



AVANCE DE RESULTADOS A 30 DE SEPTIEMBRE DE 2008

(Cantidades expresadas en miles de euros)

CONSOLIDADO		
Ejercicio Actual	Ejercicio Anterior	Diferencia %

Importe Neto de la Cifra de Negocio	1.078.888	1.021.193	+5,65%
EBITDA	75.480	69.117	+9,21%
Resultado antes de impuestos de actividades continuadas	21.734	20.150	+7,86%
Resultado del ejercicio de actividades continuadas	16.935	13.506	+25,39%
Resultado del ejercicio atribuido a intereses minoritarios	-1.599	-905	+76,68%
Resultado del ejercicio atribuido a tenedores de instrumentos de patrimonio neto de la Dominante	15.336	12.601	+21,70%
CAPITAL SUSCRITO	206.509	206.509	0,00%
NÚMERO MEDIO DE PERSONAS EMPLEADAS	3.233	3.257	-0,74%
BPA (Euros / Acción)	0,11	0,09	+22,22%

A pesar de la situación económica adversa global, el Grupo SOS ha mostrado una evolución positiva reflejando, con respecto al mismo periodo del año pasado, un crecimiento de Ventas y Ebitda de un 5,7% y un 9,2% respectivamente. A nivel de beneficio neto el comportamiento ha sido todavía más satisfactorio con un crecimiento de un 21,7%.

La disminución en el consumo percibida en los trimestres anteriores, se ratifica durante este trimestre. Las marcas de distribución, como ya apuntábamos, están siendo las principales beneficiarias de este contexto desfavorable en los mercados de gran consumo. Este efecto Grupo SOS lo está paliando parcialmente con acciones comerciales y canal.

El contexto en el que se han movido las materias primas básicas para el Grupo, durante el periodo del año corriente ha sido: Aceite de oliva, estabilidad en los precios, llegando incluso a apuntar a la baja, ante las perspectivas de una buena próxima cosecha. Aceite de girasol: los precios se han ido relajando conforme ha ido transcurriendo el año, haciéndolo de una forma más sensible a medida que se inicia la nueva campaña. Arroz: buenas perspectivas de producción mundiales, no obstante en España se ha disminuido, otro año más, la superficie cultivada, lo que ha dado lugar a incremento en los precios durante el periodo de forma significativa.

El cierre de la operación Bertolli, como su financiación se espera sea realizada a finales del presente mes.

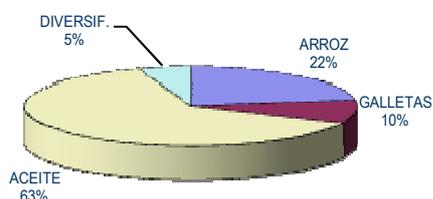


EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

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

	VENTAS			EBITDA		
	3er Trimestre 2008 (miles €)	3er Trimestre 2007 (miles €)	2008 vs. 2007 (%)	3er Trimestre 2008 (miles €)	3er Trimestre 2007 (miles €)	2008 vs. 2007 (%)
ACEITES	677.045	650.524	+4,08%	40.764	39.638	+2,84%
ARROZ	240.001	198.489	+20,91%	16.504	13.304	+24,05%
GALLETAS	105.357	97.137	+8,46%	17.802	15.534	+14,60%
DIVERSIFICACIÓN	56.485	75.043	-24,73%	410	641	-36,04%
TOTAL	1.078.888	1.021.193	+5,65%	75.480	69.117	+9,21%

DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS



Diversificación incluye las actividades de confitería, vinagres y salsas, aceitunas y la venta de subproductos industriales de la actividad aceitera.

TOTAL VENTAS: 1.078.888 miles de euros

ACEITES

Oliva:

La campaña 2008/09, próxima a comenzar se espera que sea muy buena a tenor de las excelentes condiciones meteorológicas habidas hasta la fecha.

Por su parte, a las buenas previsiones referidas anteriormente, hay que añadirle que el enlace de campaña se estima en unas 330 mil toneladas, lo que apunta a que la estabilidad de precios ocurrida en la campaña anterior, se siga manteniendo en esta.

a) Mercado español

En el entorno de mercado en origen antes descrito, la venta al consumidor según datos Nielsen ha aumentado en los nueve primeros meses un 4,8% siendo el principal motor de este crecimiento, como ya apuntábamos en la información trimestral relativa al segundo semestre, las marcas de la distribución y los segmentos más baratos. De esta forma se está notando un desplazamiento de la demanda de los formatos más Premium, como por ejemplo los vírgenes extras en botellas de vidrio, hacia los formatos el plástico.

Nuestras marcas premium están sufriendo este desplazamiento, sin embargo la estabilidad de los precios en origen están permitiendo mantener márgenes. No obstante, la compañía está realizando campañas publicitarias y actuaciones en el punto de venta para mitigar esta tendencia.

b) Mercado italiano



La demanda en el mercado italiano, como hemos afirmado en reiteradas ocasiones, es más inelástica a cualquier evento que el mercado español. Los crecimientos son propios de un mercado muy maduro pero, al contrario que en España, el consumidor es fiel a las marcas líderes, de manera que el peso de la marca de la distribución es muy pequeño.

El Grupo SOS cuenta, con un buen portfolio en todas las categorías lo que otorga mucha tranquilidad a esta división. Nuestras marcas han reforzado su liderazgo y mantienen la rentabilidad conforme a presupuesto.

c) Mercados internacionales

Globalmente ha continuado el crecimiento de nuestra actividad exportadora, las exportaciones desde España de aceite embotellado ha sufrido un parón durante el ejercicio, en beneficio de las exportaciones desde Italia. Esta inercia se ha dado en todo el mercado.

La revalorización del dólar, junto con la estabilidad de precios, debe ayudar a mejorar en general la evolución de las exportaciones del Grupo.

Semillas:

Como consecuencia de afrontar buenas campañas agrícolas en prácticamente todos los países productores, el precio del girasol ha comenzado a bajar, si bien no con la misma contundencia con la que subió, como anunciábamos en nuestra anterior información trimestral.

La denominada "Crisis del girasol" se ha hecho más palpable en términos de ventas en estos últimos meses acentuándose las caídas en el consumo. Este hecho ha impactado en nuestras marcas, especialmente en la marca líder del mercado Koipesol, que pese a portarse relativamente mejor que los competidores, ha sufrido en proporción a la cuota de mercado que detenta.

Los incrementos de precio realizados en meses anteriores, han paliado en términos de rentabilidad estas bajadas en las ventas.

- ✓ **El total de la actividad aceitera del Grupo SOS ha supuesto el 62,75% de la cifra de ventas y el 54,01% del EBITDA total consolidado**

ARROZ

Durante los primeros nueve meses del año los precios en origen tanto a nivel nacional como en Estados Unidos (nuestros principales mercados), han continuado al alza de manera que éstos han crecido un 47% y 56% en España y Estados Unidos respectivamente.

Sin embargo, la producción mundial de arroz de la presente campaña (2008/2009) se estima que crezca en un 1,2% con respecto a la anterior y, lo que es más importante, se proyecta que incrementen las disponibilidades de enlace de la actual campaña con respecto a la anterior en aproximadamente un 4%. Este hecho está propiciando la estabilización e incluso ligeras bajadas de los precios en origen a partir del mes de octubre de 2008.

A pesar del entorno inflacionista, el consumo en los principales mercados donde opera el Grupo SOS no se ha visto resentido. Asimismo, la posición marquista y de liderazgo que mantiene el Grupo SOS en sus mercados de actividad le ha permitido ir trasladando paulatinamente dicha subida en origen a los precios de cesión sin que sea vea mermado su volumen de ventas y por lo tanto sus cuotas de mercado.

Un trimestre mas es destacable el buen comportamiento del negocio del Grupo SOS en Estados Unidos y en México, donde nuestras marcas han tenido un excelente comportamiento en los canales de mayor valor añadido, retail y Horeca. Asimismo, es importante la evolución positiva que sigue mostrando el mercado de Arabia Saudita con la marca Abu Bint,

donde el Grupo ha seguido incrementando su volumen de ventas manteniendo prácticamente la estabilidad de los márgenes.

- ✓ **La división de arroz supone el 22,25% de la cifra de ventas y el 21,87% del EBITDA total consolidado**

GALLETAS

Si bien durante los primeros meses del año siguieron las tensiones inflacionistas en las materias primas (sobre todo trigo) es destacable la evolución bajista que han experimentado a lo largo del año. Como ejemplo, el precio del trigo comenzó a bajar, como consecuencia de una mayor producción, a partir de mayo y ya se ha situado a niveles de precios de agosto de 2007.

El mercado nacional ha incrementado el volumen un 2,9% sobre todo debido a la buena evolución de las galletas integrales no desayuno y las especialidades que han experimentado un crecimiento en volumen de un 8,7% y 8,2% respectivamente.

Es destacable la evolución positiva que han tenido las ventas del Grupo durante este último trimestre debido fundamentalmente al buen posicionamiento que tienen nuestros productos en los segmentos de crecimiento. Por otro lado se ha visto una mejora de márgenes en este último trimestre como consecuencia de la bajada de los precios de las materias primas.

La tendencia positiva de ventas y márgenes reflejada en el tercer trimestre continuará hasta la finalización del presente año.

- ✓ **El área de galletas supone el 9,77% de la cifra de ventas y el 23,59% del EBITDA total consolidado**

DIVERSIFICACION

Las diversas áreas que componen este segmento de negocio han tenido un comportamiento a presupuesto salvo la actividad de aceitunas y productos especiales lo que ha provocado una caída de las ventas. Del mismo modo, como consecuencia de la menor molturación de pipa (la mayor parte de las importaciones de girasol se han hecho con aceite crudo) la actividad de proceso y venta de harinas de girasol ha disminuido sensiblemente, afectando a la cifra de ventas. Durante el tercer trimestre se ha producido una pérdida de margen en los productos industriales lo que ha impactado negativamente en el beneficio de toda la línea de negocio .

- ✓ **El área de diversificación supone el 5,24% de la cifra de ventas y el 0,54% del EBITDA total consolidado**

EVOLUCION DE LOS PRINCIPALES RIESGOS E INCERTIDUMBRES

Riesgo Financiero

El Grupo espera cerrar la financiación para la adquisición de Bertolli, a finales del presente mes, la estructura concebida contempla la cancelación de los pasivos sindicados en vigor, de manera que no se incurren en incumplimientos.

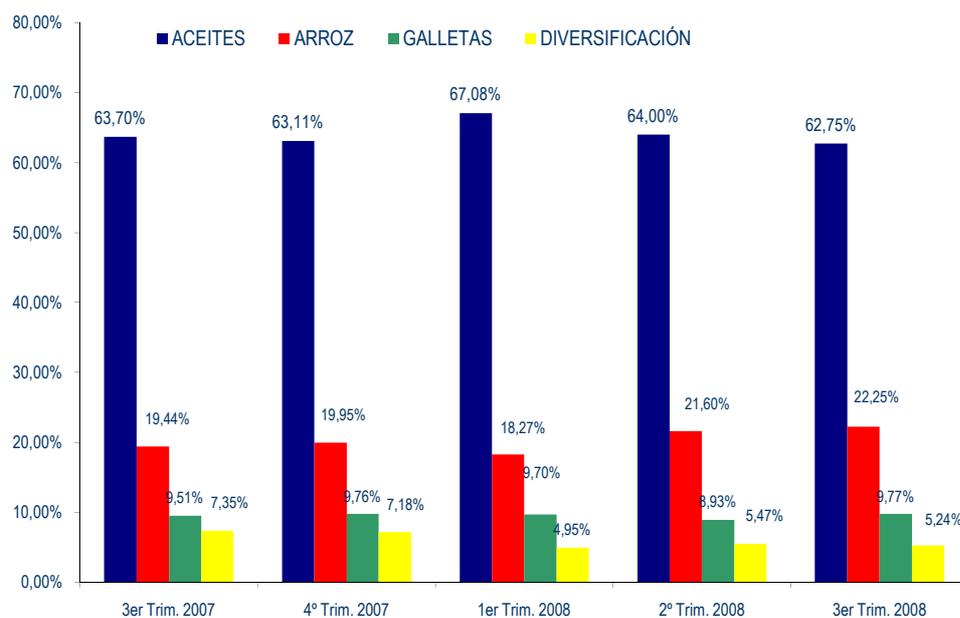
Como consecuencia de esta nueva financiación el Grupo deberá reestructurar las actuales coberturas sobre tipos de interés para adaptarlas al nuevo marco de financiación. La cancelación en su caso de los IRS, pueden tener impacto en las futuras valoraciones de los instrumentos de cobertura a valor razonable, que en estos momentos no es posible cuantificar con precisión por la volatilidad existente en el mercado.

Aprovisionamiento de materia prima

Como hemos apuntado en el informe, tanto el arroz como el girasol, están teniendo fuertes variaciones, al alza en el caso del arroz y a la baja en el caso del girasol. En principio, parecen variaciones propias de inicio de campaña y se espera que ambos productos sitúen sus precios y se estabilicen conforme transcurra la misma.

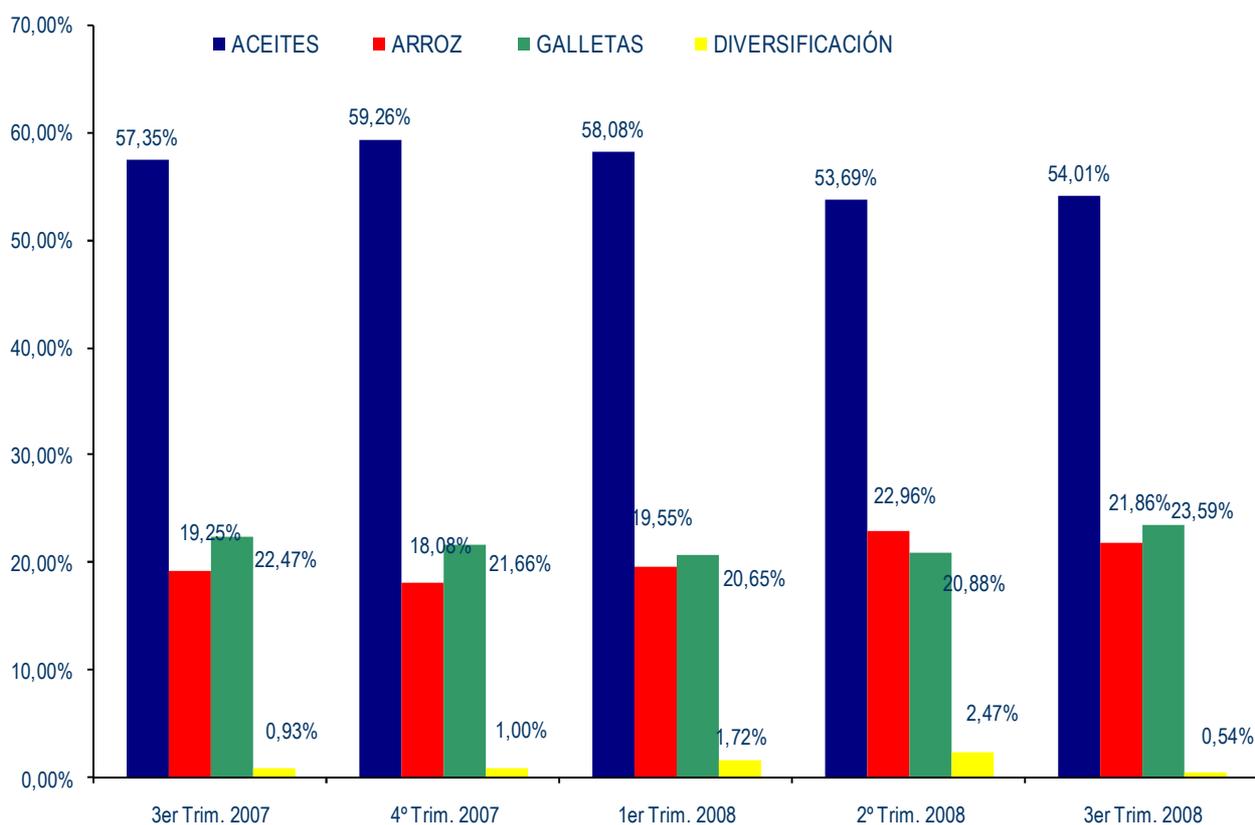
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS POR TRIMESTRE (EN %)*

VENTAS TOTALES: 1.078.888 miles de euros



EVOLUCIÓN DEL EBITDA POR TRIMESTRE (EN %)

EBITDA TOTAL: 75.480 miles de euros





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
28529 – RIVAS VACIAMADRID

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