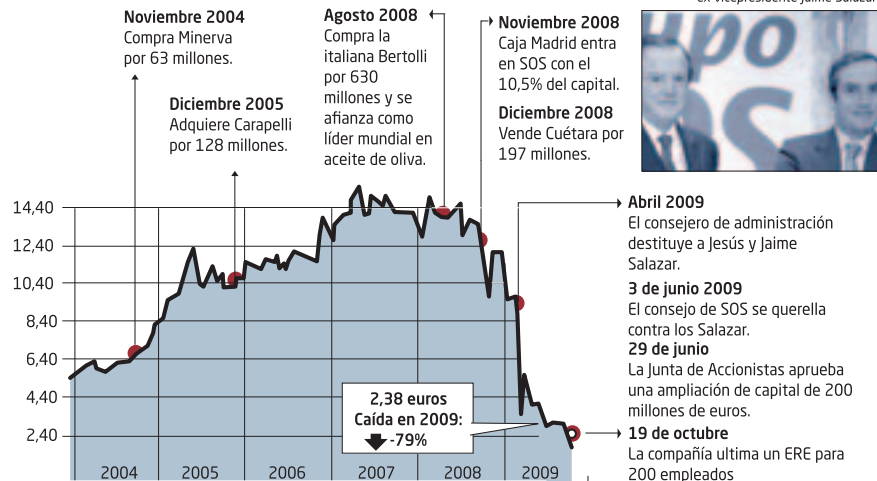


## Caída bursátil del Grupo SOS



FUENTE: Invertia, agencias.

EL MUNDO

# Nueva Rumasa: «Alianza con SOS o compra de marcas»

Aunque la familia Ruiz Mateos sigue intentando la unión con el grupo aceitero también aspira a comprar Carbonell

CARMEN LLORENTE / Madrid

Nueva Rumasa quiere salvar al grupo SOS de la ruina. La compañía propietaria de marcas como Dhul, Clesa, Trapa, Elgorriaga, Cacaolat, Apis y Fruco ha planteado una alianza al primer grupo aceitero español, con graves problemas de viabilidad, tras el desvío de fondos por más de 237 millones de euros presuntamente cometidos por los ex responsables de la compañía, Jesús y Jaime Salazar.

El grupo de la familia Ruiz Mateos ha remitido una propuesta a los nuevos ejecutivos de SOS para «asociarse con su división de alimentación y crear el mayor grupo del sector en España». Nueva Rumasa afirma que «no tendría ningún problema para refinanciar la deuda» del líder mundial en aceite de oliva que asciende a más de 1.200 millones de euros. Además, se compromete a asegurar el puesto de trabajo de los 3.150 empleados del grupo. La maltrecha empresa está preparando un ERE temporal, que afectará a más de 200 trabajadores.

Las sinergias de esta alianza se producirían tanto a nivel comercial como de producción y de distribución, y supondrían un «extraordinario crecimiento para los próximos años sin tener que desinvertir en ningún negocio del grupo», según precisa un portavoz de Nueva Rumasa. Por el contrario, para poder hacer frente a la enorme deuda, el nuevo equipo directivo de SOS ha formulado un plan de desinversiones, con el que se ponen a la venta todas las divisiones de la compañía con excepción, de momento, de la aceitera.

Nueva Rumasa afirma que la asociación entre las dos compañías, en la que la familia Ruiz Mateos tendría el control, daría lugar a «uno de los grupos empresariales de alimentación más grandes del



J. M. Ruiz Mateos. / L. DE LAS ALAS

## Construyendo un nuevo imperio

>Un cuarto de siglo después de la expropiación de Rumasa, el 23 de febrero de 1983, la familia Ruiz Mateos ha tejido un nuevo imperio bajo la denominación de Nueva Rumasa, integrado por un centenar de empresas de alimentación, bebidas, hoteles y gestión del suelo.

>Dentro de la división de alimentación, Nueva Rumasa cuenta con marcas líderes como Dhul, Clesa, Trapa, Elgorriaga, Cacaolat, Apis y Fruco.

>La última adquisición de los Ruiz Mateos se produjo el pasado mayo. Nueva Rumasa adquirió a la multinacional Kraft la fábrica de El Caserío en Mahón (Menorca), con lo que salvó a 164 trabajadores del paro.

país, tanto en volumen de facturación como en referencias y con amplia presencia internacional».

Pero si la alianza con SOS falla, Nueva Rumasa tiene un segundo plan en mente: pujar por alguna de las marcas líderes que integran la empresa aceitera. «O nos aliamos con SOS o compramos alguna marca», apuntan en la compañía. En concreto, el grupo de la familia Ruiz Mateos está interesado por Carbonell, la primera marca española de aceite de oliva, según aseguran fuentes del mercado. Aunque podrían apostar por alguna otra enseña como Koipe o el arroz SOS.

Fuentes de la empresa líder mundial en aceite de oliva afirmaron que no contemplan ninguna alianza o unión ni con Nueva Rumasa ni con ningún otro grupo. «Haremos sólo las desinversiones necesarias para poder reducir la deuda y lograr que los bancos acepten una refinanciación», explican en SOS.

Lo cierto es que, de momento, en el mercado hay gran desconfianza sobre la capacidad del nuevo equipo directivo de SOS para lograr sacar a la compañía de su grave situación financiera. En la última semana, las acciones de la empresa presidida por Mariano Pérez Claver han caído un 21,5%, y suma un desplome del 79% en lo que va de año.

Actualmente, la compañía con marcas de aceite internacionales como Bertolli y Carapelli tiene una capitalización bursátil de sólo 327 millones de euros, frente a los 1.800 millones que valía antes de que estallara el escándalo de los autocréditos de los Salazar.

La incertidumbre sobre el futuro de SOS es motivo de gran preocupación entre los agricultores. La organización agraria Asaja teme que la empresa termine siendo troceada y el negocio aceitero en manos de algún grupo extranjero.