



**INFORME DE RESULTADOS
A 30 DE SEPTIEMBRE DE 2009**

DESTACADO:

- Las provisiones y gastos no recurrentes lastran fuertemente el resultado del período.
- El portfolio de marcas de Grupo SOS ha seguido mostrando su solidez manteniendo el crecimiento en ventas a pesar del difícil contexto económico actual.
- Los datos financieros están en línea con el Plan de Negocio elaborado por el nuevo equipo gestor y que sirve de base para el plan de reestructuración financiera.
- La actividad en Estados Unidos, representa un tercio de las ventas y el Ebitda del Grupo. Otro tercio lo representa el Sur de Europa, mercados con capacidad de crecimiento y mayor rentabilidad del negocio clave, el aceite de oliva.

(Cifras en miles de euros)

	CONSOLIDADO		
	Ejercicio Actual	Gastos y Provisiones No Recurrentes	Ejercicio Actual Ajustado
Importe Neto de la Cifra de Negocio	1.062.597		1.062.597
Aprovisionamientos	-772.076	2.272	-769.804
Gastos de Personal	-77.898	2.305	-75.593
Otros Gastos de Explotación	-225.515	96.403	-129.112
EBITDA	-12.892	100.980	88.088
Amortizaciones	-19.863		-19.863
Resultado de Explotación	-32.755	100.980	68.225
Gasto Financiero Neto	-101.305	49.069	-52.236
Beneficio antes de Impuestos (BAI)	-134.060	150.049	15.989

* Los gastos y provisiones no recurrentes se componen de:

- o Provisión por deterioro del saldo con empresas vinculadas con antiguos administradores de la sociedad por importe de 46.363 miles de euros.
- o Provisiones de circulante por importe de 50.899 miles de euros
- o Gastos de reestructuración por importe de 2.305 miles de euros.
- o Gastos de trabajos especiales encargados a asesores externos por importe de 1.413 miles de euros
- o Mark to market de derivados y otros activos financieros por importe de 49.069 miles de euros.

El EBITDA ajustado de los nueve primeros meses del ejercicio, tal y como se muestra en el cuadro anterior, es decir, sin considerar los gastos y provisiones no recurrentes registrados en el período, ha alcanzado la cifra de 88.088 miles de euros y el BAI una cifra de 15.989 miles de euros.

Como resultado de los procesos de auditoría que se están llevando a cabo, se han realizado ajustes contables y provisiones que minoran el EBITDA por un importe total de 97.262 millones de euros que vienen determinados, principalmente, por estimaciones más conservadoras en los criterios de valoración del circulante tales como, análisis de cobrabilidad de saldos de clientes y en las provisiones de los gastos comerciales, etc., En el apartado que afecta a los costes financieros, el mark to market de los derivados del Grupo, así como las provisiones por deterioro de determinados activos financieros vinculados a acciones de SOS ha tenido un impacto en la cuenta de resultados durante el tercer trimestre del ejercicio por importe de 49.069 miles de euros.

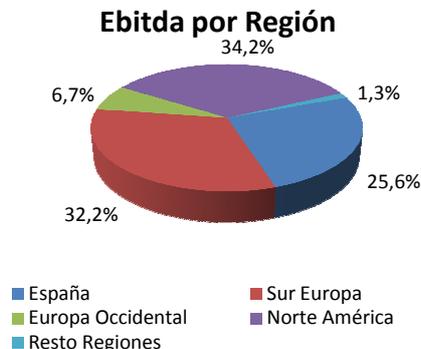
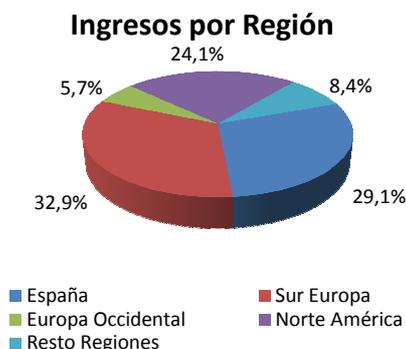
El resto de los gastos no recurrentes por importe total de 3.718 miles de euros, obedecen a los costes de reestructuración financiera incurridos así como a la gastos de reestructuración de plantilla.

Indicar, que estos ajustes son no recurrentes y que permitirán en un futuro, ofrecer datos comparables todo ello en el marco de, como se ha indicado anteriormente, una mayor prudencia contable.

RESULTADOS POR REGIONES

Tal y como avanzamos en la anterior información semestral, el Grupo ha dividido sus negocios en regiones geográficas, a 30 de septiembre de 2009, la distribución de los ingresos y del Ebitda por Región es la siguiente:

	INGRESOS	EBITDA	Margen Ebitda/ventas
España	308.694	24.847	8,05%
Sur Europa	349.196	31.248	8,95%
Europa Occidental	60.211	6.462	10,73%
Norte América	255.581	33.182	12,98%
Resto Regiones	88.915	1.304	1,47%
Centro Corporativo		-8.955	
TOTAL	1.062.597	88.088	8,29%



EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

A continuación se ofrece un desglose de las ventas y del EBITDA entre las diferentes actividades desarrolladas por el Grupo SOS:

	VENTAS			EBITDA		
	3er Trimestre 2009	3er Trimestre 2008	2009 Vs. 2008	3er Trimestre 2009	3er Trimestre 2008	2009 Vs. 2008
ACEITES	777.205	677.045	14,79%	80.403	40.764	97,24%
ARROZ	232.279	240.001	-3,22%	8.693	16.504	-47,33%
DIVERSIFICACIÓN	53.113	40.201	32,12%	-1.008	410	-345,85%
TOTAL	1.062.597	957.247	11,01%	88.088	57.678	52,72%
ACT. INTERRUMPIDAS		121.641			17.802	
NO RECURRENTE				-100.980		

Como se muestra en el cuadro anterior, el Grupo ha crecido en ventas en comparación con el mismo período del ejercicio precedente un 11,01%, sin tener en cuenta las actividades interrumpidas, para hacer comparable esta cifra hay que tener en cuenta los cambios en el perímetro de consolidación que comprenden la salida del negocio de caramelos y de la marca Dante.

Adicionalmente, la cifra de ventas en euros se ha visto afectada, principalmente, por la caída en los precios de la materia prima y consecuentemente en los precios de venta practicados.

Los precios en origen del aceite de oliva han sufrido una caída en términos de precios promedio y comparando septiembre 2009 versus 2008, del 23%, el impacto de esta bajada en términos de facturación para el Grupo ha sido superior a los 150 millones para el período analizado.

En términos de EBITDA la comparativa con el mismo período del ejercicio anterior muestra un crecimiento sustancial del 52,72% en comparación con el período precedente. La incorporación del negocio de Bertolli y el buen desempeño de las ventas nacionales en relación al período analizado ha hecho posible este sustancial crecimiento.

ACEITES

Oliva:

La producción española de aceite de oliva en la campaña 2008/2009 se estima en aproximadamente 1.026.000 tns lo que supondría una bajada de un -17% frente a la campaña anterior. Teniendo en cuenta las existencias iniciales y la producción antes mencionada, las disponibilidades para la campaña 2008/2009 serán aproximadamente de 1.391.000 Tm, cifra inferior en un -8,6% a la campaña pasada.

Durante el tercer trimestre de 2009 los precios en origen del aceite español han aumentado un 32%, en términos anuales, pasando de 1,8 €/Kg en diciembre de 2008 a 2,372 €/Kg en septiembre para el aceite lampante refinable. La misma tendencia se observa en el mercado italiano, con un incremento de precios en origen del 17%, pasando de 2,235 €/Kg al cierre de 2008 a 2,620 €/Kg. en septiembre de 2009.

No obstante, para el conjunto del período analizado, esto es septiembre 2009 en relación con septiembre de 2008, los precios promedio han bajado en torno al 20%, como se ha indicado en apartados anteriores.

a) Mercado nacional

En el entorno de mercado en origen antes descrito, el volumen de ventas al consumidor durante el tercer trimestre ha incrementado respecto al mismo período del año anterior, si bien el crecimiento es más moderado que durante el primer semestre de 2009 (+3,0% vs 4,3%). En términos acumulados, ventas al consumidor según datos Nielsen ha aumentado en volumen (TAM septiembre 09 vs TAM septiembre 08) un +4,1%. Este incremento en volumen se ve contrarrestado por un descenso del precio medio de venta, lo que hace que el mercado en valor descienda un -7,8% respecto al mismo período del año anterior. El descenso en los precios está motivado por la disminución de los precios en origen durante el primer semestre, así como por el incremento de las ventas en

promoción (+7,2%) y por el desplazamiento del consumo hacia la marca de distribución que practican precios más bajos.

En el actual entorno de recesión económica, el Grupo SOS, apostó durante el primer semestre de 2009 por un enfoque de mejora en márgenes. Sin embargo, considerando el cambio de tendencia en los precios en origen desde el mes de junio, y el fuerte desplazamiento de las ventas hacia la marca blanca, la estrategia del Grupo se ha focalizado en incrementar el volumen de venta mediante la realización de acciones promocionales dirigidas al cliente final, con objeto de reforzar las cuotas de mercado, que continúan estables respecto al año anterior. Esto ha provocado una reducción en la rentabilidad del tercer trimestre respecto a los seis primeros meses del año.

b) Mercado italiano

Durante este período el mercado de aceite de oliva en Italia, tradicionalmente marquista e inelástico, como consecuencia de la crisis de consumo, ha experimentado un ligero descenso en el consumo de aceite, variable en función de las variedades, -2.3% en virgen extra y -4% en oliva puro y, asimismo, las marcas de distribución han tenido crecimientos muy significativos del 4.3%.

No obstante, nuestro portfolio de marcas ha soportado razonablemente bien estas circunstancias adversas, con ligeras pérdidas en volumen y rentabilidad, siendo uno de los mercados más importantes del Grupo ya que aporta el 33% de las ventas y Ebitda.

c) Mercados internacionales

El entorno favorable de precios en origen ha ayudado al consumo de aceite de oliva en los mercados internacionales.

El posicionamiento internacional del Grupo SOS se ha visto sustancialmente mejorado con la incorporación del negocio de Bertolli que, especialmente en los Estados Unidos ha tenido un excelente comportamiento con recuperación de la cuota de mercado tras la gestión directa por parte del Grupo.

Semillas:

La producción mundial de aceite de girasol para la campaña 2008/2009 se estima que crezca un +19,5%, con respecto a la anterior, pasando de una producción de 9,7 millones de toneladas en la campaña 2007/2008 a 11,6 millones de toneladas en la campaña 2008/2009.

Hasta septiembre de 2009, los precios en origen del aceite de girasol crudo en España han fluctuado siguiendo la tendencia de los mercados internacionales, con aumentos de hasta el 14% durante el primer semestre, y una reducción durante el último trimestre, hasta situarse en niveles similares a los del cierre de 2008 (0,556 €/kg en septiembre de 2009 frente a 0,579 €/kg. en diciembre de 2008).

Por su parte, según los datos de Nielsen las ventas al consumidor durante los nueve primeros meses del año aumentan en volumen frente al mismo periodo del año anterior (+5,0%) pero disminuyen en valor (-10,7%), debido al efecto del fuerte descenso de los precios en origen experimentado en el periodo de septiembre a diciembre de 2008. Por su parte, las marcas del Grupo SOS han visto disminuida ligeramente su cuota de mercado durante este periodo.

El negocio del Grupo SOS de aceite girasol está en proceso de estabilización después de haber soportado fuertes pérdidas durante 2008 como consecuencia de la alerta alimentaria y de la fuerte volatilidad del precio en origen.

La rentabilidad de esta actividad se ha visto perjudicada por el elevado stock adquirido en 2008 a precios altos, cuya consumo se ha prolongado hasta el mes de septiembre de 2009. Una vez consumido todo el stock antiguo, la reposición se está haciendo a precios de mercado, por lo que se espera que durante los próximos meses se vaya recuperando de forma paulatina la rentabilidad en este negocio, como así apuntan los datos ofrecidos por esta unidad de negocio en el último mes.

ARROZ

Las buenas expectativas de producción a nivel mundial para la campaña 2008/2009 se han materializado en los términos previstos. Para la nueva cosecha 2009/2010 se prevé un ligero descenso a nivel global, sin embargo en Estados Unidos se estima obtener una subida del 8% con respecto a la campaña anterior.

En general, el consumo en los principales mercados donde opera el Grupo SOS se ha mantenido estable durante el primer semestre de 2009. La posición marquista y de liderazgo que ostenta el Grupo en sus principales mercados le ha permitido crecer en consonancia con el mercado con lo que ha sido capaz de mantener cuotas sin perder rentabilidad.

Al igual que en aceite, se constata la buena marcha del negocio arrocero del Grupo SOS en Estados Unidos tanto a nivel nacional donde nuestras marcas siguen teniendo un excelente comportamiento en los canales de mayor valor añadido (Retail y Horeca) como a nivel internacional con la marca Abu Bint. No obstante el buen desempeño del negocio las cifras del periodo analizado se ven afectadas por la devaluación del dólar ocurrida durante el mismo.

Los resultados del Grupo en la división de arroz siguen lastrados por las pérdidas provenientes del negocio de México y la Guyana si bien éstas se han recuperado en comparación con el trimestre precedente.

DIVERSIFICACION

Las diversas áreas que componen este segmento de negocio han tenido un comportamiento más o menos conforme a presupuesto, a excepción de la línea de aceitunas que todavía sigue aportando pérdidas como consecuencia del sobredimensionamiento que tiene en cuanto a capacidad y costes en relación a la actividad que tiene en la actualidad.

HECHOS SIGNIFICATIVOS

Durante el mes de octubre el Grupo ha mantenido reuniones con las entidades financieras acreedoras, así como ha iniciado los pasos tendentes a la aprobación por parte de las autoridades de un Expediente Temporal de Regulación de Empleo.

De ambos hechos se informó al público mediante la emisión de sendos hechos relevantes.



CONTACTO

Pueden conseguir más información a través de la página web de la Sociedad: www.gruposos.com, así como a través de la página web de la Comisión Nacional del Mercado de Valores: www.cnmv.es

Igualmente, Sos Cuétara, S.A. pone a su disposición el teléfono gratuito de atención al accionista **900 505 000** en el que se atenderán todas las cuestiones en relación con la información ofrecida.

Más datos de la Sociedad, a efectos de comunicación con la misma, son los siguientes:

SOS CUÉTARA, S.A.
C/ Marie Curie, 7, Edificio Beta
28529 – RIVAS VACIAMADRID

Teléfono: +34 91 319 79 00
Fax: +34 91 499 49 45
E-mail: accionistas@gruposos.com