

Guayaquil, Marzo 23 de 2015

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 1 de enero al 31 de diciembre de 2014.

Resumen Ejecutivo

De acuerdo a los datos reportados por el Banco Central el PIB en el tercer trimestre registra un crecimiento del 4,9%; para el cierre del 2014 se estima que la economía ecuatoriana crecerá el 4.0%. El decrecimiento en el último trimestre es consecuencia de la caída vertiginosa de los precios del petróleo. Sin embargo, el crecimiento del 4% está sustentado entre otros factores tales como:

- El incremento de crédito tanto de la banca privada como del BIESS empujando el consumo en los hogares.
- Crecimiento en la exportación de productos agrícolas y camarones.
- La alta tasa de recaudación tributaria que incrementa aproximadamente el 7% 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.

La inflación termino en el 2014 en 3.67%, sube en relación al 2.70% reportada en el 2013.

Para este año la tasa del Impuesto a la Renta se mantiene en el 22%, tema que no aplica para Terpel Ecuador siendo el anticipo mayor al Impuesto causado y por ley el primero se constituye en impuesto final.

I. El negocio

El mercado tuvo un incremento del 4.09%, en gran medida influenciado por el crecimiento del parque automotor, 5,8%, igual al del 2013 y al incremento en el consumo de la industria.

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 continúa con su política de cupos a las comercializadoras, lo que ha permitido controlar el contrabando y brinda oportunidades de crecimiento de las comercializadoras de combustible, básicamente por intermedio de afiliación de nuevas EDS a la red.

Estaciones de Servicio

Se alcanzó un cumplimiento del 101.5% sobre lo presupuestado en ventas, con un volumen de 119.8 millones de galones de combustible, teniendo un incremento del 5.18% sobre las ventas del 2013.

Principales cifras EDS	2014	2013
Volumen de ventas (millones de galones)	119.8	113.9
Participación de mercado de EDS	6.51%	6.44%
Crecimiento en ventas	5.18%	2.90%

Industria Fija

En el segmento Industrial se logró cumplir con el 87% del presupuesto aprobado, pero se amplió el portafolio de clientes principalmente en los sectores de construcción y agroindustria, logrando mantener el volumen vendido durante el 2013.

Principales cifras Industria Fija	2014	2013
Volumen de venta (millones de galones)	15.0	15.0
Participación de mercado de Industria Fija	3.37%	3.49%
Crecimiento en ventas	0.1%	26.34%

Lubricantes

En el período 2014, con la línea de lubricantes tuvimos un decrecimiento en volumen de ventas de un -33%, al pasar de 211.842 galones en el 2013 a 141.147 galones en el 2014.

Las nuevas disposiciones y exigencias gubernamentales fueron determinantes en nuestros resultados, siendo estas de carácter obligatorio en especial con las Normativas Técnicas Ecuatorianas especificadas en la revisión RTE 014-R1 que nos indujo a convalidar todo el portafolio de productos con el INEN como entidad reguladora.

Además en este período se llegó a una terminación del contrato de distribución con el distribuidor Durallanta, lo que también influyó al decrecimiento en ventas por la falta de atención en las zonas de la Costa y Austro.

Las disposiciones antes mencionadas han ocasionado el desabastecimiento por períodos muy prolongados, lo que ocasionó el no poder asegurar inventarios para atender a nuestros clientes.

Para este nuevo período 2015, iremos recuperando mercado para lograr una mejor participación frente a la competencia y sortear los pormenores existentes por la influencia actual que se tiene del gobierno en disminuir las importaciones de Lubricantes.

Negocios Complementarios

En 2014 la línea de negocios complementarios incremento su venta en 55% 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	2014	2013
Volumen de ventas (miles dólares)	1.533	989

Programas Comerciales

Fuerza T, Escuela de Isleros y Cliente Incognito

Durante el 2014 se consolidaron los programas realizando la capacitación de 451 isleros, por intermedio de su escuela, la cual cambio su operatividad, llevándola directamente a cada estación de servicio.

Una vez capacitada el personal de cada estación de servicio, se evaluó con el programa de cliente incognito, la cual arrojó resultados en imagen de 4,38 y servicio de 2,88.

Con base en los resultados de la medición, se premiaron a 322 isleros, por destacarse en el cumplimiento de los estándares operativos definidos.

II. Excelencia en la operación

Se logró el abastecimiento a nuestras estaciones de servicio, a pesar de las restricciones de suministro de producto, generada por los cupos colocados por la entidad de control.

El ente regulador del gobierno realiza certificación anual de todas las estaciones de servicio del país. Debido a esto y para poder cumplir con todos los requerimientos, nos vimos en la necesidad de invertir en el mantenimiento de las estaciones, generando un crecimiento en gastos en un 9.6% con relación al presupuesto.

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. Se implementó la hoja de vida de los vehículos que nos prestan servicio de transporte, registrando en esta el cumplimiento de la normativa, revisiones realizadas, mantenimientos realizados, etc.



III. Nuestro Capital Humano

Durante 2014 se capacitó a todo el personal del área financiera, para enfrentar los cambios planteados por el gobierno en el sistema de facturación electrónica y reforma tributaria.

De igual manera se identificaron oportunidades de mejora de las competencias del personal, brindando capacitaciones en ventas, cobranzas y comunicación.

En aras del beneficio y competitividad empresarial se reestructuró la política de préstamos a empleados y se logró mejorar el cubrimiento de la póliza de asistencia médica.

Programa Social

Durante el 2014 se continuó con la alianza de la Fundación Juconi en pro de los niños y adolescentes guayaquileños, obteniendo una participación de 15 empleados de la compañía. Se ejecutaron las siguientes actividades:

Actividades Deportivas.

Se mantuvo el espacio deportivo con la finalidad de reducir las horas de trabajo en calle de estos niños. (Participaron 113 niños)

Actividades de Club de Arte

En las actividades de club de arte se trabajó en el fortalecimiento de los grupos colaborativos y las perspectivas de futuro sin trabajo infantil para generar expectativas positivas en los niños. (Participaron 40 niños)

Actividades de Clubes de chicos y chicas

En este proceso se realizaron actividades de formación en temas de género y derechos. (Participaron 25 niños)

Actividades de Huertos.

Se realizaron actividades de nutrición, y se concluyó con la fase de talleres formativos sobre el mismo tema. (Participaron 32 padres de familia).

IV. Finanzas

Se generaron ingresos por USD 146.9 millones, con una utilidad neta de USD 0.742 millones, que representaron el 0.5% sobre los ingresos totales. El EBITDA fue de USD 2.3 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 20.2 USD millones, un pasivo total de USD 13.7 millones y un patrimonio de USD 6.5 millones. Del total del pasivo, USD 6.6 \$ millones corresponden a obligaciones con la Organización.

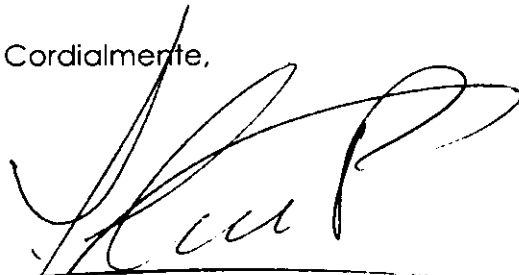
V. Aspectos Jurídicos

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

VI. Perspectivas

El gran reto para el 2015 es crecer nuestras ventas en 10% Vs. el 2014, incrementando el número de estaciones de servicio y clientes industriales, generando mayor presencia de mercado y recordación en el cliente final.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fabio H. Castro P.', written over a horizontal line.

Fabio H. Castro P.
Vicepresidente Ejecutivo
Lufexsa Industrial Comercial Cía. Ltda.