

Guayaquil, Febrero 01 de 2013

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 2012.

#### Resumen Ejecutivo

De acuerdo a los datos reportados por el banco central el PIB en el tercer trimestre registra un crecimiento del 4,7%; para el cierre del 2012 se estima que la economía Ecuatoriana crecerá el 4.8% sustentado entre otros factores tales como:

- El alto precio del petróleo que tuvo un promedio de USD\$ 93,9 por barril.
- Crecimiento de la oferta y demanda global
- La alta tasa de recaudación tributaria que incrementa aproximadamente el 16% con relación al año anterior y que ha permitido al gobierno inyectar liquidez a la economía a través de la inversión y el gasto publico.
- El incremento de crédito tanto de la banca privada como del BIESS empujando el consumo en los hogares.

La inflación termino en el 2012 en 4,16%, baja en relación al 5,4% reportada en el 2011.

Para este año la tasa del Impuesto a la Renta disminuyo al 23%, tema que no aplica para Terpel Ecuador siendo el Anticipo determinado mayor al Impuesto causado y por Ley el primero se constituye en impuesto final.

## I. El negocio

El mercado tuvo un incremento del 3.89% en gran medida influenciado por el incentivo al consumo reflejado en precios bajos de los combustibles y por el desvío de producto a través de las fronteras y vía marítima.

La venta de carros comparado contra años anteriores donde el crecimiento fue muy representativo cayó un 16,9% en el 2012 limitando la expansión del negocio.

PetroEcuador continúa como líder del mercado debido a su política agresiva de afiliación de EDS con bajos márgenes y a una estrategia de precios al público inferiores al resto de competidores.

El gobierno a través ARCH tiene el control de los combustibles 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 100.2 % sobre lo presupuestado en ventas para esta línea de negocio, con un volumen de 110.7 millones de galones de combustible.

Principales cifras EDS	2011	2012
Volumen de ventas (millones de galones)	108.7	110.7
Participación de mercado de EDS	6.59%	6.44%
Crecimiento en ventas	2.3%	1.93%

### 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	2011	2012
Volumen de venta (millones de galones)	12.3	13.0
Participación de mercado de Industria Fija	3.3%	3.3%
Crecimiento en ventas	11.7%	5.48%

Uno de los principales logros fue la firma del contrato por 7 años con Holcim del Ecuador; empresa importante y de reconocida trayectoria para el desarrollo de la industria en el país

## Lubricantes

En 2012, la línea de lubricantes aumentó su volumen de ventas en un 3,6 %, al pasar de 204,597 galones de lubricantes vendidos en 2011 a 212,062 galones en 2012. 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 <sup>1</sup>	2011	2012
Volumen de ventas (galones)	204,597	212,062

## Negocios Complementarios

En 2012 la línea de negocios complementarios incremento su venta en 23% debido al éxito obtenido con la implementación de un nuevo portafolio de productos comestibles en las tiendas de conveniencia de la ciudad de Guayaquil.

Principales cifras de Tiendas de Conveniencia	2011	2012
Volumen de ventas (dólares)	768,113	944,085

## Programas Comerciales

### **Fuerza T**

En 2012 se consolidó el programa de fuerza T en las ciudades de Guayaquil y Quito.

Se premió con incentivos a isleros y administradores por sugerión 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 2012 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 4% con relación al presupuesto.

Se difundieron temas ambientales a los empleados de las diversas EDS de la red y clientes Industriales, incluyendo la prevención y control de derrames. Además se capacitaron aproximadamente a 200 niños de la fundación Juconi en cuidados y protección del medio ambiente.

Se mantuvieron charlas frecuentes con los transportadores, en la que se capacita y recuerda todas las buenas prácticas de ética, seguridad, medio ambiente y eficiencia en el servicio.

## III. Nuestro Capital Humano

Durante 2012 se capacitó en Excelencia al Servicio a todos los colaboradores de Terpel Ecuador. Capacitación encaminada a apalancar el valor del servicio, promoviendo en el personal su orientación a satisfacer las necesidades tanto al cliente interno como externo.

Además se concretamos iniciativas y mejoramos beneficios extralegales para los colaboradores, tales como:

- Contratamos un plan dental para todos los colaboradores
- Homologación en Ecuador del beneficio de los días de vacaciones considerando los días laborables.
- Otorgamos un seguro de vida pagado al 100% por la compañía

### **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 2012 capacitamos a aproximadamente a 200 niños de escuelas de bajos recursos beneficiarias de la Fundación Juconi, institución con la que concluimos la segunda fase de nuestro proyecto de responsabilidad social. Las capacitaciones estuvieron enfocadas en valores culturales y protección del medio ambiente.

Durante estos tres años del proyecto con Juconi hemos aumentado el número de voluntarios y apoyado fuertemente el programa de educación y de capacitación formal para niños, niñas y adolescentes, ayudando a erradicar el trabajo infantil y contribuyendo al desarrollo educativo de manera integral.

#### IV. Finanzas

Se generaron ingresos por USD 134.9 millones, con una utilidad neta de USD 0.718 millones, que representaron el 0.5% sobre los ingresos totales. El EBITDA fue de USD 2.48 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 19.0 USD millones, un pasivo total de USD 13.3 millones y un patrimonio de USD 5.08 millones. Del total del pasivo, USD 6.65 \$ millones corresponden a obligaciones con la Organización Terpel.

#### 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 2013 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



Didier Búiles

Gerente General

Lutexsa Industrial Comercial Cía. Ltda.