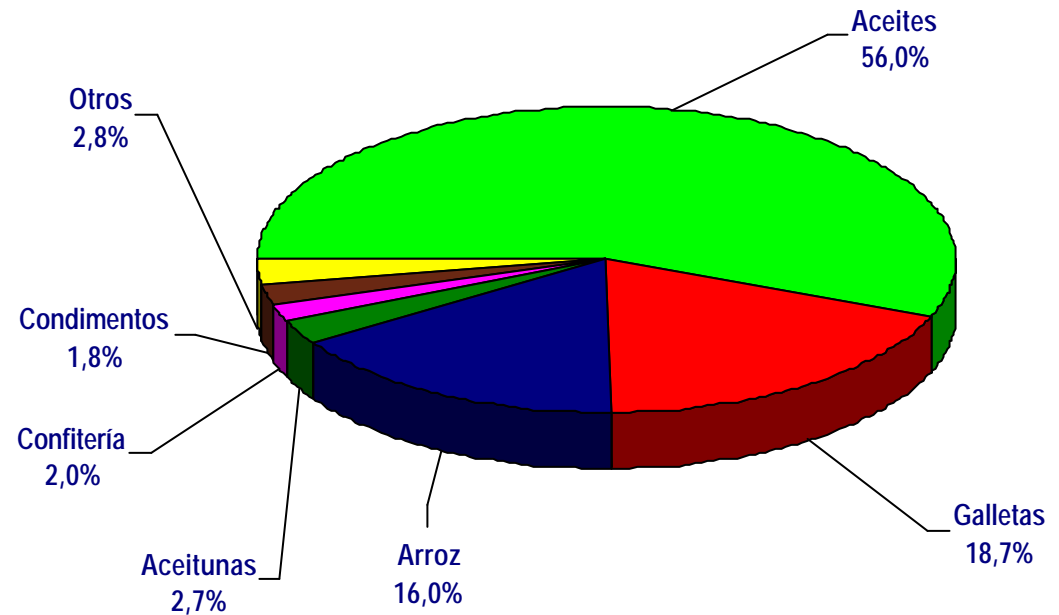
AREAS DE NEGOCIO

ÁREAS DE NEGOCIO

✍ Con la incorporación de KOIPE, las áreas de negocio son las siguientes:

- ✍ Aceites
- ✍ Galletas
- ✍ Arroz
- ✍ Aceitunas
- ✍ Confitería
- ✍ Condimentos
- ✍ Otros

Facturación por actividades 2001



AREAS DE NEGOCIO



Arroz



Arroz

- ✍ El GRUPO SOS tiene presencia comercial e industrial en España y en el exterior:

- ✍ ESPAÑA

- SOS Cuétara, S.A.
- Arroz SOS Sevilla, S.A.

- ✍ EXTERIOR

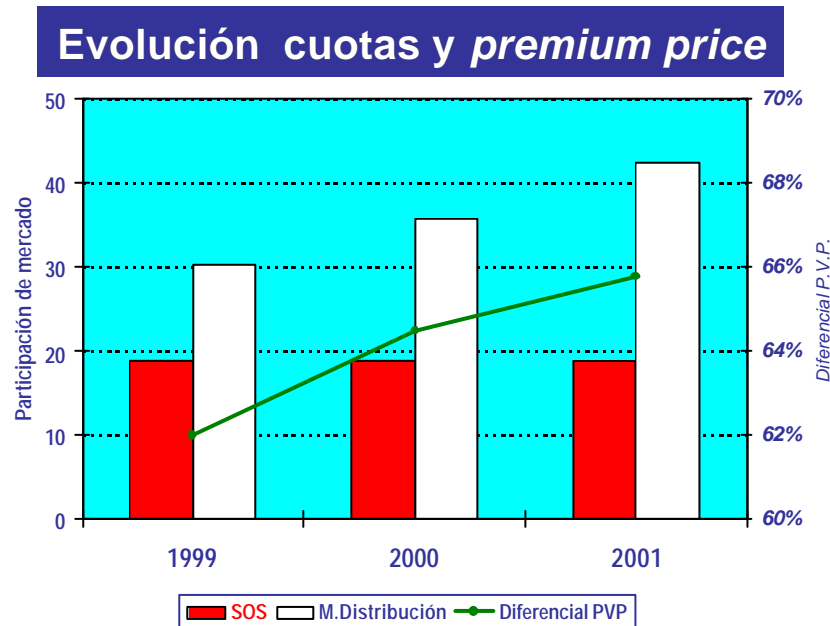
- Grupo SIPA (*Portugal*)
- Arrocería del Trópico, S.A.de C.V. (*México*)
- SOS Antilles Guyane, S.A. (*Francia*)
- Parboriz, s.P.A. (*Italia*)

- ✍ En el 2001, supuso el 44% de la cifra de negocios y representó el 37% del EBITDA.



Arroz

- Las marcas **SOS** y **SALUDAES** son líderes respectivamente en España y Portugal y disfrutan de un *premium price* en crecimiento.
- SOS** es, además, la segunda marca en México.
- En conjunto, el GRUPO SOS es líder europeo en ventas de arroz empaquetado.
- Está presente en 40 países y 4 continentes.



Fuente: NIELSEN

AREAS DE NEGOCIO



Galletas



Galletas

- ✍ La división de galletas del Grupo SOS CUÉTARA está compuesta de la siguiente forma:
 - ✍ ESPAÑA
 - Sos Cuétara S.A.
 - ✍ PORTUGAL
 - Bogal, S.A.
- ✍ En ambos países se comercializan bajo marca **CUÉTARA**, ocupando posiciones de liderazgo en los dos mercados.
- ✍ En el ejercicio 2001, esta actividad representó el 51% de los ingresos y el 58% del EBITDA.



Galletas

- ✍ La marca **CUÉTARA** es la más vendida en la Península Ibérica.
- ✍ El mercado español de galletas está dividido en dos segmentos:
 - ✍ GALLETAS DE DESAYUNO
 - ✍ GALLETAS DE NO DESAYUNO o ESPECIALIDADES: con mayor valor añadido.
- ✍ En los últimos años el segmento de ESPECIALIDADES está teniendo un crecimiento mayor.

CUÉTARA es líder gracias a contar con el mejor mix de productos



Galletas: Exportación

- ✍ Tanto Sos Cuétara, S.A. como Bogal, S.A. desarrollan una importante actividad exportadora.
- ✍ Las exportaciones de galletas presentan una gran expectativa de crecimiento, especialmente hacia los países de Centro y Sudamérica.
- ✍ Una de las sinergias generadas tras la integración de Cuétara, S.A. ha sido el aprovechamiento de la presencia de redes comerciales de SOS en el exterior.

AREAS DE NEGOCIO



Aceites

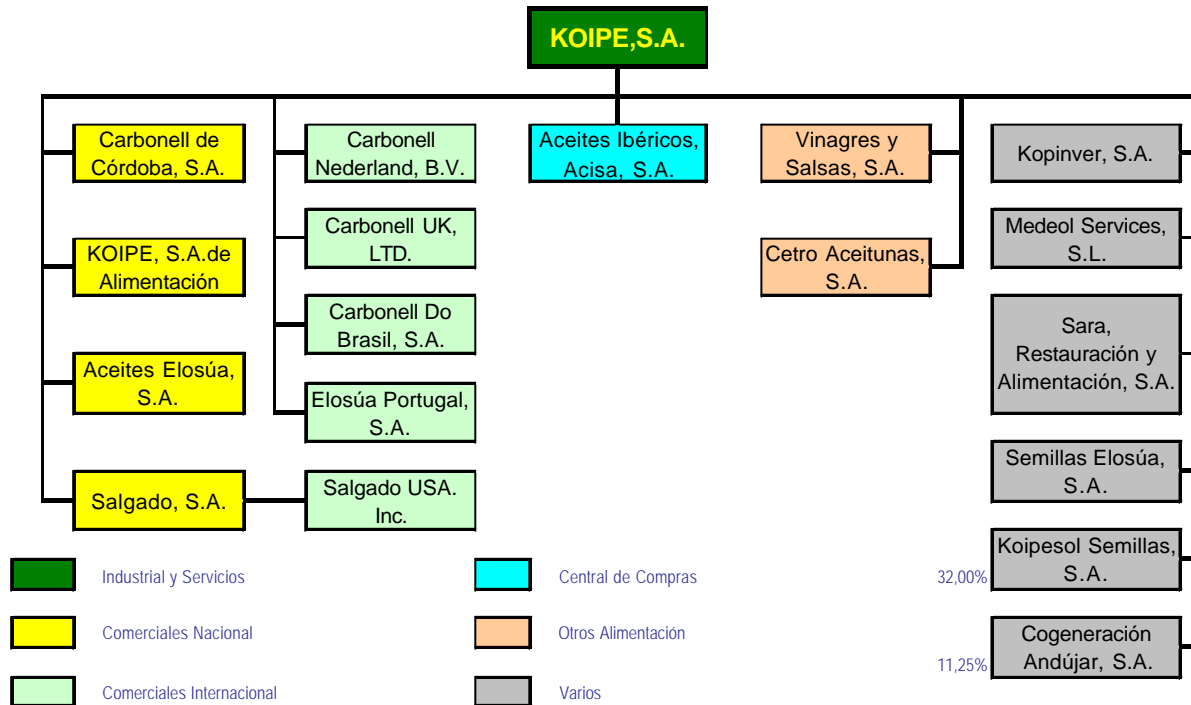


Aceites



El GRUPO SOS, como consecuencia de la adquisición de KOIPE, está ahora presente en los mercados de aceites, aceitunas, vinagres y salsas.



AREAS DE NEGOCIO



Salvo lo indicado expresamente, todas las sociedades están controladas, directa o indirectamente, al 100%.



Aceites

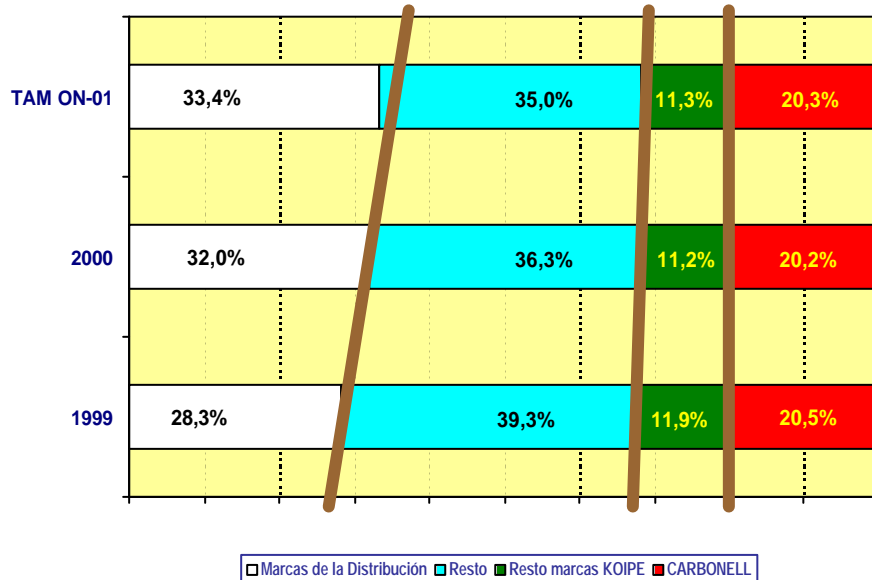
- ✍ El mercado español de aceites está dividido principalmente en dos segmentos:
 - ✍ ACEITE DE OLIVA: de precio más elevado, su consumo está asociado a una dieta más sana (*dieta mediterránea*)
 - ✍ ACEITES DE SEMILLAS: su consumo se debe a un menor precio. Entre ellos destaca el aceite de girasol, que supone más del 85% de este segmento
- ✍ En los últimos años se está produciendo un parcial desplazamiento del consumo de aceites de semillas a favor del aceite de oliva, y dentro de éste último especialmente al aceite de oliva virgen extra (mayor valor añadido).
- ✍ KOIPE, S.A. cuenta con marcas líderes en todos los segmentos del mercado nacional.
 - ✍ En aceite de oliva con 
 - ✍ En aceites de semillas con 



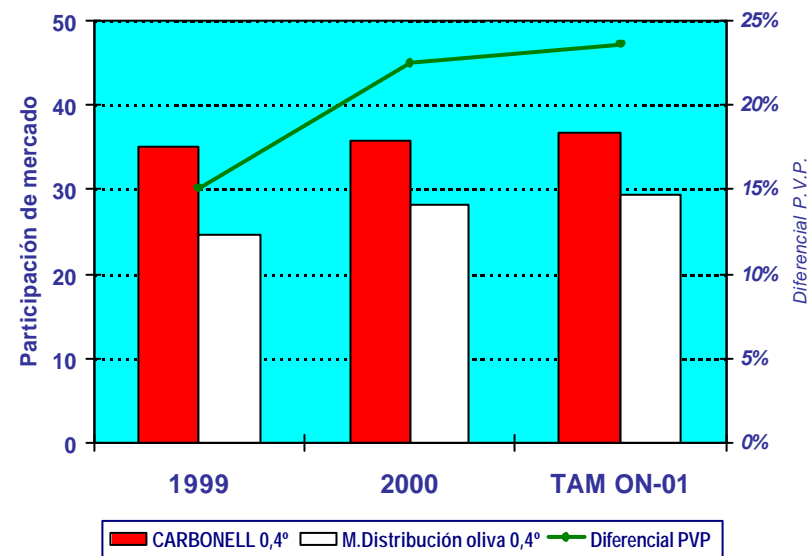
Aceite de oliva

- CARBONELL** es la marca líder del mercado nacional de aceite de oliva, al tiempo que es la marca más vendida en España de cualquier tipo de aceite.
- CARBONELL** mantiene su cuota de mercado incrementando su *premium price*.

CUOTAS-ACEITE DE OLIVA 2001



Evolución cuotas y *premium price*



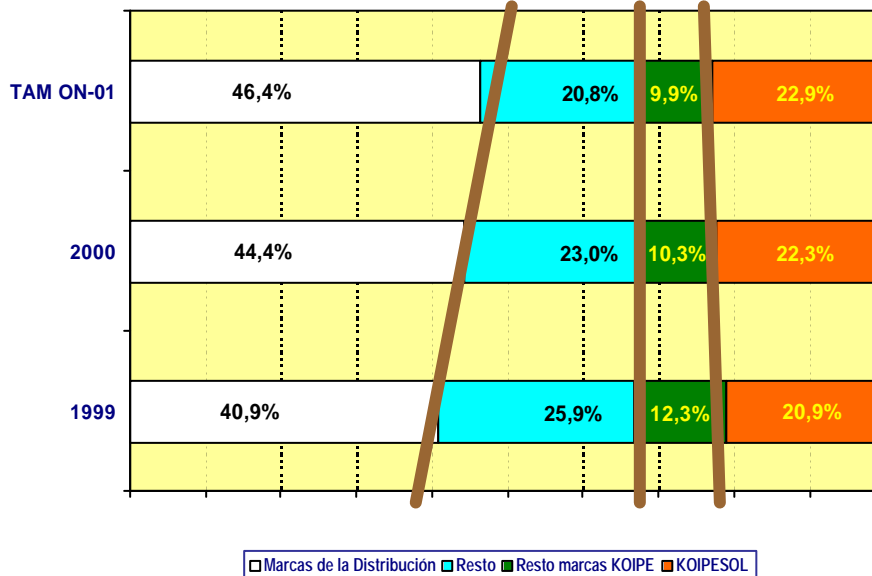
Fuente: NIELSEN



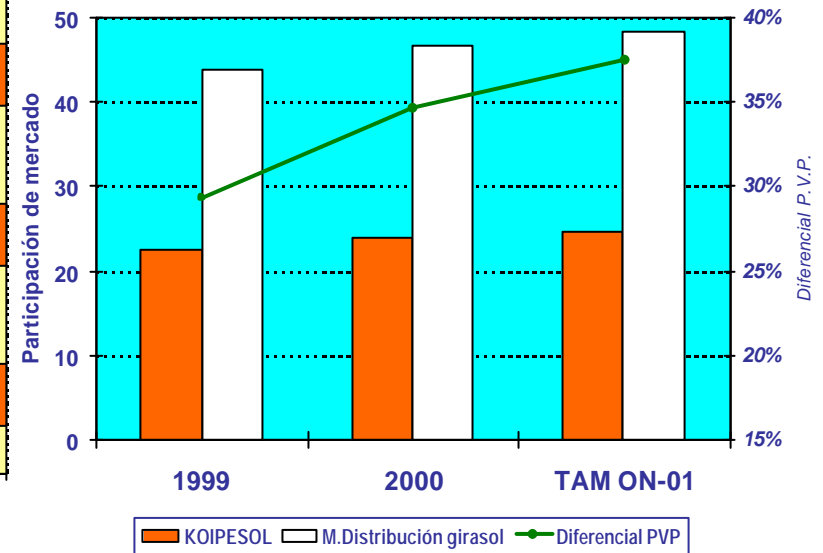
Aceites de semillas

- ✍ **KOIPESOL** es la marca líder del mercado nacional de aceite de girasol y del conjunto de aceites de semillas, siendo la segunda marca por volumen de ventas de cualquier tipo de aceite en España.
- ✍ **KOIPESOL** mantiene su cuota de mercado incrementando su *premium price*.

CUOTAS-ACEITES DE SEMILLAS 2001



Evolución cuotas y *premium price*



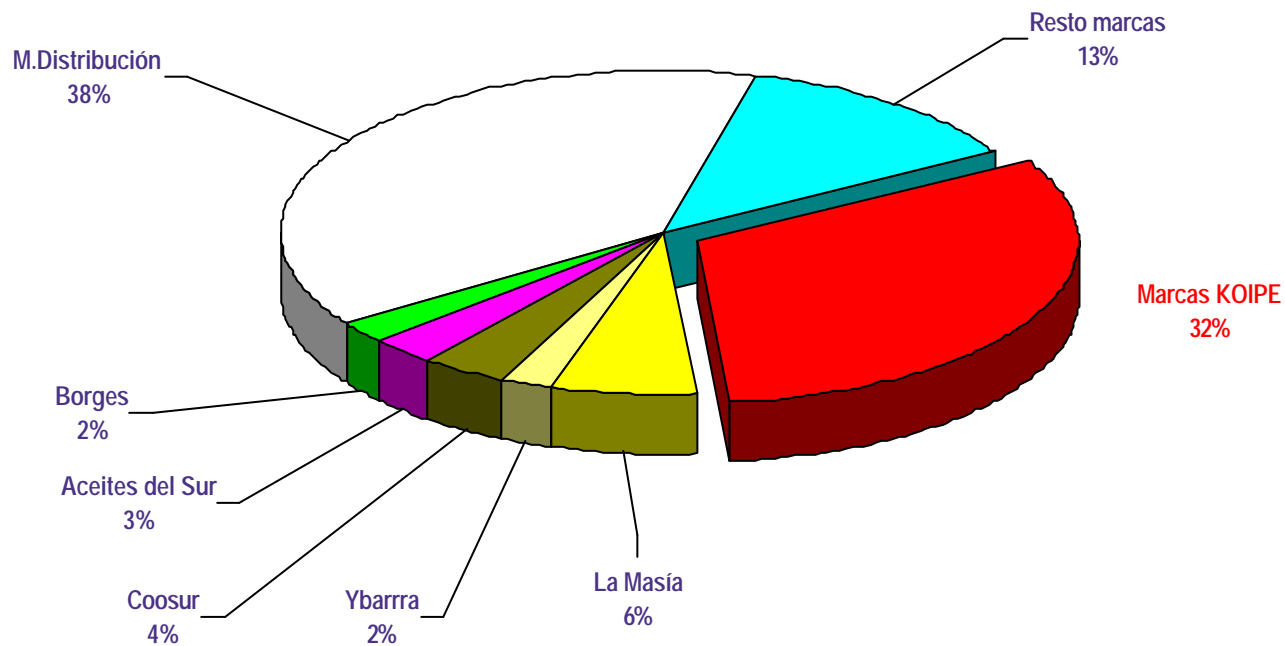
Fuente: NIELSEN



Total aceites

- ✍ En el total del mercado de aceites, las marcas de KOIPE ocupan el liderazgo de forma destacada.

CUOTAS-TOTAL ACEITES 2001



Fuente: NIELSEN TAM ON-01



Aceite de oliva: Exportación

- ✍ La difusión de las bondades del consumo de aceite de oliva (tanto en la salud como a nivel gastronómico), así como el aumento de disponibilidades en España, hacen posible el desarrollo de nuevos mercados.
- ✍ **CARBONELL** es, desde sus inicios, una marca con firme vocación exportadora, estando hoy presente en más de 70 países.
- ✍ En la actualidad, es la marca de aceite de oliva más vendida en el mundo, representando el 17,1 % de las exportaciones españolas de aceite de oliva envasado (fuente: ASOLIVA).

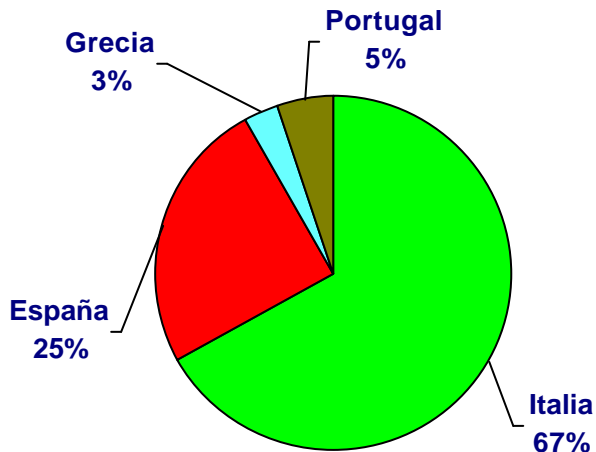




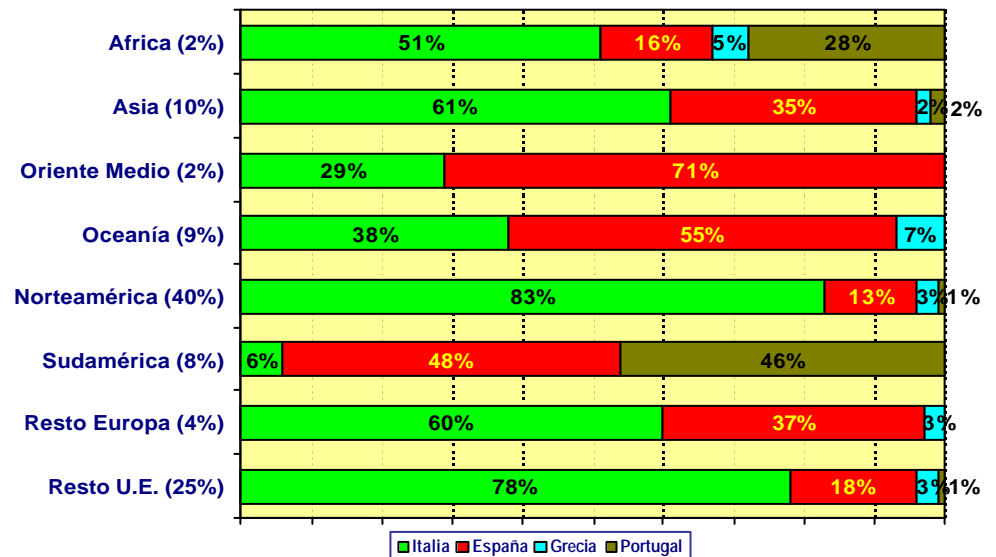
Aceite de oliva: Exportación

- ✍ España, siendo el país mayor productor del mundo, es el segundo exportador de aceite de oliva envasado, precedido por Italia.
- ✍ El aceite de oliva español es el más consumido en los mercados de honda raigambre hispana (Sudamérica) o en aquellos que se introdujo en primer lugar (Oceanía).

Principales países exportadores de aceite de oliva envasado (productores U.E.)



Cuotas de los principales países exportadores de aceite de oliva envasado (productores U.E.)



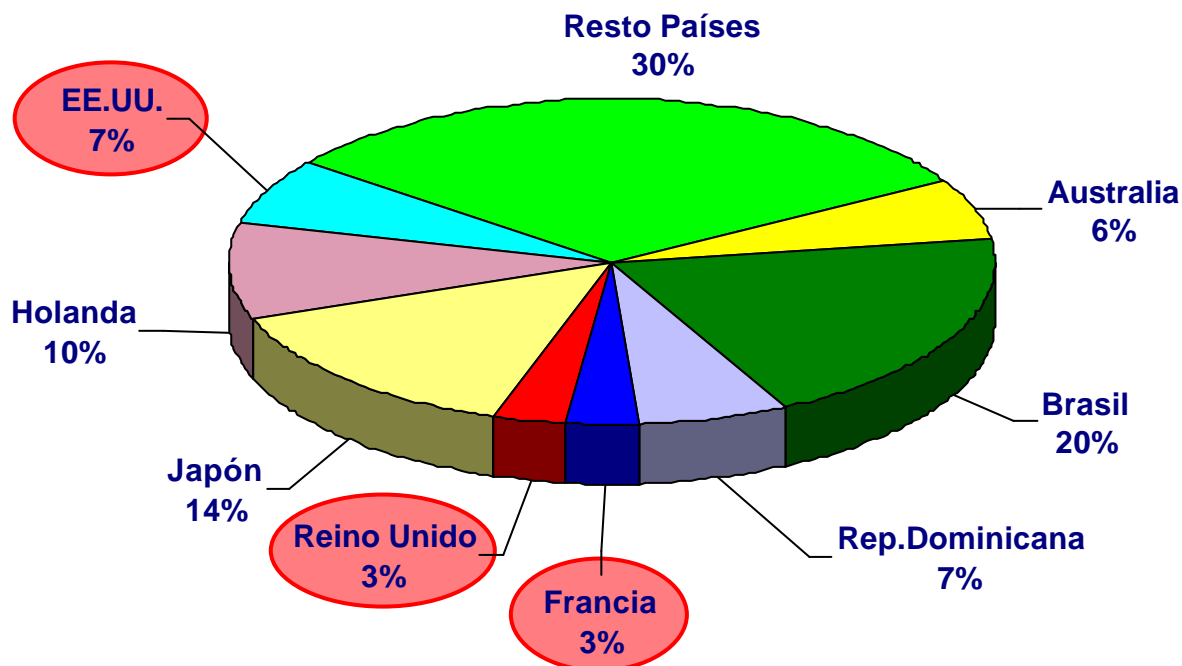
Fuente: ASOLIVA/Elaboración propia



Aceite de oliva: Exportación

- ✍ KOIPE tiene un gran potencial de crecimiento en este sector, ya que su presencia en algunos de los países con mayor aumento de consumo del aceite de oliva (Francia, EE.UU.,...) hasta ahora no ha sido muy elevada.

EXPORTACION ACEITE DE OLIVA ENVASADO
KOIPE POR AREAS – AÑO 2001



AREAS DE NEGOCIO



Aceitunas



Aceitunas

- ✍ La comercialización de aceitunas se desarrolla principalmente a través de la marca **CARBONELL**, tanto en el mercado nacional como en el exterior.
- ✍ **CARBONELL** está presente en todos los segmentos de este mercado:
 - ✍ Verdes
 - ✍ Negras
 - ✍ Rellenas
- ✍ En la actualidad, es líder de ventas en el segmento de negras.



AREAS DE NEGOCIO



Confitería



Confitería

✍ La división de confitería del GRUPO SOS está compuesta por:

✍ Dulces y caramelos

- 0 Interván, S.A.y Caramelos Pictolín, S.A.
- 0 Las marcas **CAFÉ DRY** y **PICTOLIN** son líderes en sus nichos de mercado.

✍ Dátiles y conservas

- 0 Bernabé Biosca Alimentación, S.A.es líder del mercado nacional de dátiles con la marca **EL MONAGUILLO**.

AREAS DE NEGOCIO



Condimentos



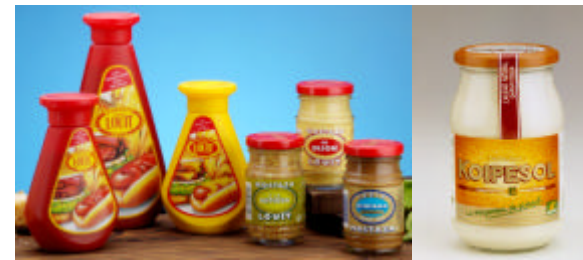
Condimentos

Vinagres

- ✍ Las marcas **PROCER** en el segmento de vinagres comunes y **LOUIT** en el de especiales son líderes en el mercado nacional.
- ✍ Las exportaciones se realizan principalmente bajo marca **CARBONELL**.

Salsas

- ✍ Elaboración y comercialización de mostazas, mayonesas y ketchup.
- ✍ Las marcas principales son **LOUIT** y **KOIPESOL**.



AREAS DE NEGOCIO



Otros







Otros

- ✍ El GRUPO SOS encuentra vías comerciales para los subproductos resultantes de la actividad industrial, a los que añade valor:
 - ✍ Producción y comercialización de harinas de semillas
 - Son un subproducto resultante de la molturación de semillas oleaginosas para la obtención de aceites.
 - Su destino es la alimentación animal.
 - ✍ Producción y comercialización de subproductos resultantes de la refinación del aceite de oliva: escualeno y ácidos grasos
 - Dichos subproductos son de muy apreciados por la industria cosmética.
 - El método y las instalaciones para su obtención son el resultado de nuestras propias investigaciones, habiéndose patentado.



Indice

-  **EL NUEVO GRUPO SOS**
-  **ÁREAS DE NEGOCIO**
-  **INTEGRACION DE KOIPE Y
CREACION DE VALOR**
-  **MAGNITUDES FINANCIERAS**



Sentido estratégico de la adquisición

- ✍ El GRUPO SOS entiende que el tamaño es fundamental para competir con creación de valor en los mercados nacionales e internacionales.
- ✍ Nuestra política de adquisiciones persigue incrementar el portfolio de marcas líderes.

INTEGRACION DE KOIPE



Experiencia

- ✍ El GRUPO SOS presenta una acreditada experiencia:
 - ✍ En la gestión de marcas líderes.
 - ✍ En la integración de organizaciones y sistemas.
 - ✍ En la coordinación de equipos profesionales.



Metodología

- ✍ La estrategia marquista llevada a cabo por el GRUPO SOS identifica y desarrolla las oportunidades de negocio y creación de valor por medio de un modelo de gestión basado en:
 - ✍ Política de precios.
 - ✍ Integración y racionalización de procesos de negocio.
 - ✍ Identificación de ahorros por dimensión.



Oportunidades

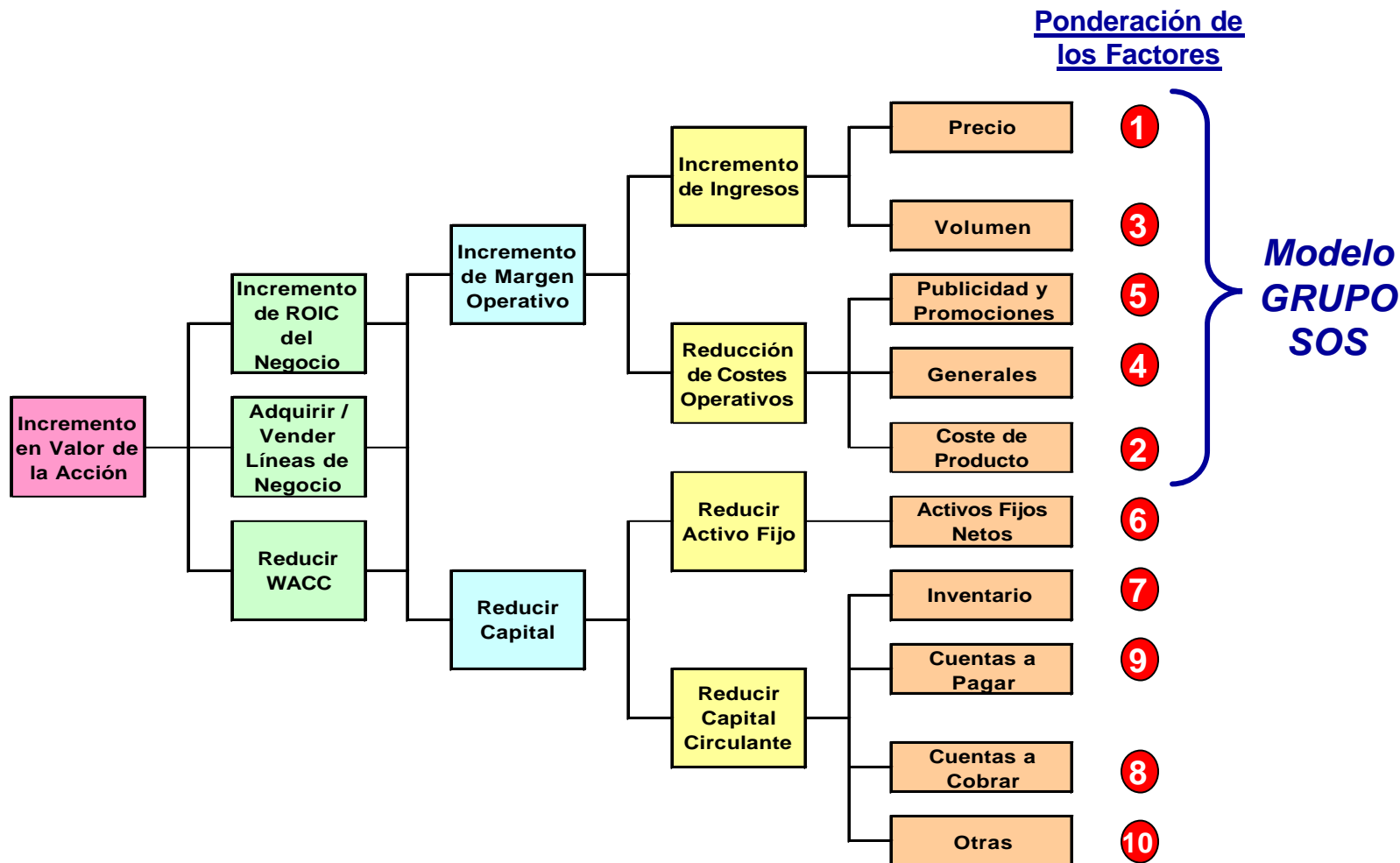
- ✍ La incorporación de las áreas de negocio de KOIPE ofrecen al GRUPO SOS oportunidades de creación de valor.
- ✍ Tras la realización de un análisis detallado de la cadena de valor de KOIPE, se identifican las siguientes oportunidades:
 - ✍ Mercado nacional: política de P.V.P.en marcas líderes.
 - ✍ Exportación: desaparición de restricciones derivadas del “efecto país”.
 - ✍ Ahorros en la estructura.



“Drivers” de Creación de Valor en una Compañía de Alimentación





Fuente: ACCENTURE

INTEGRACION DE KOIPE





Indice

-  EL NUEVO GRUPO SOS
-  ÁREAS DE NEGOCIO
-  INTEGRACION DE KOIPE Y
CREACION DE VALOR
-  MAGNITUDES FINANCIERAS



Evolución principales magnitudes

En millones de euros

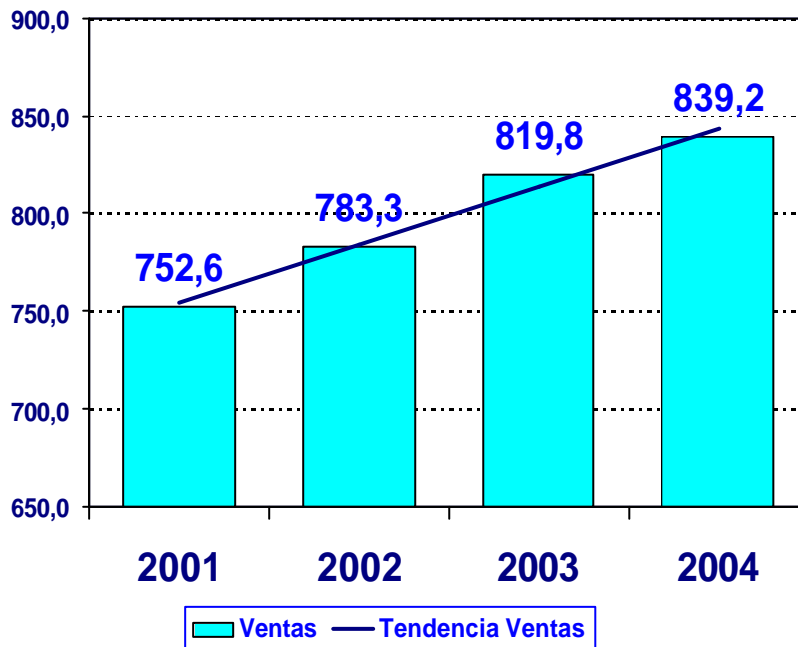
	2001 (E)	2002 (E)	2003 (E)	2004 (E)
<i>(Millones de Euros)</i>				
Ventas Consolidadas	752,56	783,29	819,84	839,19
EBITDA	44,96	89,77	101,87	112,17
% Ventas	6,0%	11,5%	12,4%	13,4%
EBIT	17,81	60,12	66,22	75,52
% Ventas	2,4%	7,7%	8,1%	9,0%
BAI	15,91	32,17	51,24	60,53
% Ventas	2,1%	4,1%	6,2%	7,2%
Bº Neto Consolidado	10,34	21,43	32,03	39,34
% Ventas	1,4%	2,7%	3,9%	4,7%
Deuda Neta Consolidada	321,63	291,21	242,89	185,70
EBITDA/Deuda Neta	7,15	3,24	2,38	1,66
BPA	0,60	1,12	1,63	1,99

Estimación realizada para periodos iguales de 12 meses (SOS CUETARA cierra en agosto y KOIPE en diciembre)

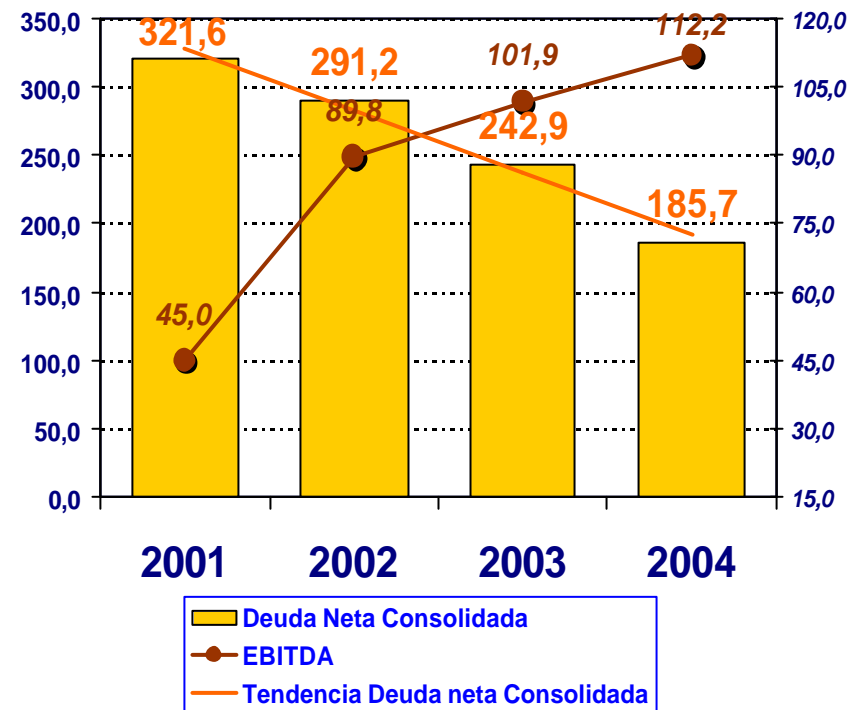
MAGNITUDES FINANCIERAS



Evolución estimada Ventas
En millones de euros



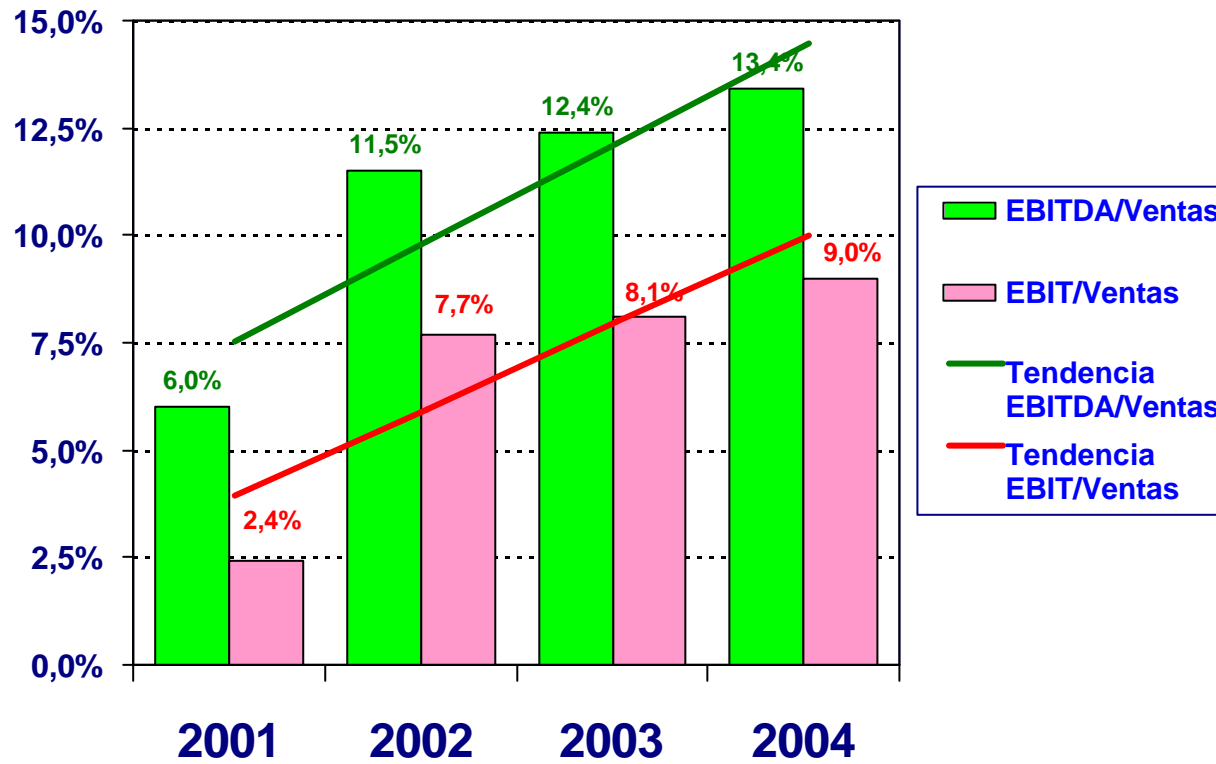
Evolución estimada Deuda Neta Consolidada y EBITDA
En millones de euros



MAGNITUDES FINANCIERAS

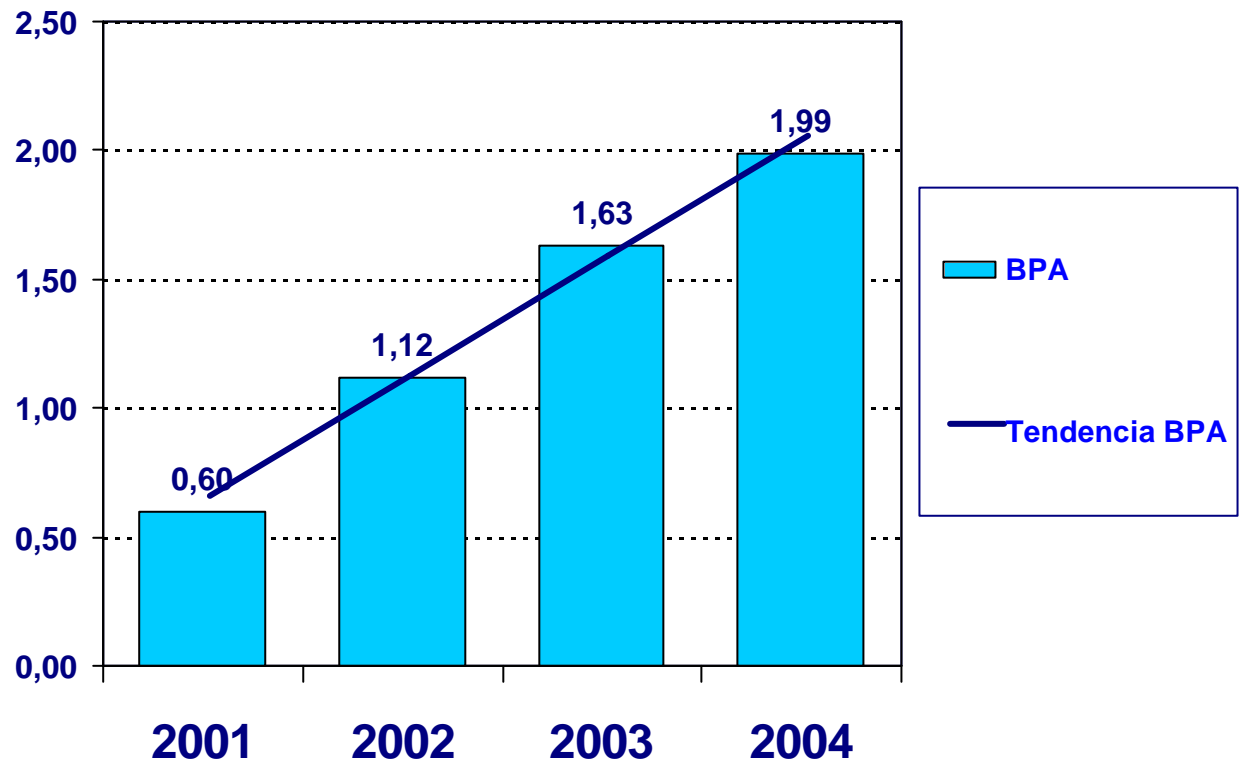


Evolución estimada EBITDA y EBIT En % sobre Ventas





Evolución estimada BPA



BPA calculado con datos consolidados neto de intereses minoritarios



GRUPO SOS

MARCAS ESPAÑOLAS
CONSTRUYENDO *EL FUTURO*

Bolsa de Madrid
18 de febrero de 2002