

GRUPO SOS REGISTRÓ UN BENEFICIO NETO DE 36 MILLONES DE EUROS, UN 28% MÁS QUE EN EL EJERCICIO ANTERIOR

- El grupo mantiene sus ingresos a pesar de la caída del consumo y el desplazamiento hacia las marcas blancas.
- El EBITDA se redujo un 56,4% por los resultados en aceites de semillas, lastrados por la alerta alimentaria del mes de abril.

Madrid, 27 de febrero de 2009.- Grupo SOS, líder marquista en los sectores de aceite y arroz, obtuvo en 2008 un beneficio neto de 36 millones de euros, esto es, un 28% más que en el ejercicio anterior.

A pesar de la ralentización del consumo y el desplazamiento de la demanda hacia las marcas de la distribución, el buen posicionamiento de las marcas de Grupo SOS ha permitido minimizar el impacto en el negocio de la actual coyuntura económica. Así, los ingresos se han mantenido en niveles del ejercicio anterior, con una facturación de 1.387 millones de euros en 2008.

El EBITDA del grupo en este período fue de 53,1 millones de euros, un 56,4% por debajo de la cifra del año anterior. La merma de la rentabilidad se debe fundamentalmente a los resultados del área de aceites de semillas, que ha registrado unas pérdidas de 44 millones de euros, debido a la volatilidad de precios del aceite de girasol y a la alerta alimentaria que lanzó el Ministerio de Sanidad y Consumo en el mes de abril.

Dicha alerta alimentaria tuvo como origen la detección de una partida de aceite procedente de Ucrania no conforme a la legislación, lo que implicó fuertes costes de recogida y reposición del producto. A su vez, originó una notable reducción de las ventas y un incremento de los gastos en publicidad para mitigar los efectos adversos de la alerta. En total, se generaron unos costes aproximados de 18 millones de euros.

Al mismo tiempo, el precio del aceite de girasol experimentó una elevada volatilidad durante todo el año, agravada con la retirada del aceite ucraniano, ya que motivó una desaparición del stock disponible, lo cual causó una fuerte tensión inflacionista. Sin embargo, en el último trimestre del año el precio se redujo hasta un 57%, de forma que el grupo ha contado en este período con un stock a un precio muy por encima del precio de origen, lo que ha supuesto unas pérdidas de 26 millones de euros.

En la división aceitera, las pérdidas del área de semillas se han compensado en gran medida con los buenos resultados en aceite de oliva. Si bien el mercado nacional se ha visto ligeramente afectado por la ralentización del consumo, las ventas



internacionales han crecido un 2,3%. Destaca el buen comportamiento del mercado italiano, donde el consumo se mantiene a pesar de la coyuntura, y el aumento de las exportaciones desde Italia, lo que demuestra la fortaleza de las marcas italianas del grupo.

En total, el área de aceites ha supuesto el 61,12% de la cifra total de ventas y el 20,59% del EBITDA total consolidado.

La división de arroz ha registrado una evolución muy positiva durante 2008, con un aumento de la facturación en torno al 15,3% y un incremento el EBITDA del 21,6%. A pesar de la escalada de precios en origen tanto en el mercado nacional (+36%) como en Estados Unidos (+50%), Grupo SOS ha mantenido sus ventas y sus cuotas de mercado gracias a su posición marquista y de liderazgo. Por otra parte, las buenas previsiones para la presente campaña, con un previsible aumento de la producción del 2,4%, están propiciando una estabilización de los precios desde principios de año.

La división de arroz representa el 23,3% de la facturación y el 41,5% del EBITDA total consolidado.

El área de diversificación tuvo un comportamiento en 2008 conforme al presupuesto, salvo en aceitunas y productos especiales, lo que ha motivado una ligera caída de los resultados. Esta área constituye el 4,84% de la cifra total de ventas.

Por último, el área de galletas, que fue vendida a Nutrexpa el pasado mes de diciembre, registró unos resultados en la línea del ejercicio anterior. Esta división suponía el 10,74% de la facturación total del grupo.

A nivel corporativo, en 2008 Grupo SOS ha acometido una serie de operaciones orientadas a enfocar su estrategia en aquellas áreas de negocio -aceite y arroz- con mayor potencial de crecimiento y dimensión internacional.

Así, a finales del mes de julio Grupo SOS adquirió Bertolli, marca italiana líder en Estados Unidos, por 630 millones de euros. En diciembre, el grupo se desprendió de su división de galletas por 215 millones de euros, una operación destacable habida cuenta del entorno económico desfavorable y las dificultades de financiación. Al mismo tiempo, Grupo SOS ha realizado una ampliación de capital que ha suscrito íntegramente Caja Madrid por importe de 150 millones de euros. Finalmente, Grupo SOS suscribió en diciembre un préstamo sindicado por valor de 994 millones de euros que se ha destinado a la compra de Bertolli y a la refinanciación de la deuda ya existente de la compañía.