

PORQUE
SABÉMOS QUE ES
INTERES DE TODOS
CONTRIBUIR CON
EL PROGRESO
DEL PAÍS...

*Because we understand
that it is in the best
interest of everyone to
help the country move
forward...we make
a difference.*



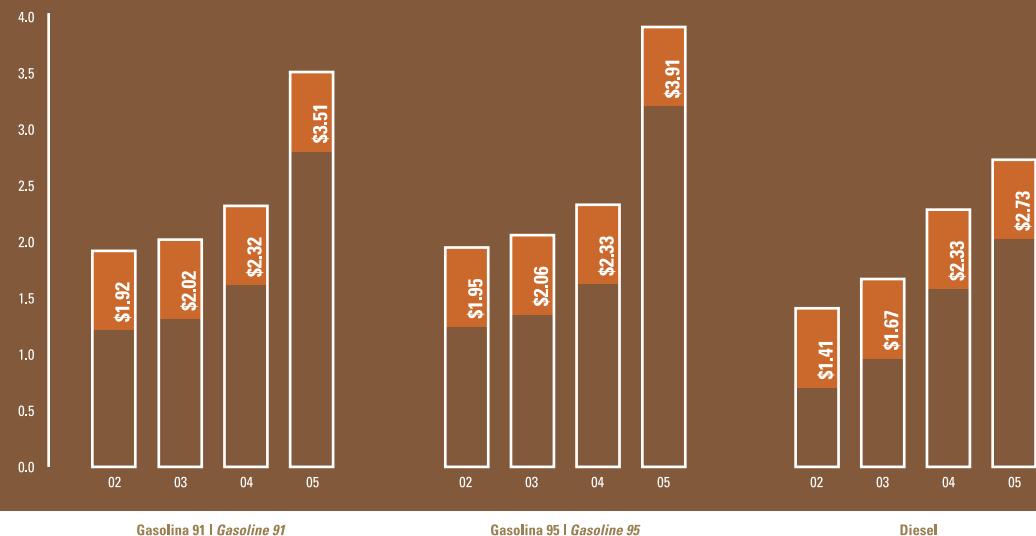
Empresa General de Petróleos

...HACEMOS LA DIFERENCIA



Reporte de la Administración | Report from the Administration

Precios máximos de los combustibles durante los años 2002 - 2005 en la ciudad de Panamá
 Top fuel prices in the city of Panama.
 Years: 2002-2005



En el informe del año anterior hicimos referencia al impacto que durante ese período tuvo el precio del crudo en el desarrollo de nuestra área de negocio y de las estrategias que para enfrentar este histórico hecho se habían tomado. En el tema del precio del petróleo la historia no se ha terminado de escribir, los niveles de precio que consideramos en el año 2004 como impactantes, se recrudecieron durante el año 2005 cuando el costo del barril ascendió hasta \$69.90.

Sin lugar a dudas, estos niveles de precio afectaron directamente el costo de los derivados de petróleo en nuestro país en donde alcanzaron niveles máximos históricos. La gasolina de 95 octanos llegó a costar \$3.91 por galón, la de 91, \$3.51 por galón y el diesel \$2.73 por galón.

Consecuencia directa de esta alza en el precio de los combustibles, fue el decrecimiento en el volumen de gasolina y diesel que se consumió en todo el país, el cual descendió en 17.6 millones de galones, es decir, una reducción del 4.9% con respecto al año anterior.

Ventas de gasolina y diesel en Panamá | Gasoline and diesel sales in Panama

Cifras expresadas en millones de galones | Volume expressed in million of gallons

	2005	2004	diferencia difference
Estaciones de Servicio Service Stations	255	256.1	-1.1
Industria y Comercio Commercial and industrial clients	76.9	99.2	-22.3
Gobierno Government	12.6	6.8	5.8
Total del mercado Total market	344.5	362.1	-17.6

Debido a la preparación de la empresa para operar y brindar soluciones proactivas en diversos ambientes de precio, logramos en el año 2005 mantener el primer lugar en porcentaje de participación de mercado.

In our 2004 report we made reference to the impact that crude oil prices had in the development of our business and in the strategies that were implemented to confront that historical event. The saga of record-breaking oil prices is yet to be over as price levels we deemed outstanding in 2004 rose in 2005 to an all-time high of \$69.90 per barrel.

Such international price-level fluctuations have affected the cost of fuel products in our country, where prices in 2005 reached unprecedented levels: 95 octane gasoline reached \$3.91 per gallon, 91 octane reached \$3.51 per gallon, and diesel reached \$2.73 per gallon.

A direct consequence of the increase in the price of fuel was a nationwide decrease in the consumption of gasoline and diesel of 17.6 million gallons, which represents a drop of 4.9% in comparison to the previous year.

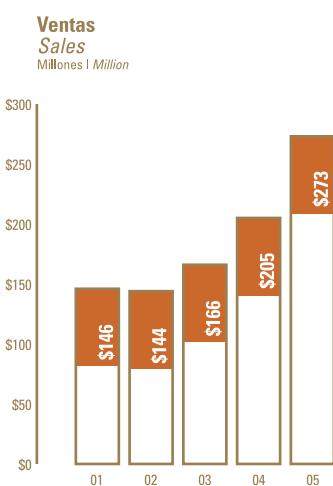
Despite these challenges, Petróleos Delta managed to maintain the largest percentage of market-share in the industry, thanks to its ability to operate and bring about proactive solutions in the midst of a volatile price-changing environment.

REPORTE DE LA ADMINISTRACIÓN

Report from the Administration



Fernando Romero
Vicepresidente Ejecutivo
y Gerente General
Executive Vice-President
and General Manager



Junta Directiva | Board of Directors

Federico Humbert
Presidente | President
Ricardo Brín
Vicepresidente | Vice-President
Raúl Alemán Z.
Tesorero | Treasurer
Jaime A. Arias C.
Secretario | Secretary
Felipe Motta
Director | Director
Alberto Motta
Director | Director
Osvaldo Heilbron
Director | Director
Emanuel González Revilla
Director | Director
Emanuel González Revilla L.
Director | Director

Vicepresidentes | Vice-Presidents

Alberto Domínguez
Ventas-Sector Industrial
Sales-Industrial Sector
Ricardo Ecker
Operaciones
Operations
Jaime Spencer
Finanzas
Finance
Pedro Valdés
Ventas-Estaciones de Servicio
Sales-Retail

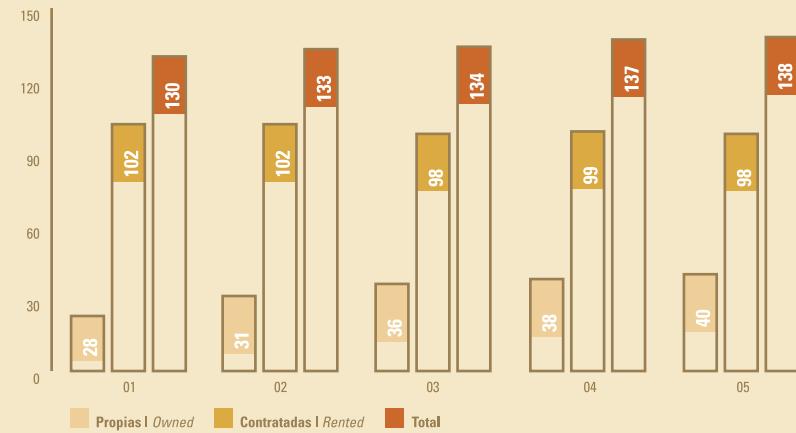
Gerentes | Managers

Juan Higinio Jiménez
Tecnología
Technology
Nipsi de Moreno
Ventas-Estaciones de Servicio
Sales-Retail

Reporte de la Administración | Report from the Administration



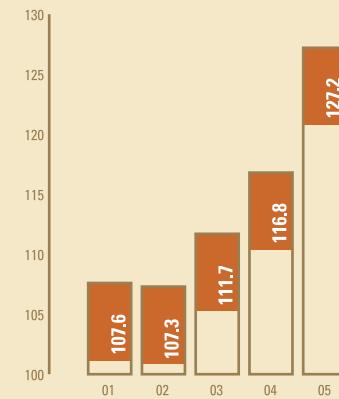
Cantidad de Estaciones
Number of Service Stations



Cantidad de Clientes Comerciales e Industriales
Number of Commercial and Industrial Clients



Galones Vendidos
Sales in Gallons
Millones | Million



Ganancia Neta
Net Income
Millones | Million



Estaciones de Servicio

No hay que perder de vista el hecho que a pesar de que el mercado se contrajo por el tema del precio, proliferan nuevos participantes representados en la estaciones de punto blanco o independientes. Lo anterior se traduce en una férrea competencia entre las 3 empresas transnacionales, la otra empresa local, las estaciones de punto blanco y nosotros.

Estos dos hechos ocasionaron que a pesar de que nuestra participación de mercado creció ligeramente, los márgenes de comercialización descendieron, lo cual se resume en menores niveles de ganancias.

Las adecuaciones de sistemas realizadas, en el período anterior, nos han permitido realizar los cambios que se han dado como consecuencia de la situación del mercado. En el año 2005 asumimos eficientemente la administración de 22 estaciones de servicio para un total de 51 estaciones administradas por Delta.

La penetración de Delta a todo lo largo del país con su amplia red de estaciones que suman 138 representa el 26% de todos los puntos de venta a nivel nacional.

Maxigas un nuevo producto para comercializar

Sin duda el acontecimiento más importante fue la introducción del gas licuado de petróleo para uso automotriz. Petróleos Delta fue seleccionada por Combustibles Ecológicos de Panamá como su distribuidor exclusivo para el nuevo producto Maxigas que está a la venta en estaciones de servicio seleccionadas.

El gas licuado, de cara a los altos precios de los otros derivados del petróleo, ofrece una alternativa interesante y económica tanto para el sector del transporte selectivo, como también para muchos propietarios de autos aptos para utilizar este combustible.

Al 31 de diciembre de 2005 diez estaciones Delta estaban debidamente equipadas y comercializaban este producto. Se está expandiendo esta facilidad en otras estaciones de la red lo cual nos posiciona de manera decisiva, en este nuevo mercado.

Service Stations

Despite the market contraction caused by price upswings, there was a proliferation of new local market participants, called "white spots", or independent fueling stations. This initiated a fierce competition among the three transnational oil companies operating in Panama, a local fuel distributing company, the "white-spot" service station owners, and Petróleos Delta. As a result of such circumstances, and notwithstanding our slight increase in market-share, our trading margins and profits decreased.

Operations and systems adjustments implemented in 2004 allowed us to respond to this year's market conditions. In 2005 we assumed management of 22 new service stations, bringing to 51 the total number of service stations under Delta's administration.

With a full-service network of 138 stations nationwide, Delta holds 26% of the total number of service stations in the country.

Maxigas, a new trading product

The most notable highlight in 2005 for the local fuel market was the introduction of liquid petroleum gas (LPG) for use in automobiles. Combustibles Ecológicos de Panamá appointed Petróleos Delta as the sole distributor of their new Maxigas product, which is now offered at selected Delta service stations in the country.

In view of the continuing high and unstable price of traditional fuel products, LPG offers an appealing, cost-effective alternative for smaller public transportation vehicles, as well as for individual car owners whose vehicles are suitable for this alternative type of fuel.

By December 31, 2005, ten Delta service stations were duly equipped to sell this new product. Similar investments are being made in order to expand this offering to other service stations, therefore positioning us as leaders in this new growing market.

Reporte de la Administración | Report from the Administration

Clientes comerciales e industriales

El 22.5% de reducción que este segmento sufrió a nivel nacional durante el año pasado, causó que el número de clientes comerciales e industriales que Delta abastece decreciera. No obstante, haciendo un análisis de la situación podemos afirmar que la reducción del 7.7% reflejada por Delta, fue inferior a la del resto de la industria. En adición, clientes que contaban con sus propias dispensadoras se han trasladado para abastecerse en nuestras estaciones de servicio.

En el segmento de combustibles de aviación aumentamos nuestra participación al sumar nuevos clientes de primera línea que se integraron a nuestra cartera de clientes.

Ventas

En el año 2005 las ventas en galones, comparadas con el año anterior tuvieron un aumento de 8.9% de 116.8 millones de galones a 127.2 millones de galones. Esto traducido a ventas en dólares asciende a \$275 millones, o sea un aumento de 33.1% debido sobre todo al incremento en el precio internacional del producto.

La ganancia neta de Petróleos Delta para el año terminado al 31 de diciembre del 2005 fue de \$3.3 millones.

Eficiencia operativa y recurso humano

La estructura organizativa de Petróleos Delta, el manejo de sus procesos internos y un estricto control de gastos han dado como resultados excelentes índices de eficiencia operativa.

La operación completa se maneja con 55 colaboradores que se distinguen por su amplio conocimiento del mercado y profesionalismo. El índice de rotación del personal de Delta es de 4% y la antigüedad media de los colaboradores es de 15 años. La edad promedio es de 44 años, una muy sana mezcla de experiencia y juventud.

Compromiso con la comunidad

La marca Delta es sinónimo en nuestro país de ética en el manejo de sus relaciones de negocio y permanente compromiso con la comunidad. Pertenecemos a la Red del Pacto Global.

Nuestras estaciones son centro de acopio de importantes eventos de carácter social como lo es Los Niños Primero, actividad anual de Nutre Hogar para la recolección de alimentos a nivel nacional. Asimismo somos centros de promoción y distribución de campañas sociales tales como la Cinta Morada y Respirito de Fundamujer y El Billete Dorado del Patronato Nacional de Nutrición entre otras; las cuales buscan dar respuesta a tantas necesidades de la comunidad.

En el área deportiva mantenemos nuestro apoyo año tras año con el béisbol nacional, baloncesto, fútbol y otros.

Commercial and industrial clients

Delta experienced a 7.7% reduction in volume in the Commercial and Industrial segments, a figure substantially smaller than the 22.5% drop experienced by the whole industry. Moreover, many of the clients who had been previously using their own on-premise fuel dispensers are now being supplied at our regular Delta service stations.

This year we also increased our participation in the aviation fuel segment by adding new prestigious clients to our existing portfolio.

Sales

Overall 2005 sales figures, in terms of gallons, showed an 8.9% increase compared to the previous year, rising from 116.8 million gallons to 127.2 million gallons. This represents \$275 million in sales, or a 33.1% increase, largely attributable to the higher international price of oil and oil fuel products.

Delta's net profit for the year ending December 31, 2005 was \$3.3 million.

Operating efficiency and human resources

Our streamlined organizational structure, the efficient management of internal processes, and a stringent control of expenses netted excellent operating efficiency ratios at Petróleos Delta.

Our entire operation is run by 55 highly skilled collaborators, who are recognized for their professionalism and their ample knowledge of market dynamics. Operational consistency is ensured by Delta's low staff turnover ratio of 4%. The average age is 44 years and average tenure at the company is 15 years - an energetic mixture of experience and youth.

Commitment to the community

Nationally, the Delta brand is synonymous with ethical management of business affairs and a permanent commitment to the community. The company is a member of the UN Global Compact Network.

Our pledge is renewed each year by our involvement in a series of activities. Delta service stations work as collection centers for major charity events, including the Los Niños Primero annual food collection drive held nationwide to benefit the Nutre-Hogar aid organization. Delta service stations also function as promotion and distribution centers for varied social campaigns that aim at assisting the many needs of local communities, such as La Cinta Morada and the Respirito campaigns, sponsored by the charity Fundamujer, and the Billete Dorado campaign that benefits the Patronato Nacional de Nutrición.

Estamos en un ambiente de negocios cambiante, en donde los precios de los productos derivados de petróleo varían diariamente, en donde se buscan nuevas alternativas, como lo es el gas licuado. Lo determinante es que como empresa distribuidora de derivados del petróleo estamos organizados para adaptarnos rápidamente al cambio y ofrecerle al mercado nacional siempre productos de la más alta calidad, el mejor servicio y sobre todo el respaldo de 24 años de experiencia.



Fernando Romero, Vicepresidente Ejecutivo y Gerente General | Executive Vice-President and General Manager

In sports, year after year, Delta offers its support to national baseball, basketball, football, and other sporting events that encourage teamwork, leadership, and healthy recreation.

We operate in the midst of a constantly shifting business environment in which raw material prices vary from day to day, and where we must be in continuous search for new alternatives, as is LPG. For us, the key is to maintain a flexible structure that will enable us to rapidly adapt to changes and remain capable of always offering our clients high quality products, the best service possible and, most importantly, the kind of backing that comes only with 24 years of successful business experience.