



GRUPO SOS REGISTRA UN BENEFICIO NETO DE 6,2 MILLONES DE EUROS, UN 32% MÁS QUE EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2006

- **El EBITDA en este período ha sido de 25,5 millones de euros, un 35% más que en los tres primeros meses del ejercicio anterior.**
- **La estabilidad de los precios del aceite de oliva en origen, junto a la fortaleza de las marcas y a la capacidad exportadora de la compañía, han permitido incrementar los márgenes.**

Madrid, 10 de mayo de 2007.- Grupo SOS, líder marquista en los sectores de aceites, arroz y galletas, ha presentado hoy ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) los resultados correspondientes al primer trimestre del ejercicio 2007.

En los tres primeros meses del año, la facturación de Grupo SOS ha alcanzado los 340,2 millones de euros, un 1,93% más que en el mismo período de 2006. El EBITDA registrado ha sido de 25,5 millones de euros, un 35% más que en el primer trimestre del año pasado, y el beneficio neto ha alcanzado los 6,2 millones, un 32% más.

La división aceitera es la que mayores beneficios ha generado dentro del Grupo, con una facturación de 219,9 millones de euros, un 2,75% más que en el mismo período del año anterior, y un EBITDA de 13,6 millones, esto es, un 113% más. En total, la actividad aceitera de Grupo SOS ha supuesto el 64,6% de la cifra de ventas y el 53,6% del EBITDA total consolidado.

La producción española de aceite de oliva ha alcanzado en marzo los 1.093,2 miles de toneladas, una cifra superior a las 826,9 miles de toneladas que se registraron en el mismo período de la campaña anterior. Esto ha provocado un notable descenso de los precios del aceite en origen, lo que ha generado un aumento considerable de las exportaciones y del consumo interno, y ha permitido a Grupo SOS recuperar sus márgenes en la división aceitera. De hecho, durante el primer trimestre del año, la rentabilidad de Grupo SOS ha aumentado respecto a períodos precedentes por la fortaleza y la calidad de sus marcas.

El descenso de los precios del aceite de oliva en origen ha originado fuertes incrementos de ventas en los mercados internacionales. Los mayores crecimientos se han producido tanto en países que cuentan ya con una presencia significativa de las marcas de Grupo SOS, como Australia, Brasil o Nueva Zelanda, como en nuevos mercados emergentes, como es el caso de la India. En total, las ventas internacionales de aceite de oliva envasado de Grupo SOS han aumentado un 24,7% respecto al primer trimestre de 2006.

En el mercado italiano, donde Grupo SOS es también líder en aceite de oliva, las ventas de sus principales marcas, Carapelli y Sasso, han registrado un aumento en volumen del 6,1%.



Respecto al mercado de aceites de semillas, la mala cosecha nacional, como consecuencia de la sequía, y el aumento de la demanda para biocombustibles han motivado un aumento de precios de hasta el 8% en aceite refinado y del 9,6% en el caso del crudo. Aun así, el mercado total de semillas ha permanecido estable, al crecer un 1,1% en volumen. En Italia, la incorporación de la marca Friol ha permitido a Grupo SOS incrementar los volúmenes de ventas y de facturación de aceite de semillas, lo que ha llevado a la compañía a convertirse en líder de este segmento.

La división de arroz de Grupo SOS ha registrado una facturación de 66,5 millones de euros, un 6% más que en el primer trimestre de 2006, a pesar de que la notable disminución de las existencias mundiales y las malas expectativas de producción para esta campaña han provocado un considerable incremento de los precios del arroz en origen. El área de negocio del arroz representa el 19,6% de la cifra de ventas y el 20,7% del EBITDA consolidado de la compañía.

En cuanto a la división de galletas, el margen de EBITDA se ha incrementado del 15,5% al 16,1% respecto a los tres primeros meses de 2006, gracias a una tendencia favorable en los productos de mayor valor añadido. Sin embargo, el comportamiento de los productos básicos se ha visto modificado por el incremento del coste de algunas materias primas –cereales y oleaginosas- por un uso no alimentario de las mismas. Esto ha provocado un ligero descenso de las ventas, hasta los 33,4 millones de euros. El área de galletas supone el 9,8% de la cifra total de ventas y el 21,2% del EBITDA consolidado.

Por último, el área de diversificación, que representa el 6% de la facturación total del Grupo y el 4,5% del EBITDA consolidado, se ha mantenido estable, con un aumento de la facturación del 1,32%, hasta los 20,3 millones de euros.

Los resultados de este trimestre ponen de manifiesto que el aceite de oliva, principal área de negocio de Grupo SOS, gracias a una coyuntura de escasa volatilidad de los precios en origen, unido a la fortaleza de las marcas y a la capacidad exportadora de la compañía han permitido una inmediata recuperación de los márgenes. A su vez, la estabilidad de precios ha generado fuertes alzas en las exportaciones, no en vano el 50% de los ingresos del Grupo en estos tres primeros meses del año han procedido del exterior.

Por otra parte, cabe destacar la puesta en marcha del "Proyecto Tierra", que fue presentado el pasado mes de abril y cuyo objetivo principal es conseguir un abastecimiento a precios estables y competitivos.

En resumen, un buen trimestre en un entorno más favorable, que consolida las expectativas optimistas de la compañía respecto a la consecución de los objetivos anuales.