

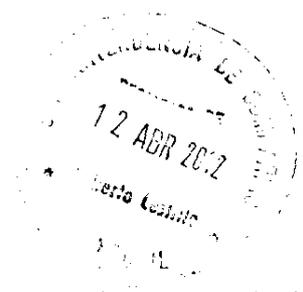


Guayaquil, Marzo 01 de 2012

Señores

SOCIOS DE LUTEXSA INDUSTRIAL COMERCIAL. CIA. LTDA.

Ecuador



Cumpliendo con las disposiciones legales y estatutarias, presentamos a ustedes el Informe de Gestión y los Estados Financieros del periodo comprendido entre el primero de enero y el 31 de diciembre de 2011.

#### Resumen Ejecutivo

Ecuador en el 2011 registró un crecimiento económico del 8%, el tercero más alto de la región luego de Panamá y Argentina, sustentado entre otros factores tales como:

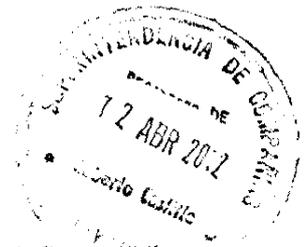
- El alto precio del petróleo que supera en un 36% contra el registrado en 2010.
- El impulso del sector de la construcción y los programas de vivienda financiados por el BIESS
- La alta tasa de recaudación tributaria que incrementa aproximadamente el 10% con relación al año anterior y que ha permitido al gobierno inyectar liquidez a la economía a través de la inversión y el gasto público.
- El incremento de crédito tanto de la banca privada como del BIESS empujando el consumo en los hogares.

En 2011 entró en vigencia la ley que regula el poder del mercado cuyo objetivo es evitar la concentración de la economía y regular los monopolios. Así mismo se aprobó una nueva reforma tributaria (ley de fomento ambiental) creando nuevos impuestos a la contaminación vehicular, plásticos y otros, además se incrementa el impuesto de salida de divisas del 2% al 5%.

A partir del año 2011 las compañías cuyos activos sean superiores a USD \$ 4 millones, están obligadas a emitir estados financieros de acuerdo a NIIF. Ecuador es el segundo país en Suramérica después de Chile en adoptar las NIIF como norma contable para la elaboración de los estados financieros.



**TERPEL**



## I. El negocio

El mercado tuvo un incremento del 8.9% en gran medida influenciado por el crecimiento del parque automotor y por el desvío de producto a través de las fronteras y vía marítima; se estima que el 8% del volumen total se fuga del país.

El gobierno a través ARCH tiene el control del combustible fijando cupos a las comercializadoras, hecho que dificulta el crecimiento de mercado dado que en algunas zonas las estaciones de servicio se quedan sin producto por horas o días en algunos de los combustibles.

### Estaciones de Servicio

Se alcanzó un cumplimiento del 100 % sobre lo presupuestado en ventas para esta línea de negocio, con un volumen de 108.7 millones de galones de combustible.

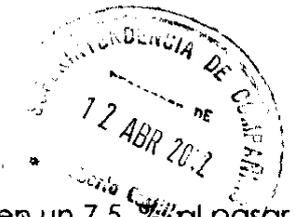
Principales cifras EDS	2010	2011
Volumen de ventas (millones de galones)	106,2	108,7
Participación de mercado de EDS	7,01%	6,6%
Crecimiento en ventas	-3,5%	2,3%

### Industria Fija

En el segmento Industrial se logró ampliar el portafolio de clientes principalmente en los sectores de construcción y agroindustria.

Principales cifras Industria Fija	2010	2011
Volumen de venta (millones de galones)	11,0	12,3
Participación de mercado de Industria Fija	3,1%	3,3%
Crecimiento en ventas	8,7%	11,7%

Una de los principales logros fue la consolidación de los procesos técnicos y ambientales en la Organización, lo que permitió brindar un mayor soporte y acompañamiento a las industrias.



## Lubricantes

En 2011, la línea de lubricantes aumentó su volumen de ventas en un 7.5 % al pasar de 190,181 galones de lubricantes vendidos en 2010, a 204,587 galones en 2011. Gracias al compromiso de los socios estratégicos en las ciudades de Guayaquil y Quito que ven recompensados sus esfuerzos al evidenciar la receptividad del mercado ecuatoriano a los altos estándares de calidad de los productos Terpel.

Principales cifras Lubricantes Ecuador	2010	2011
Volumen de ventas (galones)	190,181	204,587

## Negocios Complementarios

En 2011 la línea de negocios complementarios disminuyó su venta en 8.9% como producto de la restricción de la venta de licores en las EDS que representaba un 30% del total de los ingresos. Para contrarrestar esta medida se implementó un nuevo portafolio de productos comestibles que tuvo éxito y se consiguió minimizar el impacto en los resultados.

## Programas Comerciales

### Fuerza T

En 2011 se consolidó el programa de fuerza T en las ciudades de Guayaquil y Quito. Se premió con incentivos a isleros y administradores por sugerencia en las variables que se midieron: formación, ventas, imagen y servicio.

### Escuela de Isleros

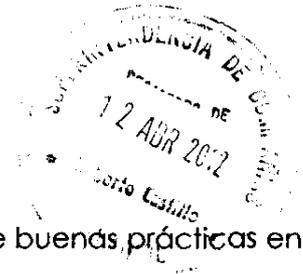
Este programa se continúa llevando a cabo con éxito a nivel nacional, con el fin de estandarizar y elevar el nivel del servicio al cliente; apoyando a su vez el desarrollo profesional y personal de quienes son la cara de la empresa ante el consumidor final.

## II. Excelencia en la operación

En el 2011 se mantuvo una operación segura y sin accidentes.

A pesar de los problemas presentados por falta de disponibilidad de producto del proveedor estatal, el abastecimiento a nuestros clientes en general se cumplió.

Con la búsqueda de nuevos proveedores y optimización de los diferentes procesos se logró un ahorro en los gastos operacionales del 10%



### III. Nuestro Capital Humano

Durante 2011, en la Organización continuo con el programa de buenas prácticas en salud y seguridad traducido en un buen clima organizacional.

Se ejecutó un Plan General de Formación basado en competencias que permitió desarrollar las habilidades y cubrir las necesidades específicas de los colaboradores para el buen desempeño de sus funciones. A través del mismo plan se fortaleció el liderazgo de los Jefes y Supervisores concientizándolos de la importancia de su participación activa en el direccionamiento de sus equipos de trabajo para la consecución de las metas organizacionales.

#### Programa Social

En Ecuador, Terpel ha marcado la diferencia y se ha destacado como una empresa comprometida con el desarrollo social de la población vulnerable del país. Esto obedece a que ha sido pionera en ir más allá evolucionando de las donaciones hacia un trabajo conjunto con organizaciones sociales y la comunidad.

En el 2011 inició una alianza con la Fundación Juconi, en pro de los niños y adolescentes de la ciudad de Guayaquil; con el objetivo de ser un proyecto sostenible, con un impacto duradero en la vida de la comunidad.

Con el proyecto TERPEL CON LA NIÑEZ DEL ECUADOR, la compañía y su comité de voluntarios sacan de su tiempo, horas para trabajar con niños y adolescentes que cuentan con su apoyo para retomar sus estudios, recibir talleres donde se incentivan iniciativas micro empresarios y formación.

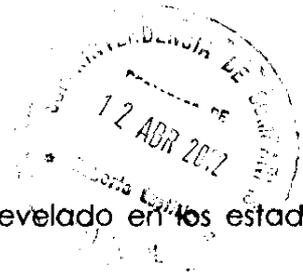
### IV. Finanzas

Se generaron ingresos por USD 132.9 millones, con una utilidad neta de USD 1.23 millones, que representaron el 1% sobre los ingresos totales. El EBITDA fue de USD 2.7 millones.

Por concepto de Regalías sobre la marca Terpel y Gastos de Backoffice, se desembolsó a la casa matriz USD \$ 0.8 millones.

El balance para el cierre del año, muestra una composición de activos totales por 17.6 USD millones, un pasivo total de USD 13.2 millones y un patrimonio de USD 4.3 millones. Del total del pasivo, USD 6.65 \$ millones corresponden a obligaciones con la Organización Terpel y USD \$ 0.2 millones al Helm Bank de Panamá.

En 2011 se adoptaron las NIIF como norma contable; Para el cierre de los Estados financieros se realizaron los ajustes correspondientes en Activos, Pasivos y Patrimonio como lo exige la citada norma internacional, lo que dio como efecto neto un incremento en el Patrimonio de USD\$0.3 millones.



V. Aspectos Jurídicos

No existen contingencias de tipo legal que no se hayan revelado en los estados financieros.

VI. Perspectivas

El gran reto para el 2012 es posicionar a Terpel en Ecuador como una compañía que mantiene el enfoque hacia al cliente, entregando ofertas de valor que contribuyan al crecimiento del negocio y a una operación rentable tanto para nuestros aliados estratégicos como para la Organización

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Didier Builes".

Didier Builes

Gerente General

Lutexsa Industrial Com. Cía Ltda.