

# INFORME DE **SOSTENIBILIDAD** **2015**



## COMITÉ EJECUTIVO TERPEL

**Sylvia Escovar Gómez**

Presidente

**Daniel Perea Villa**

Vicepresidente de Asuntos Corporativos y Legales

**Kenneth Alexander Siefken Consuegra**

Vicepresidente de Mercadeo

**Tony Quintero Mejía**

Vicepresidente Comercial Combustibles

**Juan Pablo Giraldo Bejarano**

Vicepresidente de Lubricantes

**José Carlos Barreto Barrios**

Vicepresidente de Operaciones y Logística

**María Mercedes Carrasquilla Barrera**

Vicepresidente de Gestión Humana y Administrativo

**Óscar Andrés Bravo Restrepo**

Vicepresidente de Finanzas Corporativas

## COORDINACIÓN DEL INFORME

**Andrea Beatriz Cheer Leiva**

Directora de Asuntos Corporativos

**Tatiana Orjuela Cabrera**

Jefe de Responsabilidad Corporativa

Asesoría externa

**Desarrollo Visible**

Verificación independiente

**Deloitte & Touche Ltda.**

Concepto y diseño gráfico

**Typo Diseño Gráfico Ltda.**

Fotografía

**Archivo general Terpel****Nelson Cárdenas**

Corrección de Estilo

**Óscar Henry Hernández**

Marzo de 2016

Bogotá D. C. - Colombia





DESDE 2011 SOMOS SIGNATARIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS Y ESTAMOS COMPROMETIDOS CON SUS 10 PRINCIPIOS.

## GRI

G 4-20

G 4-21

# Alcance y cobertura:

Nuestro séptimo informe de sostenibilidad, corresponde al periodo del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2015.

## GRI

G 4-17

G 4-21

En este reporte presentamos el desempeño económico, social y ambiental de la Organización Terpel S. A. para las líneas de negocio: estaciones de servicio, gas natural vehicular, lubricantes, aviación, marinos e industria; en los países de operación: Colombia, Ecuador, México, Panamá, Perú y República Dominicana.

Hemos estructurado el informe según los criterios de conformidad para la opción Esencial de la guía Global Reporting Initiative versión G4 (GRI-G4) y es nuestra Comunicación de Progreso (COP) para el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

La verificación independiente la llevó a cabo Deloitte & Touche Ltda.

PARA AMPLIAR  
 INFORMACIÓN SOBRE  
 LA GESTIÓN DE  
 NUESTRO MODELO DE  
 GESTIÓN SOSTENIBLE  
 O ACERCA DE  
 NUESTROS INFORMES  
 DE SOSTENIBILIDAD:

Comuníquese con Tatiana Orjuela Cabrera [tatiana.orjuela@terpel.com](mailto:tatiana.orjuela@terpel.com)

Ingrese a <https://www.terpel.com/en/Sostenibilidad/>

Consulte <https://www.terpel.com/Global/Sostenibilidad/rs-ot-2015.pdf>



---

## Contenido

<b>Conversación con Sylvia Escovar Gómez</b>	6
<b>Actuamos desde un enfoque de sostenibilidad</b>	9
<b>Qué hacemos</b>	19
<b>Experiencias Memorables</b>	22
<b>Cómo y con quién lo hacemos</b>	37
<b>Buen Gobierno Corporativo</b>	38
<b>Crecimiento del Equipo Terpel</b>	45
<b>Consolidación de Red</b>	74
<b>Desarrollo de los Proveedores</b>	77
<b>Protección del Ambiente</b>	98
<b>Bienestar de las Comunidades</b>	117
<b>Índice de Contenido GRI</b>	132

**“La sostenibilidad se garantiza con altos estándares de gobierno corporativo y conductas íntegras y éticas que irradian a toda la compañía, tanto interna como externamente. Seguiremos trabajando con determinación para ser un aliado país y beneficiando a nuestros grupos de interés.”**

SYLVIA ESCOVAR GÓMEZ  
Presidente Terpel



# Conversación con Sylvia Escovar Gómez



### ¿Cómo entiende Terpel el desarrollo sostenible?

Creemos que para que sea sostenible, el desarrollo económico debe ir acompañado del desarrollo social y ambiental. Creemos, asimismo, que habrá sostenibilidad solo si nuestras decisiones están basadas en la ética y la transparencia como eje fundamental de las empresas. Es sobre estos conceptos, que hemos trazado nuestra estrategia competitiva y corporativa. En este orden de ideas, nos hemos planteado frentes de trabajo en sostenibilidad, para ofrecer experiencias memorables a nuestros clientes, fortalecer un buen gobierno corporativo, crecer con nuestros proveedores, proteger el ambiente y generar bienestar a las comunidades y a las personas que trabajan con nosotros.

En Terpel las personas son el centro de nuestras decisiones y la innovación es nuestro motor. Estamos enfocados en servir y queremos influir de manera positiva en las dimensiones y los frentes mencionados.

### ¿Cómo avanza Terpel en su propósito de ser la marca número en el corazón de los consumidores y de ser el mejor aliado en los lugares donde está presente?

Desde hace más de tres años, iniciamos un gran reto como compañía: pensar que nuestro servicio debe estar enfocado en atender a las personas que llegan con sus vehículos a las estaciones de servicio. La garantía de calidad de nuestros productos está siempre presente, pero nuestro foco está en generarle una experiencia memorable al ser humano que está dentro de la máquina. De esa forma, proponiendo una nueva experiencia de servicio, rompimos los parámetros en nuestra categoría y transformamos el sector de combustibles. Entendimos que los consumidores deben ser el centro de todas nuestras decisiones. Hoy puedo decir, que cada detalle en nuestras estaciones de servicio, en nuestras tiendas o autolavados y cada atributo de nuestros lubricantes y demás productos, están pensados para quienes nos visitan.

En el marco de esta estrategia, estamos cambiando la cara de las ciudades y carreteras en donde hacemos presencia, con estaciones más modernas, amigables, iluminadas, con baños siempre limpios y tiendas de conveniencia que reflejan la diversidad de las regiones en donde se encuentran ubicadas. Atendemos a diario a más de 1 millón de personas en nuestras estaciones en Colombia y eso nos impone el inmenso desafío de seguir garantizando los más altos estándares de calidad e innovación en nuestros productos y servicios.



Además de nuestro compromiso con el consumidor final, respaldamos con hechos nuestro principio de ser un aliado país: generamos, con nuestros afiliados a la marca, más de 8.000 empleos en el país, el 96,7% de nuestros proveedores son nacionales, servimos en el 100% de los departamentos en Colombia, le apostamos al mejoramiento de la calidad de la educación beneficiando a más de 540 mil niños y jóvenes colombianos, entre otras muchas cosas de índole nacional.

### **¿Cuál es el rol y el aporte de Terpel a la reconciliación en Colombia?**

Es preciso que los empresarios pasemos de espectadores a protagonistas de los cambios estructurales que demanda el país en este momento. Una de las grandes responsabilidades es la de mostrar, a través de su comportamiento ético y sus buenas prácticas empresariales, que se puede recuperar la confianza en el futuro.

Es necesario que nuestras acciones respalden nuestras palabras para que el perdón, la paz y la reconciliación de los que tanto hablamos hoy, revistan la potencia que les es inherente.

En Terpel, estamos revisando y aplicando las metodologías desarrolladas juiciosamente por organizaciones como la ANDI, la Fundación Ideas para la Paz, la Cámara de Comercio de Bogotá y Reconciliación Colombia, que están desplegando un esfuerzo significativo para proponer al sector empresarial valiosas orientaciones y métodos que nos permitan abordar la dimensión de nuestro compromiso con la reconciliación y con una paz sostenible.

Por ahora y en conjunto con la Agencia Colombiana para la Reintegración, hemos avanzado en nuestro compromiso hacia el perdón, la reconciliación y la paz a través de dos frentes de trabajo: (i) alternativas de empleo para las personas que están en proceso de reintegración; (ii) generación de espacios de proveeduría para incorporar productos provenientes de emprendimientos de personas reintegradas. Continuaremos ampliando nuestro potencial en este campo a medida que se concreten más escenarios de posconflicto.

Como aliados del país, seguiremos trabajando por una Colombia ética, productiva, incluyente y en paz.

Sylvia Escovar Gómez  
 Presidente Terpel





# Actuamos desde un enfoque de sostenibilidad

Porque lo que nos da sentido es lo que compartimos, porque buscamos generar valor y cultivar relaciones de largo plazo, porque estamos resueltos a ayudar a construir mejores sociedades y mejores entornos, y porque nuestra motivación es sumar esfuerzos para alcanzar un mismo fin. El enfoque de desarrollo sostenible ha permeado tanto la estrategia de negocio como la forma en la que pensamos y actuamos.

Trabajamos día tras día para ser una buena inversión para nuestros accionistas e inversionistas; la mejor opción en precio, servicio e infraestructura para nuestros clientes; el mejor socio para nuestros afiliados; el mejor cliente para nuestros proveedores; el mejor lugar para trabajar; el mejor vecino para nuestras comunidades y el promotor incansable de la calidad de la educación.

CTE	7.590
EXTRA	9.790
DIESEL	7.490



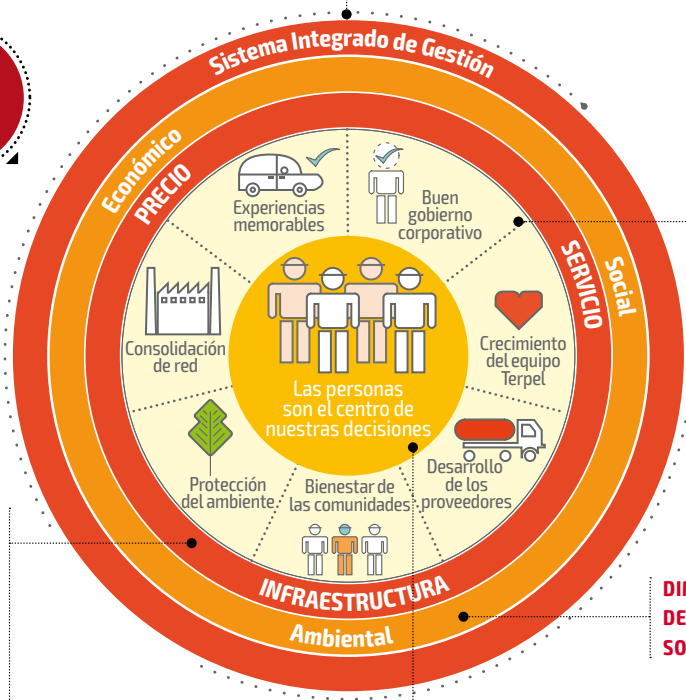
# Modelo de Gestión Sostenible

Desde 2009, empezamos a consolidar nuestro Modelo de Gestión Sostenible en el que integramos todas aquellas dimensiones de trabajo que son relevantes para la compañía y para nuestros grupos de interés.

**ESTRATEGIA CORPORATIVA:** enmarcamos nuestra estrategia de negocio en un propósito fundamental al que llamamos Aliado País. Lo anterior significa que antepone los intereses del país a los de la compañía, somos la empresa que llega a más rincones del territorio en forma responsable y con criterios de sostenibilidad, buscamos el crecimiento de los lugares en donde estamos presentes. Generamos empleos de calidad, contribuimos al progreso de nuestros vecinos y comunidades, y aportamos a la educación de calidad a través de los programas de educación de la Fundación Terpel.



**SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN (SIG):** herramienta que enmarca los fundamentos de nuestro modelo de negocio para cumplir con nuestra misión y proyectarnos hacia el logro de la visión. Las tres dimensiones económica, social y ambiental, materializan nuestro enfoque de sostenibilidad.



**EJES DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA:** son la triada que sustenta nuestra estrategia para ofrecer al consumidor el mejor precio, una infraestructura moderna y amigable, un servicio diferenciado, y nos permite seguirnos consolidando como la marca número uno en el corazón de los consumidores.

**EL CENTRO DEL MODELO** ubica a las personas en un lugar privilegiado.

**DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD**

**FRENTES DE ACCIÓN EN SOSTENIBILIDAD:** son los focos de trabajo para crear valor a los grupos de interés.

- **Experiencias Memorables:** trabajamos para satisfacer al máximo las necesidades de nuestros consumidores, para ser un aliado de confianza en todos sus desplazamientos y para respaldar con hechos su preferencia.
- **Buen Gobierno Corporativo:** somos una inversión segura y rentable para los accionistas e inversionistas. Actuamos con respeto, confianza y con los más altos estándares de integridad.
- **Crecimiento del Equipo Terpel:** contribuimos con el bienestar de nuestros empleados, quienes se identifican con nuestros valores y con la estrategia, y gracias a su vocación de servicio están orientados a lograr ser la marca número uno en el corazón de los consumidores.
- **Consolidación de Red:** mantenemos una relación de beneficio mutuo con los aliados comerciales, para consolidar una red única y homogénea.
- **Desarrollo de los Proveedores:** crecemos de la mano de estos socios estratégicos, para generar valor y beneficio mutuo que fortalezcan nuestros negocios.
- **Bienestar de las Comunidades:** somos activos en las comunidades en donde operamos y buscamos aportar al desarrollo y bienestar de las mismas. Generamos progreso porque llevamos combustible a todos los rincones y le apostamos a la calidad educativa a través de los programas de la Fundación Terpel.
- **Protección del Ambiente:** desarrollamos una operación que cumple con los más altos estándares de calidad y seguridad, siendo un aliado del entorno. Estamos comprometidos con el mejoramiento de la calidad de vida en las zonas donde operamos, con el cuidado del ambiente y con la implementación de iniciativas orientadas a mitigar el impacto de nuestra cadena de valor y con la reducción de la huella ambiental.



## GRI

## Relacionamiento con grupos de interés

G 4-25

G 4-26

Sabemos que el desarrollo sostenible no es posible sin la construcción de relaciones sólidas con los grupos de interés, y por esta razón, las personas son el centro de nuestras decisiones.

Hemos identificado y priorizado los grupos de interés, teniendo en cuenta las líneas de negocio, el contexto de las regiones y países en donde operamos, su influencia sobre la gestión de Terpel y nuestro impacto sobre sus realidades.

## GRI

G 4-24



Accionistas



Inversionistas



Empleados



Clientes y aliados  
comerciales: de cada  
segmento de negocio



Consumidores



Proveedores



Comunidad:  
vecina y relacionada  
con la Fundación Terpel



Gobierno



Autoridades



Gremios



Competidores



Líderes de opinión

Contamos con diversas instancias de relacionamiento, adecuadas según los contextos, perfiles y particularidades de cada grupo, que son administradas por quienes tienen relación directa. A través de estas instancias, informamos, rendimos cuentas y recibimos insumos valiosos para nuestros procesos de toma de decisiones y gestión.



## Principios de comunicación con los grupos de interés

Oportunidad ▶ Transparencia ▶ Confianza ▶ Disponibilidad ▶ Efectividad ▶ Legalidad

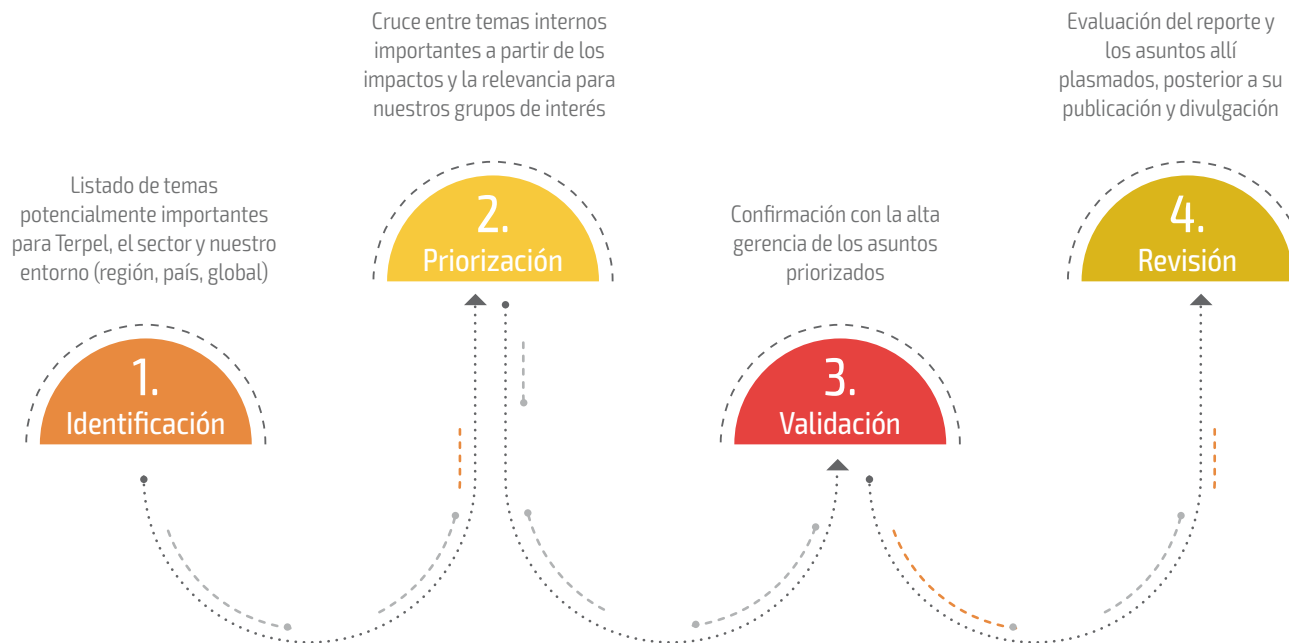
## Identificación de asuntos materiales

Los asuntos que hemos identificado como materiales, son puntos de convergencia, que tienen sentido y alta relevancia para nosotros, nuestros grupos de interés y los contextos en donde hacemos presencia. En consecuencia, orientan tanto nuestra gestión como el ejercicio de rendición de cuentas.

GRI

### Proceso para establecer los asuntos materiales

G 4-18



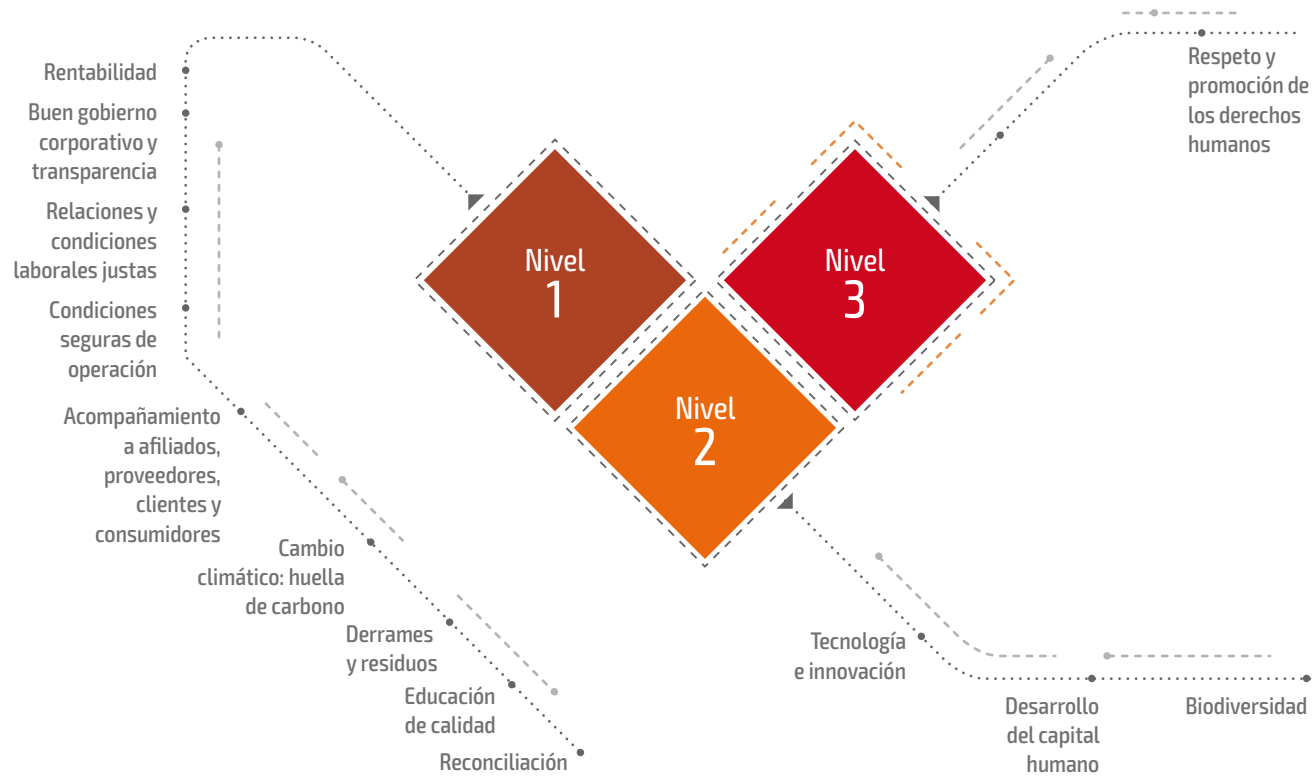
En 2015, llevamos a cabo una revisión de los temas significativos abordados por estándares globales, otras empresas líderes del sector y medios de comunicación. Lo que nos permitió validar los asuntos que hemos identificado, en años anteriores, como materiales.

Si bien todos los asuntos que enumeramos son relevantes, los hemos priorizado en niveles según su grado de influencia en las decisiones y evaluaciones de los grupos de interés y la importancia de los impactos económicos, sociales y ambientales.

**GRI**

G 4-19

G 4-27



## GRI

## Cobertura y límite

G 4-18

G 4-20

G 4-21

G 4-27

ASUNTOS MATERIALES (NIVEL 1)	COBERTURA: ÁMBITO DE IMPACTO DE LOS TEMAS SIGNIFICATIVOS		INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2015
	DENTRO DE TERPEL	FUERA DE TERPEL	
<b>Rentabilidad</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Accionistas</li> <li>▸ Inversionistas</li> </ul>	<b>Qué hacemos</b>
<b>Buen gobierno corporativo y transparencia</b>	Empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Accionistas</li> <li>▸ Inversionistas</li> <li>▸ Proveedores</li> </ul>	<b>Buen gobierno corporativo</b>
<b>Relaciones y condiciones laborales justas</b>	Empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Proveedores</li> </ul>	<b>Crecimiento del equipo Terpel Desarrollo de los proveedores</b>
<b>Condiciones seguras de operación</b>	Empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Afiliados</li> <li>▸ Clientes</li> </ul>	<b>Crecimiento del equipo Terpel</b>
<b>Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores</b>	Empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Afiliados</li> <li>▸ Clientes</li> <li>▸ Consumidores</li> </ul>	<b>Experiencias Memorables Crecimiento del equipo Terpel: Escuelas Terpel</b>
<b>Cambio climático: huella de carbono</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Proveedores</li> <li>▸ Comunidades vecinas a la operación</li> <li>▸ Sociedad en general</li> </ul>	<b>Protección del ambiente</b>
<b>Derrames y residuos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Proveedores de transporte</li> <li>▸ Afiliados</li> <li>▸ Comunidades vecinas a la operación y a las vías donde se transporta el combustible</li> </ul>	<b>Protección del ambiente</b>
<b>Educación de calidad</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Comunidades cubiertas por la Fundación Terpel</li> <li>▸ Comunidades vecinas a la operación</li> </ul>	<b>Bienestar de las comunidades</b>
<b>Reconciliación</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Personas en proceso de reintegración</li> <li>▸ Sociedad en general</li> <li>▸ Afiliados</li> </ul>	<b>Bienestar de las comunidades</b>

## Toma de decisiones, gestión y medición

La conducta ética, la integridad, la transparencia y el respeto por los derechos humanos, son la base de nuestro enfoque de sostenibilidad, hacen parte de nuestra cultura y nos guían en las decisiones que tomamos día a día tanto internamente como a lo largo de nuestra cadena de valor y en relación con los grupos de interés.

Desde 2011, somos signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, lo cual nos compromete a apoyar y promover sus diez principios en torno a derechos humanos, prácticas laborales, ambientales y anticorrupción. Dichos principios están considerados dentro de nuestro modelo de gestión sostenible.

Respecto a nuestra gestión, con base en los temas relevantes identificamos planes de acción en donde todas las áreas de la compañía participan activamente.



### Instancias que enmarcan y apoyan el liderazgo de nuestra gestión en sostenibilidad

**Comité Técnico de Sostenibilidad:** es la máxima instancia decisoria en asuntos de sostenibilidad. Se llevan a cabo reuniones trimestrales en las que se analizan y aprueban las inversiones de la compañía afines a la gestión en sostenibilidad.

**Comité de Comunicaciones estratégicas:** máxima instancia decisoria en asuntos de reputación de la compañía, relacionamiento con grupos de interés y rendición de cuentas en el marco del modelo de gestión sostenible.

**Política de Asuntos Corporativos:** define los principios, parámetros y lineamientos con base en los cuales gestionamos nuestro activo intangible para garantizar la estabilidad del negocio y proteger la reputación.

**Política de Derechos Humanos:** ha sido construida con base en referentes que plantean un marco global sobre los derechos humanos, Declaración Universal de los Derechos Humanos, Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos.



De acuerdo con el Principio Rector 15 de los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos, hemos elaborado y difundido nuestro compromiso político, el cual hemos llamado Política de Derechos Humanos. En 2016, avanzaremos en el fortalecimiento del proceso de debida diligencia.

Nuestra Política de Derechos Humanos, establece las directrices sobre su respeto y promoción en todas nuestras actuaciones y relaciones con los grupos de interés, aplica para todas las operaciones en donde hacemos presencia y tiene alcance en la cadena de valor.

## Pilares

### GENERALES

- ▶ Compromiso con los asuntos globales.
- ▶ Neutralidad en los territorios en donde hacemos presencia.
- ▶ Respeto a la cultura y costumbres de los países y regiones en donde tenemos operación e influencia.
- ▶ Apoyo a los entes para la cooperación en temas de desarrollo sostenible y derechos humanos.



### PRÁCTICAS LABORALES

- ▶ Promoción y respeto de la libertad de asociación y reconocimiento de los sindicatos colectivos.
- ▶ Prohibición y rechazo absoluto al trabajo forzado, al trabajo infantil y la discriminación, en especial en materia de empleo y ocupación.
- ▶ Cero tolerancia frente a prácticas abusivas de acoso o castigo.
- ▶ Garantía de salarios justos, competitivos y acordes con la ley, así como el cumplimiento de las horas de jornada laboral.
- ▶ Promoción de un ambiente de trabajo seguro y saludable que favorezca el bienestar de los empleados.





### PRÁCTICAS AMBIENTALES

- ▶ Favorecimiento al derecho a gozar de un ambiente sano y saludable y actuación en concordancia con este principio.
- ▶ Mejoramiento de la calidad de vida en las zonas donde operamos, mediante el cuidado del ambiente y la implementación de iniciativas orientadas a mitigar el impacto de la cadena de producción.
- ▶ Adecuada gestión de residuos.
- ▶ Reducción de la huella ambiental.



### CADENA DE SUMINISTRO

- ▶ Exigencia de los mínimos en derechos humanos a nuestros proveedores, así como al cumplimiento de estándares éticos y ambientales, y no tolerancia frente a incumplimientos al respecto.



### COMUNIDADES

- ▶ Respeto a las comunidades aledañas, así como a sus particularidades y costumbres, en todas las regiones y países en donde operamos, y fomento a los derechos culturales comunitarios a través de iniciativas sociales.



## Nos evaluamos para seguir mejorando

En 2015, nos evaluamos por primera vez según los criterios de sostenibilidad del Dow Jones Sustainability Index (DJSI), que se basa en la aproximación Best-In-Class para seleccionar líderes en distintos sectores.

En un contexto en el cual las empresas que hacen parte de mercados emergentes cuando se miden por primera vez alcanzan puntajes entre 60 y 65 puntos sobre 100, nosotros obtuvimos 62 puntos. Lo anterior, nos ubicó 16 puntos por encima del promedio de la industria y a 10 puntos de diferencia con la mejor empresa del sector. Obtuvimos calificaciones destacadas en derechos humanos, prácticas laborales, reporte ambiental y reporte social. Nuestro compromiso es seguir trabajando frente a los retos que aún tenemos por cumplir.



Durante un mes, recorrimos las carreteras de Colombia para presentar nuestro Informe de Sostenibilidad 2014. En el Bus del Progreso, visitamos 18 ciudades y compartimos con estudiantes, conductores, empleados, viajeros y todos aquellos con quienes nos relacionamos, los avances de nuestra estrategia, nuestra contribución al desarrollo de las regiones y la forma como trabajamos día tras día para seguir siendo la marca número uno en el corazón de los colombianos.

GRI

G 4-17

G 4-21

## Rendición de cuentas: informe de sostenibilidad 2015

Este es nuestro séptimo informe de sostenibilidad que ha sido construido según los asuntos materiales para Terpel y nuestros grupos de interés, y presenta el desempeño económico, social y ambiental correspondientes al periodo 2015 de nuestras líneas de negocio: estaciones de servicio, gas natural vehicular, lubricantes, aviación, marinos e industria; en los países de operación: Colombia, Ecuador, México, Panamá, Perú y República Dominicana.

**El enfoque de desarrollo sostenible ha permeado tanto la estrategia de negocio como la forma en la que pensamos y actuamos; lo cual implica afianzar la cultura y las buenas prácticas no solo al interior de la compañía sino a lo largo de la cadena de valor, para crear valor compartido y proveer las condiciones que nos permitan seguir siendo un negocio exitoso en una sociedad próspera y un entorno viable.**



# Qué hacemos

## GRI

G 4-19

G 4-20

G 4-21

G 4-27

Distribuimos y comercializamos combustibles y lubricantes, a la vez que creamos valor compartido. Movilizamos a las personas por tierra, mar y aire a través de nuestra red de estaciones, plantas de abastecimiento, aeropuertos y puertos.

Trabajamos permanentemente para lograr productos y servicios en los que el valor percibido supere el precio. Ofrecemos un servicio

diferenciador, nuestra oferta de productos y servicios está soportada por altos estándares de calidad, nuestros combustibles y lubricantes pasan por estrictos controles que garantizan el cumplimiento y la calidad más allá de normas.

Los clientes y consumidores son la esencia de nuestra motivación para romper esquemas, innovar y superar expectativas.



Llegamos a las distintas geografías gracias a un gran esfuerzo logístico y a nuestra excelencia operativa.

Líneas de negocio

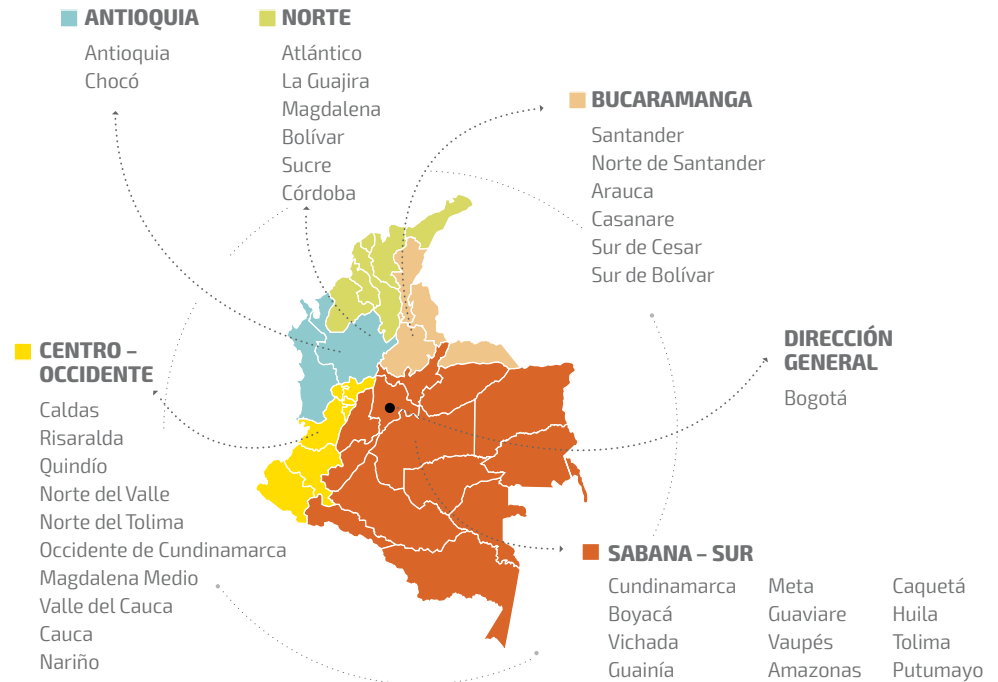


Plantas en Colombia

- Transporte Fluvial
- Transporte Terrestre
- Poliducto



División por regiones en Colombia



# Creamos y Distribuimos Valor

Movilizamos los países y las regiones en donde operamos, somos aliados de nuestros grupos de interés y ponemos en marcha iniciativas que promueven el desarrollo social y la protección ambiental.

Cifras 2015, consolidadas de Terpel y sus subordinadas<sup>1</sup>

**GRI**

G 4-19 G 4-27

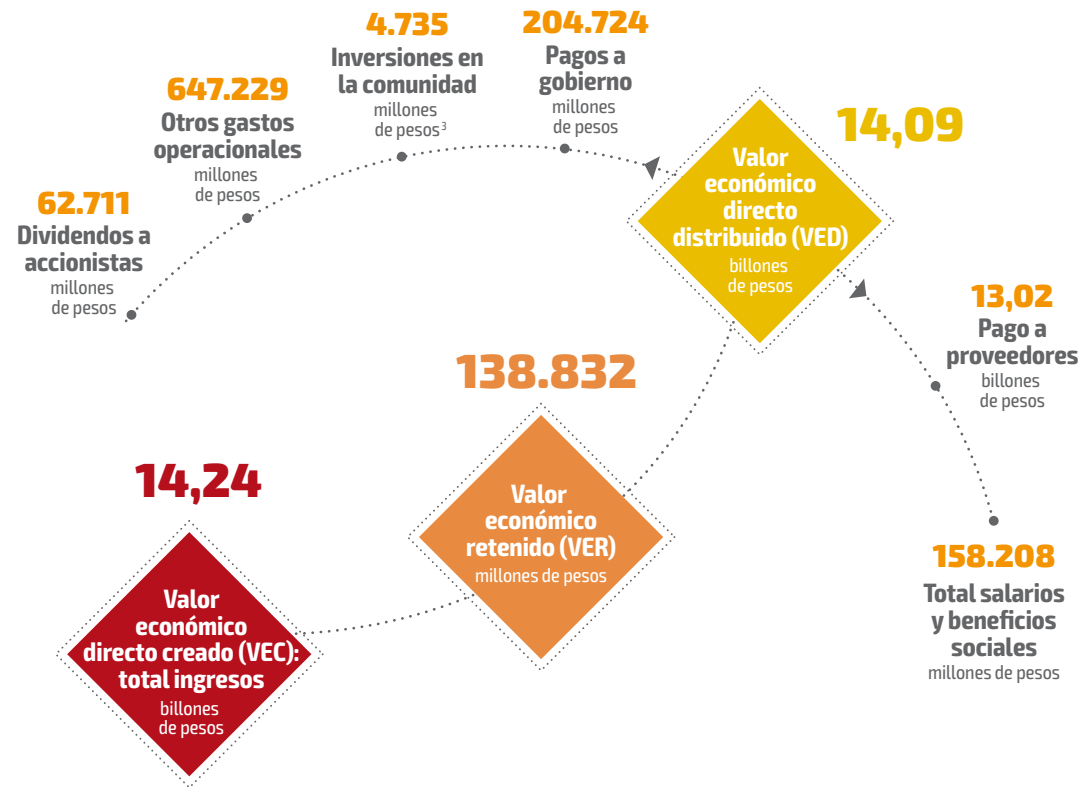
ASUNTO MATERIAL

Rentabilidad

VOLUMEN DE VENTAS  
**2.305**  
millones de galones

EBITDA  
**528.670<sup>2</sup>**  
millones de pesos

UTILIDAD NETA  
**106.020**  
millones de pesos



# Experiencias memorables: estamos transformando el sector de combustibles

## GRI

G 4-19

G 4-20

G 4-21

G 4-27

Seguimos innovando y evolucionando con propuestas atractivas para nuestros consumidores, quienes son el centro de nuestra estrategia. La vocación de servicio nos mueve para atender personas y ofrecerles experiencias memorables en todas las líneas de negocio, los productos y los servicios.

En Colombia, contamos con una red de más de 2.000 estaciones de servicio, 29 plantas de abastecimiento, nuestra fábrica de lubricantes; operamos en 20 aeropuertos, 3 puertos y 14 terminales marítimas, para movilizar a los colombianos por tierra, aire y mar.

Nuestra estrategia de negocio se extiende también a Ecuador, México, Panamá, Perú y República Dominicana.





---

## Estaciones de Servicio (EDS)

Bajo el lema A tu servicio, trabajamos continuamente para ofrecer a nuestros consumidores espacios innovadores y acogedores, en donde además de tanquear, vivan experiencias a través de una infraestructura moderna y amigable, el mejor servicio y los precios más competitivos.

Conocemos y valoramos las características de las distintas regiones de Colombia y de los demás países en los que operamos, y las hemos cristalizado en nuestras EDS, productos y tiendas.



## Brindamos mayores beneficios a quienes hacen un alto en el camino

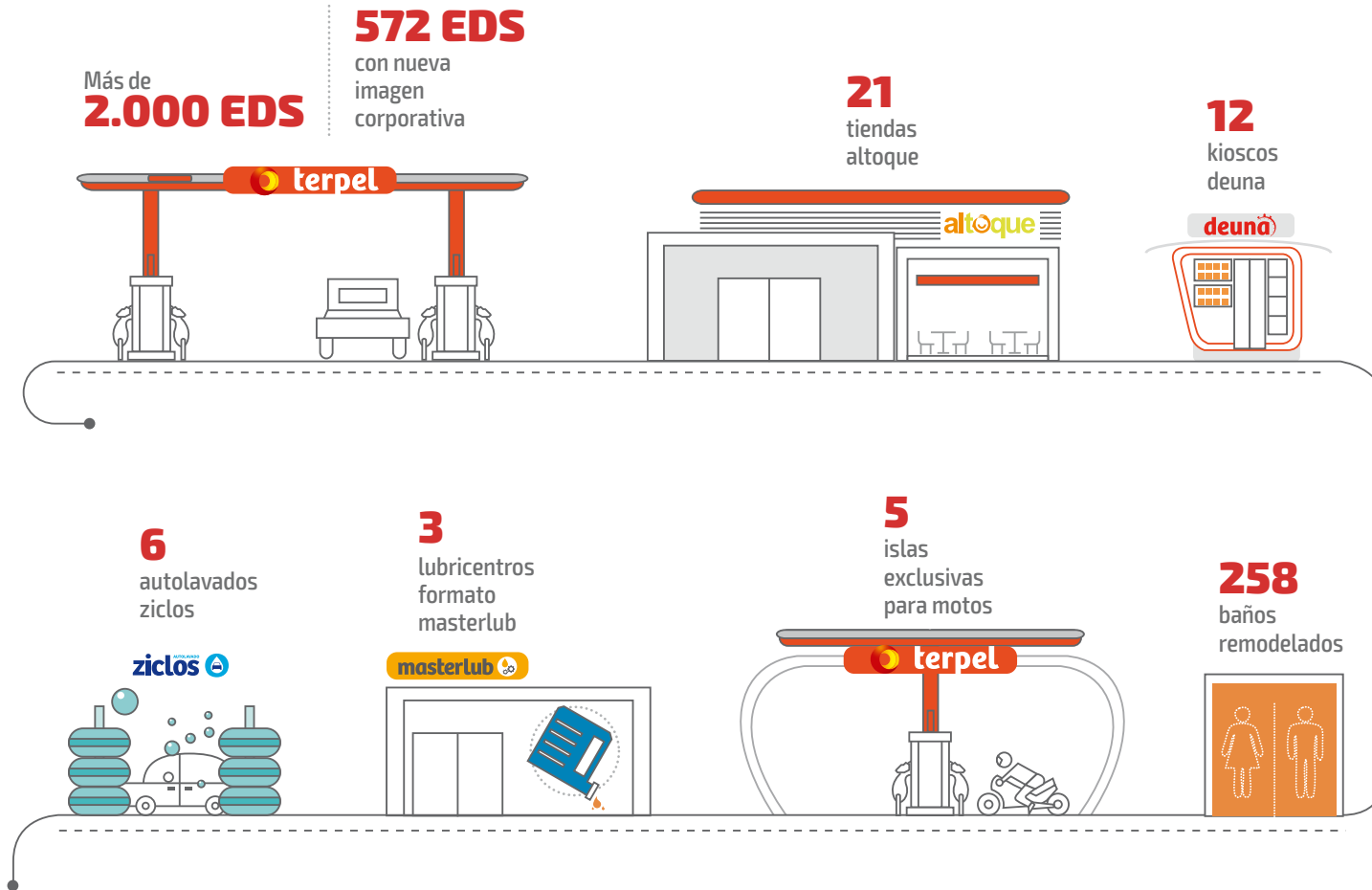
### GRI

G 4-19 G 4-27

ASUNTO MATERIAL

Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores

En Colombia, seguimos implementando EDS amplias, modernas, iluminadas, dotadas de baños limpios y disponibles, y una oferta única de servicios complementarios como una red de autolavado ziclos, de tiendas altoque, de tiendas de una deuna, de tiendas de lavado de motos, de tiendas de lubricación masterlub y de baños remodelados.





En 2015, con el objetivo de ajustarnos a las particularidades de las estaciones de servicio del país y brindar siempre un servicio integral a nuestros clientes, pusimos en marcha nuevos modelos de kioscos de una, ubicados en estaciones con poco espacio para que nuestros consumidores hagan sus pedidos y satisfagan sus antojos.

Además, desarrollamos un nuevo formato de tienda urbana de 200 m<sup>2</sup> en Chipichape (Cali, Valle del Cauca); y lanzamos islas únicas en el mundo, para los más de 6 millones de motociclistas que circulan actualmente en Colombia. Estas islas, cuentan con un diseño moderno inspirado en las carreras de motos; con surtidores de última tecnología para atender 4 motos simultáneamente; con pistolas para dispensar el combustible con disparo automático que elimina por completo el derrame de gasolina en los tanques; y con personal experto en mecánica para motos a fin de ofrecer un servicio especializado.

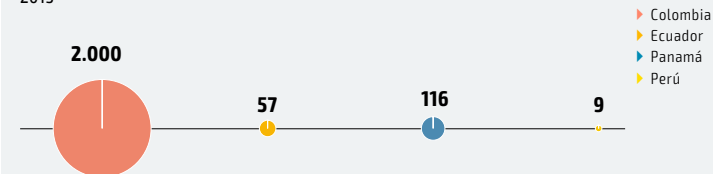
**En Ecuador**, abrimos una nueva EDS completando 57 y remodelamos una de nuestras 5 tiendas de conveniencia.

**En Panamá**, contamos con una red de más de 100 estaciones de servicio para consumidores y clientes de flotas comerciales.

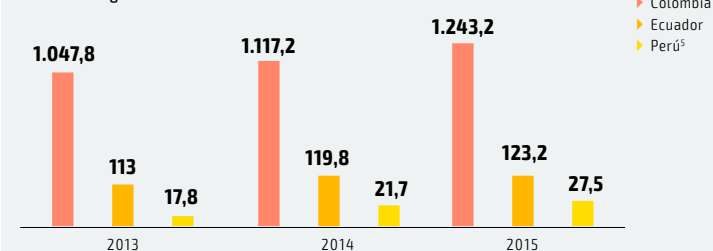
- ▶ Cambiamos la imagen en 33 EDS que equivalen al 30% de la red.
- ▶ Abrimos 13 EDS en la provincia de Darién y 2 en carreteras.
- ▶ Pusimos en operación 4 tiendas nuevas, una de ellas la primera en carretera con más de 800 metros cuadrados, en la que atendimos cerca de 1.500 clientes por día y superamos los 548,4<sup>4</sup> millones de pesos en ventas.
- ▶ Sumamos 3 lava autos wash and go.
- ▶ En nuestra EDS *Panamericana Travel Center*, la más grande del país, logramos el volumen más alto en ventas.
- ▶ Innovamos con el lanzamiento del control chip de alta tecnología, para supervisar el suministro de combustible de las flotas comerciales.

**En Perú**, tenemos 9 estaciones de servicio de combustible líquido, 12 de GLP (gas licuado de petróleo) y sumamos 5 tiendas de conveniencia.

**NÚMERO DE EDS**  
2015

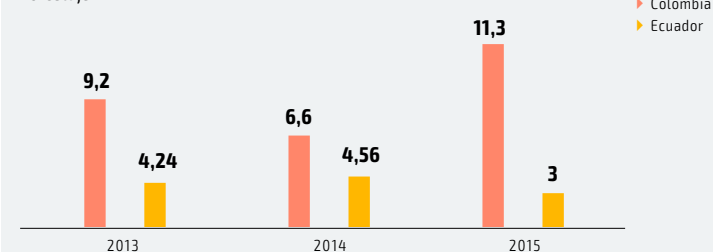


**VOLUMEN DE VENTAS**  
Millones de galones

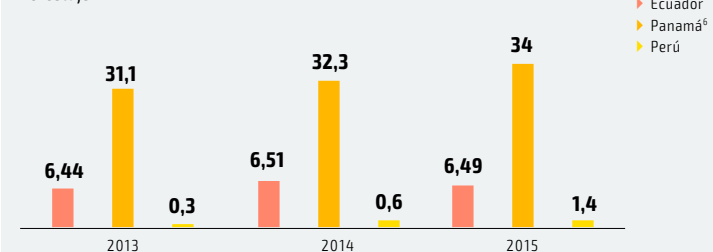


En 2015, en Panamá realizamos ventas de combustible por 214 millones de galones, superando en un 4% las ventas de 2014.

**CRECIMIENTO EN VENTAS**  
Porcentaje



**PARTICIPACIÓN DE MERCADO**  
Porcentaje

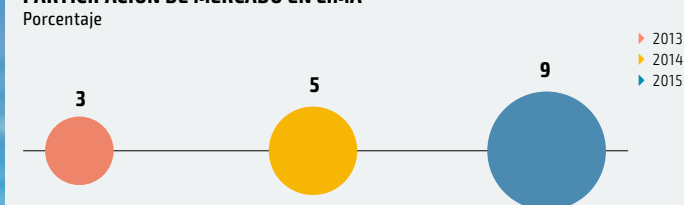


En 2015, en Colombia nuestra participación de mercado en combustibles líquidos fue del 40,2%.

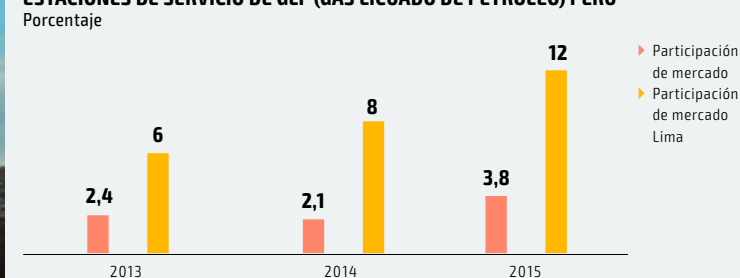




**PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN LIMA**



**ESTACIONES DE SERVICIO DE GLP (GAS LICUADO DE PETRÓLEO) PERÚ**



**ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL EN COLOMBIA**



**GRI**

G 4-19 G 4-27

ASUNTO MATERIAL

**Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores**  
**Condiciones seguras de operación**

**EDS Confiable en Colombia**

765 EDS están vinculadas a este programa, a través del cual asesoramos y acompañamos a nuestros afiliados y franquiciados, para garantizar los mejores estándares de operación en sus EDS. Además de crear capacidades en relación con la calidad de nuestros productos y el manejo seguro de los mismos, generamos conciencia ambiental.

Las etapas de *EDS Confiable* están basadas en un proceso de mejora continua que incluye un diagnóstico para identificar oportunidades de mejora, así como el diseño, la puesta en marcha de planes de acción y el seguimiento. Nos apoyamos en herramientas como el *Manual de EDS Confiable* y la *Bitácora Ambiental*.





## GRI

G 4-19

G 4-27

ASUNTO  
MATERIAL

**Acompañamiento  
a afiliados,  
proveedores,  
clientes y  
consumidores**

## Gas Natural Vehicular (GNV)

Promovemos el GNV como una alternativa de ahorro y beneficio ambiental para los consumidores y dinamizamos la industria con inversiones significativas dirigidas a la consolidación de nuestra red, la financiación de conversiones, el suministro de kits y cilindros de GNV y la gestión de planes de mercadeo y fidelización.

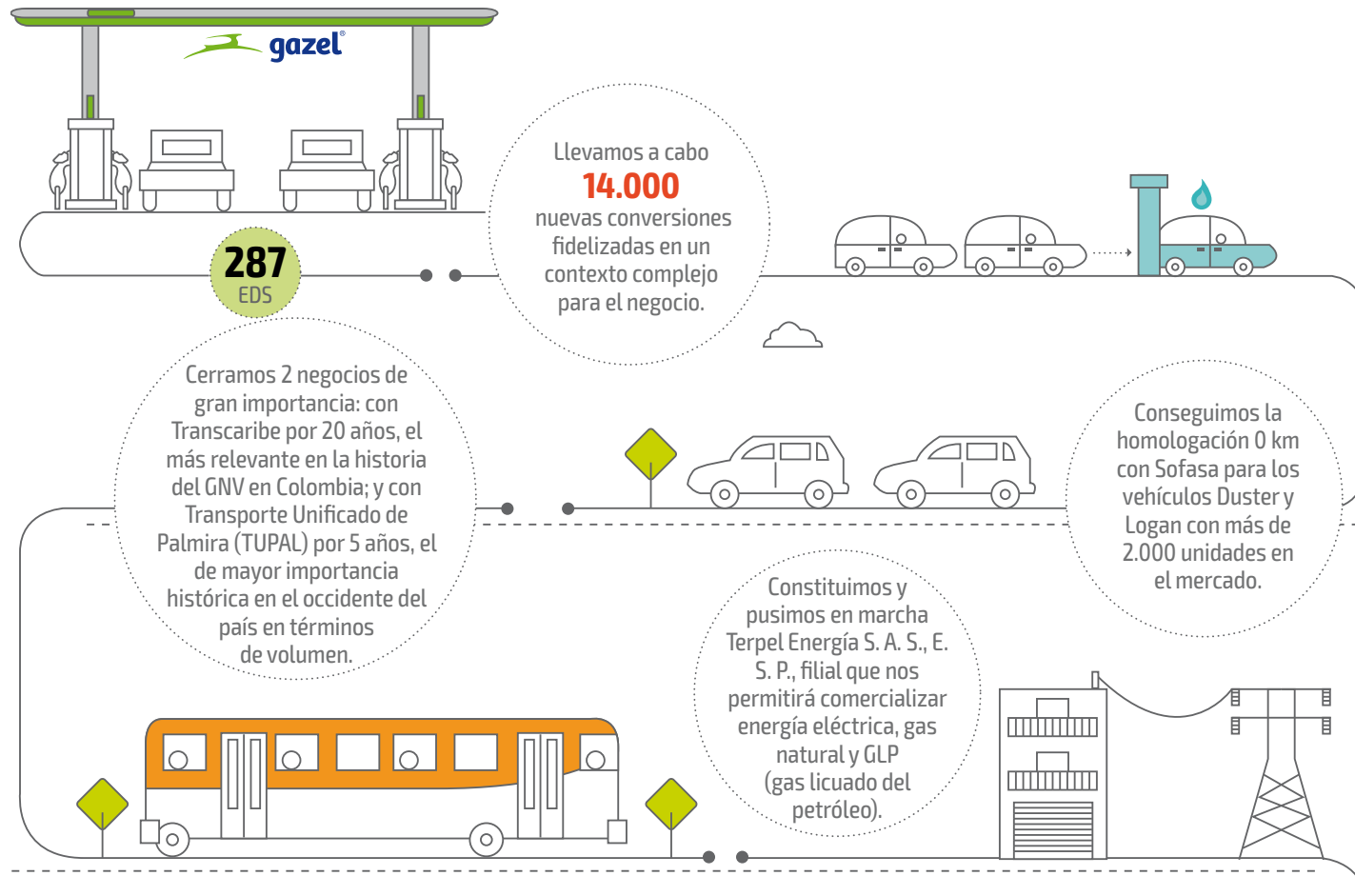
Hemos sido el actor más relevante para el desarrollo y la madurez de este sector en Colombia y somos pioneros y líderes en la industria del gas vehicular en México y Perú.



## Somos la mayor red de Colombia y la única con cobertura nacional

Tenemos presencia en todo el territorio nacional, con más de 290 estaciones de servicio, en 45 poblaciones.

Seguimos avanzando en 2015



## Somos pioneros en México

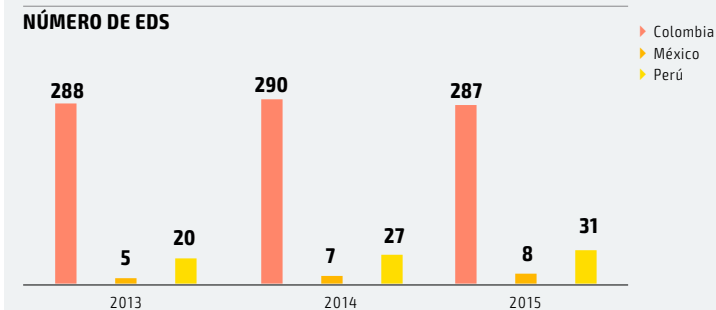
- ▶ Con la apertura de una nueva EDS en Puebla, sumamos ocho EDS de GNV en el país.
- ▶ Después de un exigente proceso y de acuerdo con las nuevas leyes energéticas y de hidrocarburos, fuimos los primeros en recibir de parte de la CRE (Comisión Reguladora de Energía), los permisos para operar nuestras ocho EDS. La obtención de estos permisos, demuestra que nuestras EDS cumplen con estándares de diseño, seguridad y operación. Además, todas cuentan con licenciamiento ambiental.
- ▶ Gestionamos un Manifiesto de Impacto Social y Ambiental, en el que posterior a la realización de un diagnóstico, describimos cómo impactamos a las comunidades y cómo intervenimos.
- ▶ En conjunto con la CRE y la ASEA (Agencia de Seguridad, Energía y Ambiente) hemos liderado y participado activamente en la estructuración de NON 10, norma general de construcción de EDS de GNV, para dinamizar el sector.
- ▶ Implementamos las herramientas tecnológicas SAP, Satélite y Clic, para optimizar el control y la operación del negocio.

## Club Gazel

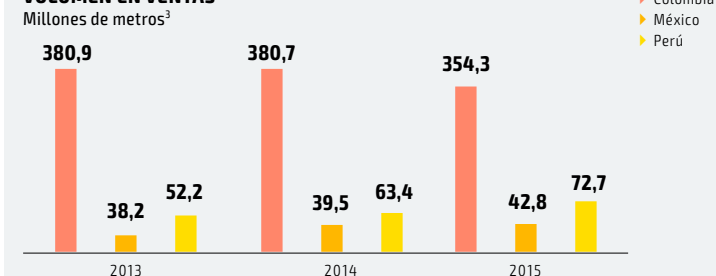
Nos permite conocer a nuestros clientes, incentivar sus consumos y premiar su fidelidad.

En Club Gazel, les ofrecemos una tarjeta de fidelización a través de la cual, los conductores acumulan beneficios en cualquiera de nuestras estaciones de servicio; pueden pre pagar sus tanqueos en cualquier estación de servicio del país, sin necesidad de efectivo; y de acuerdo con el tipo de tarjeta, reciben descuentos y beneficios en establecimientos aliados, relacionados con áreas como cuidado del vehículo, salud, restaurantes, vestuario, entre otros. Adicionalmente, cada conductor redime premios incluidos en un catálogo por puntos que actualizamos periódicamente.

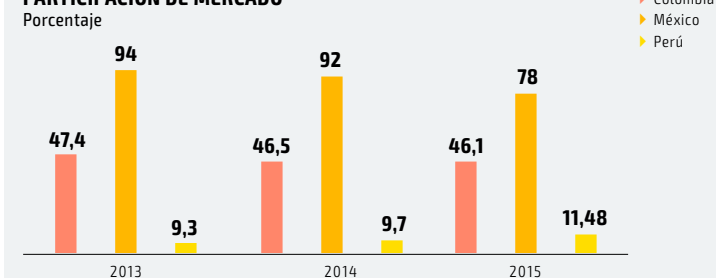
### NÚMERO DE EDS



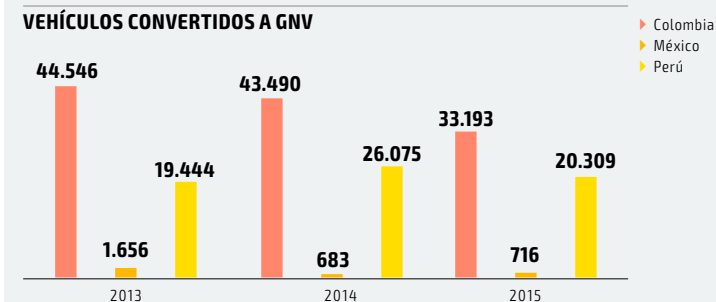
### VOLUMEN EN VENTAS



### PARTICIPACIÓN DE MERCADO



### VEHÍCULOS CONVERTIDOS A GNV





## Lubricantes

Nuestros lubricantes también son el reflejo de nuestra calidad, experiencia y tecnología. Como respuesta a la renovación del parque automotor que se ha presentado en los últimos años, y a las necesidades de la industria, fabricamos los lubricantes con tecnología mundial de última generación.

Nos mueve la innovación y por ello, nuestros productos están certificados en las normas de calidad nacional e internacional y homologados por los principales fabricantes de motores.

### Confirmamos la confianza que hemos consolidado en Colombia

Carbones el Cerrejón Limited, la compañía minera de carbón a cielo abierto más grande del mundo, nos seleccionó como su proveedor para el suministro de lubricantes y grasas industriales, y la operación de almacenamiento y distribución de combustibles por un período inicial de cinco años. De esta manera, incursionamos con nuestros lubricantes en este relevante segmento de clientes industriales, lo que nos permitirá seguir afianzándonos para ofrecer nuestra experiencia y vocación de servicio a otras industrias del país. Debido a la sincronía lograda, esta transición la llevamos a cabo sin afectar la operación de la mina. La gestión realizada, permitió reconocer como SúperT a los trabajadores de la fábrica de lubricantes que se alinearon al compromiso con el Cerrejón.

**EN 2015,**  
**SUPERAMOS**  
LA BARRERA  
DEL **MILLÓN DE**  
**GALONES** MENSUAL  
ENTREGADOS Y  
ALCANZAMOS  
UNA PRODUCCIÓN  
**RÉCORD DE 903.000**  
**GAL / MES.**



## GRI

G 4-19

G 4-27

ASUNTO  
MATERIALTecnología  
e innovaciónAmpliamos nuestro  
portafolio de lubricantes

Los lubricantes de última generación en los niveles de calidad, permiten extender los periodos de cambio de aceite y disminuyen los residuos de aceite usado y de envases.

En 2015, desarrollamos un lubricante para motores pesados y 100% a gas que se está usando actualmente en transporte masivo en las ciudades de Cartagena (Bolívar) y Medellín (Antioquia). Además, pusimos en el mercado 2 nuevos productos para motores de última generación, desarrollados con tecnología sintética y con el último nivel de calidad: Terpel Maxter 5W30 y Terpel Oiltec 10W30; y 2 para la industria: Terpel Turbina Súper Premium y Terpel Engranajes sintéticos.

## GRI

G 4-19

G 4-27

ASUNTO  
MATERIALTecnología  
e innovaciónInnovamos en nuestra  
fábrica de lubricantes

Con el fin mejorar la productividad, modernizamos y pusimos en operación el nuevo sistema automático de llenado de la línea de tambores que escoge un tambor desocupado y lo acomoda para el despacho.

Adicionalmente, logramos un récord histórico en el procesamiento de análisis de aceites usados y superamos las 3.460 pruebas mensuales.

Validamos la calidad  
de nuestros lubricantes

Logramos la recertificación de las normas ISO 9001, 14001 y la OHSAS 18001 por ICONTEC con 0 no conformidades y obtuvimos una calificación de 98,33% sobre 100% en la norma NORSOK.

Recibimos la homologación de los fabricantes de motores VOITH para las transmisiones ATF HD y SIEMENS para Terpel Turbina Súper Premium.

## GRI

G 4-19

G 4-27

ASUNTO  
MATERIAL

**Acompañamiento  
a afiliados,  
proveedores,  
clientes y  
consumidores**

## Tesos

En este programa premiamos la fidelidad de mecánicos y lubricadores. En 2015 capacitamos a 816 Tesos en 12 ciudades.

	2014	2015
Fidelización de ventas a través de Tesos	46%	47%
Tesos activos	1.900	1.903
Puntos de venta con presencia de Tesos	1.259	1.307
Tesos impactados en fechas especiales	5.229	7.788

## Seguimos afianzando vínculos

- ▶ Realizamos el primer *Encuentro de Distribuidores* con una participación del 100%.
- ▶ Emprendimos el plan de incentivos dirigido a los asesores de ventas de los distribuidores: *Campeones en Potencia*.
- ▶ Empezamos la primera fase del programa relacional de industria.
- ▶ Diseñamos el nuevo modelo de los CDL (centros de lubricación) *MASTERLUB Motos* y llevamos a cabo un piloto en la EDS Jardín (Neiva, Huila). Hoy contamos con tres CDL.

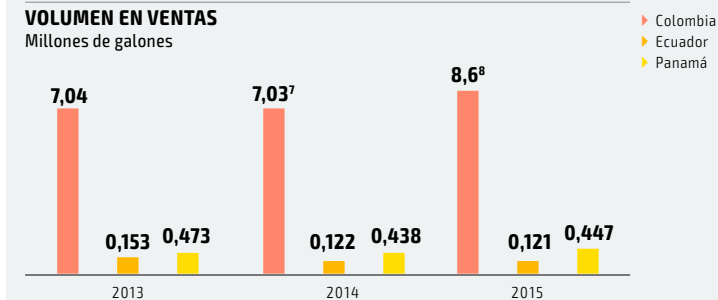
## En Panamá también innovamos y construimos confianza

Nuestros lubricantes multigrados y monogrados están avalados por el American Petroleum Institute bajo el sello API y el grado de viscosidad de los lubricantes que comercializamos tiene el respaldo de la Society of Automotive Engineers.

Desde 2015, estamos operando en nuevo taller, una agencia de autos local e ingresamos a tres redes de supermercados.

### VOLUMEN EN VENTAS

Millones de galones



### ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL EN COLOMBIA

Calificaciones sobre 10





## Aviación

Somos la extensión en tierra de la operación aérea de nuestros clientes de aviación. Estamos enfocados en la excelencia operativa y en servirles para garantizar seguridad, puntualidad y protección del ambiente.

En Colombia, tuvimos un año histórico en ventas de 322 MM de galones en los 20 aeropuertos que atendemos y dimos un paso significativo en el mejoramiento de nuestros procesos al pasar de NTC (norma colombiana) a JIGs (norma internacional) en todos los aeropuertos.

Fuimos recertificados en Calidad, Seguridad y Medio Ambiente (ISO 9001, ISO 18001, ISO 14001 y NORSOK) en todos los aeropuertos de Colombia y República Dominicana. En la certificación NORSOK obtuvimos una calificación de 99,4.

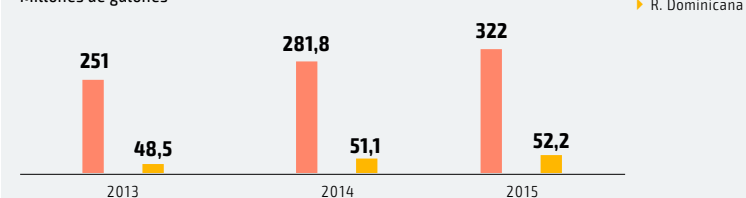
Como reconocimiento a nuestro servicio, experiencia y excelencia, fuimos seleccionados para suministrar combustible en el aeropuerto de Arroyo Barril de la ciudad de Samaná, aumentando así nuestra red aeroportuaria en República Dominicana a 5 aeropuertos, al tiempo que conseguimos mantener el nivel del servicio por encima del 99,94%.

## Marinos

Nos hemos enfocado en ofrecer productos con la mejor calidad y en desarrollar las mejores prácticas del sector. En 2015, efectuamos ventas a 10 clientes internacionales de marine diésel.

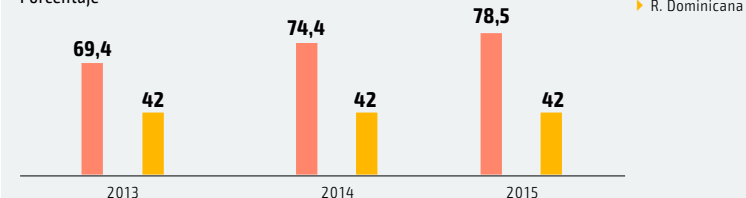
### VOLUMEN EN VENTAS

Millones de galones



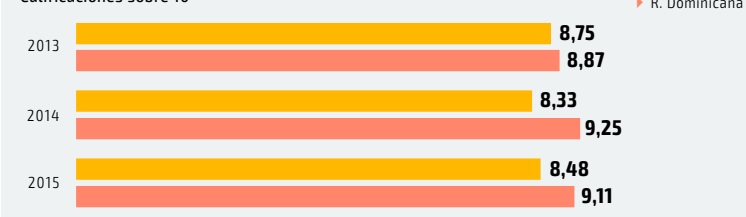
### PARTICIPACIÓN DE MERCADO

Porcentaje



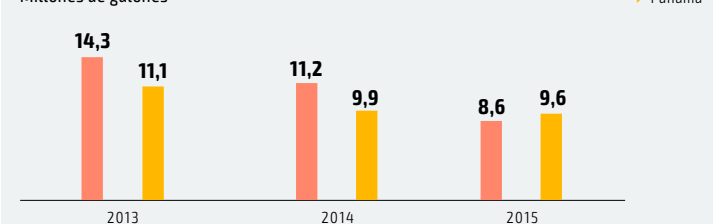
### ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL

Calificaciones sobre 10



### VOLUMEN EN VENTAS

Millones de galones



### ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL EN COLOMBIA

Calificaciones sobre 10



# Industria

Enfocamos nuestra experiencia para ofrecer a la industria colombiana valores agregados que ayudan a optimizar la productividad de sus negocios, a través de infraestructura, operación y logística.

## GRI

G 4-19 G 4-27

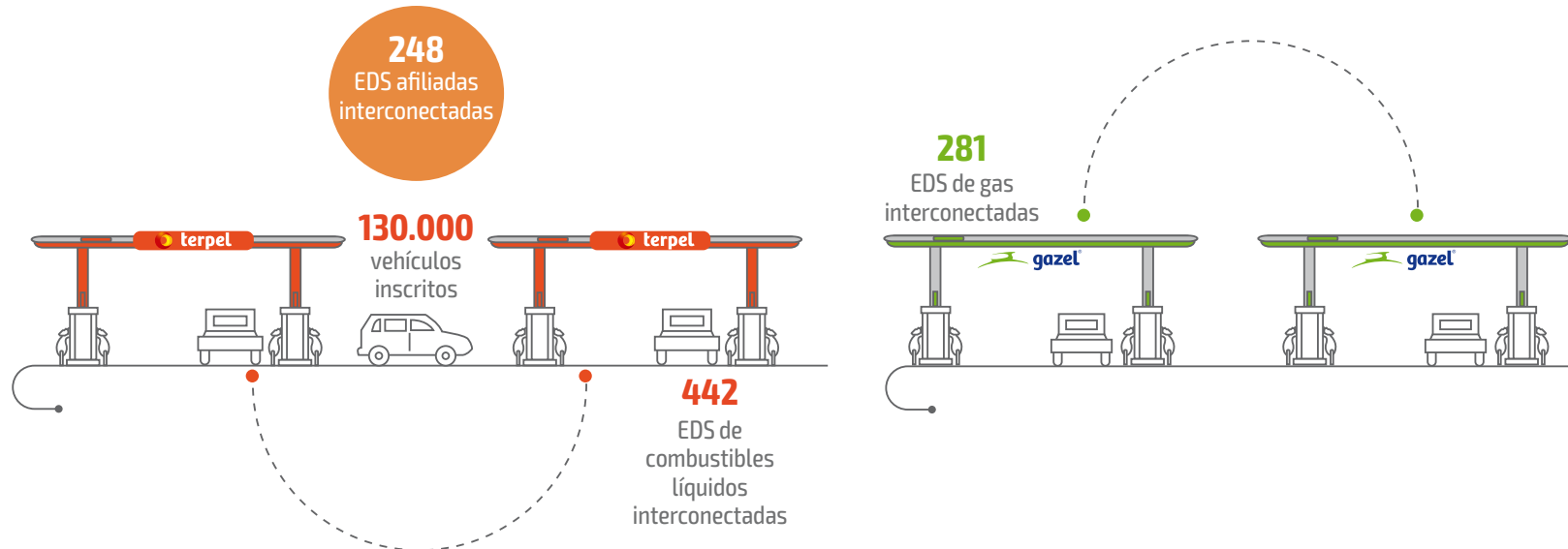
ASUNTO MATERIAL

Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores

## Rumbo Terpel

Tiene el propósito de generar valor agregado a grandes y pequeñas empresas que poseen flotas de vehículos.

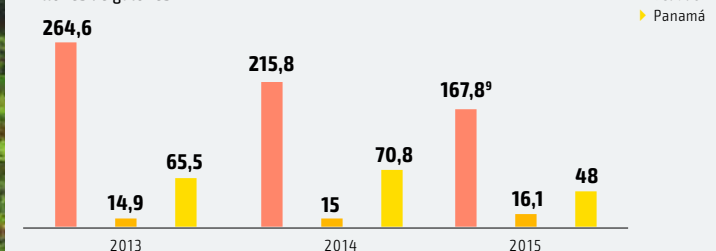
Le permite a las empresas de transporte de carga y pasajeros, y de operadores logísticos, entre otras, ser más eficientes en su operación, porque mediante una combinación de herramientas tecnológicas pueden programar el capital de trabajo, controlar el suministro de combustible, obtener información detallada sobre consumo y rendimiento de sus flotas de vehículos, y abastecerse de combustible sin necesidad de efectivo a través de la red interconectada de estaciones más grande de Colombia.





**VOLUMEN EN VENTAS**

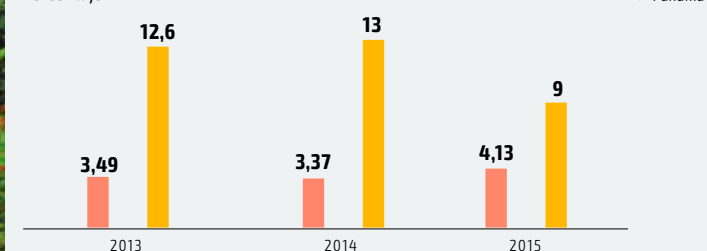
Millones de galones



Como mencionamos anteriormente, en Colombia nuestra participación de mercado en combustibles líquidos fue del 40,2% en el año 2015.

**PARTICIPACIÓN DE MERCADO**

Porcentaje



**ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL EN COLOMBIA**

Calificaciones sobre 10



**GRI**

**Mi Empresa**

G 4-19 G 4-27

ASUNTO MATERIAL

**Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores**

Lanzamos este programa dirigido a PYMES, con 15 EDS vinculadas, que gracias a la modalidad prepago y la ausencia de manejo de efectivo por parte de la flota de transporte, permite controlar el suministro de combustible en los centros urbanos de carga y paqueteo del país. Con esta innovadora iniciativa seguimos consolidando nuestra estrategia a través de una sola red, de forma ágil, segura y oportuna.

**Nuevos logros en Panamá**

Obtuvimos la licitación para suministrar búnker durante 2 años a la térmica del Canal de Panamá; el 65% de asfalto y diésel a la carretera de Panamá a Darién; y asfalto y diésel para la ciudad de Colón.



## Somos reconocidos como la marca preferida de combustible de los colombianos

De acuerdo con los resultados del estudio BEM (Brand Equity Monitor), mejoramos nuestros indicadores de percepción de marca que nos muestran como la marca líder, especialmente entre los consumidores particulares, quienes nos identifican como una marca de prestigio, que genera confianza; y reconocen la nueva imagen de las EDS, la agilidad en el servicio y la buena presentación de los isleros. El nivel de preferencia aumentó 4 puntos y se ubicó en 41%.

## Nos conectamos con los colombianos a través de nuestras redes sociales

A través de Twitter y Facebook, compartimos experiencias memorables.



**11.360**  
SEGUIDORES  
(@TERPELCOL)



**33.845**  
SEGUIDORES  
(/TERPELCOLOMBIA)

**En Terpel no solo somos líderes en la distribución de combustibles, sino que hemos revolucionado el mercado con infraestructura de última tecnología, servicios básicos de excelente nivel y atención excepcional. Vamos siempre más allá de las expectativas de nuestros clientes para seguirnos posicionando como la marca número uno en el corazón de los consumidores. Seguiremos dando pasos importantes para servir a nuestros clientes en Colombia y el resto de países en donde hacemos presencia.**



# Cómo y con quién lo hacemos

En Terpel, es nuestro cometido generar las condiciones que nos permitan no solo ser exitosos económicamente sino crecer en armonía con quienes hacen parte de los territorios en donde operamos y con el entorno. Estas certezas, responsabilidades y compromisos, nos han motivado

a configurarnos como aliado país, lo cual significa que antepone los intereses de los lugares en donde operamos a los de la compañía. En Terpel, las personas son el centro de nuestra decisiones, y por ello, construimos relaciones, creamos historias, y forjamos sueños que nos inspiran y demarcan nuestro futuro.



## Buen gobierno corporativo

### GRI

G 4-19

G 4-20

G 4-21

G 4-27

Es nuestro compromiso proteger los derechos e intereses de los accionistas. En el marco de los principios de respeto, integridad y confianza en todas las relaciones con los diferentes grupos de interés y los órganos de administración, de los estándares globales más destacados y de las mejores prácticas, controlamos la creación de valor, garantizamos un trato equitativo e igualitario a todos nuestros accionistas y entregamos información oportuna, de calidad, simétrica y transparente.

Sustentamos nuestros mecanismos de autorregulación, cumplimiento y gobierno corporativo, en una cultura basada en valores. Damos relevancia y sentido al gobierno corporativo porque lo gestionamos en función del desarrollo sostenible.

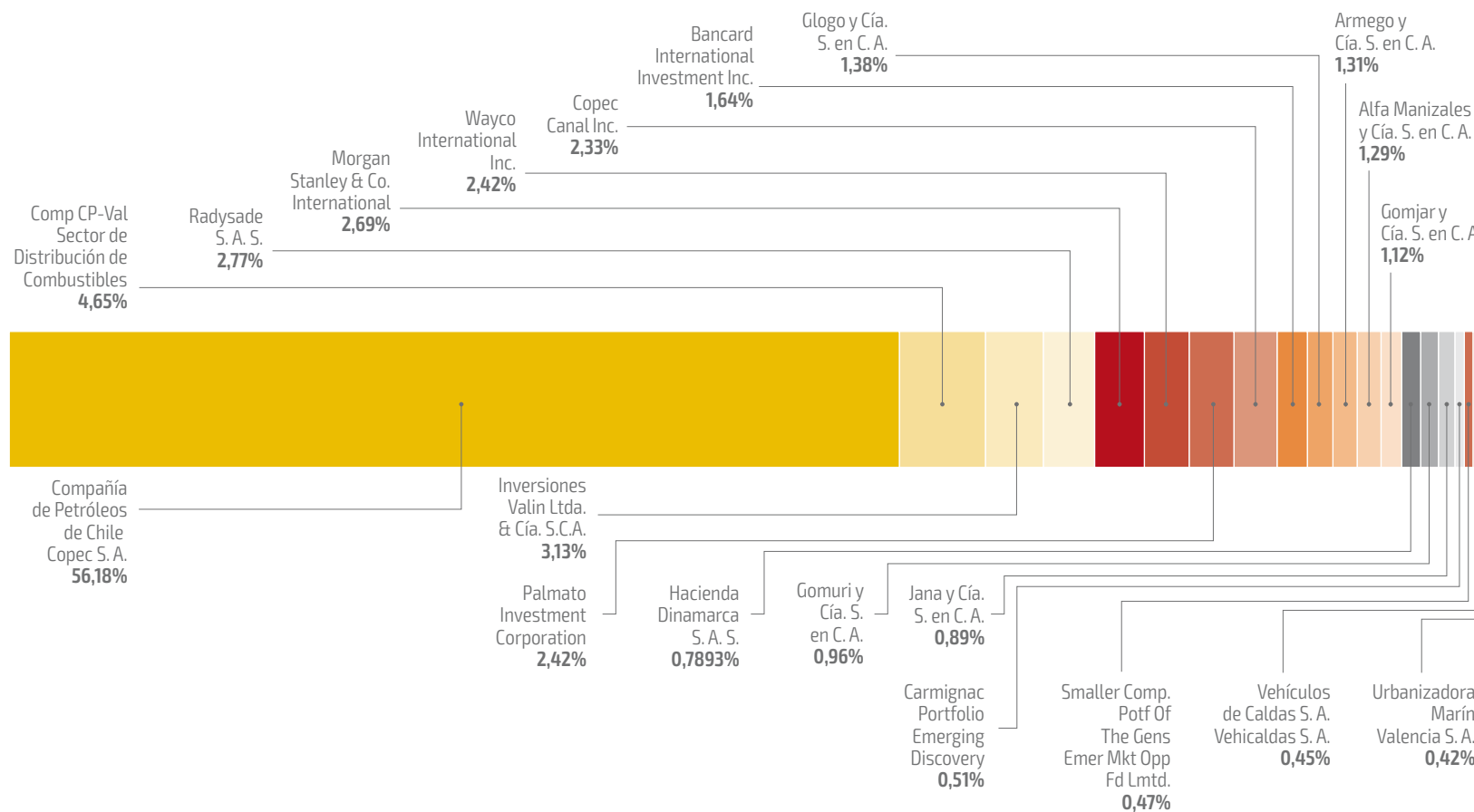


# Estructura de capital

Actualmente, la Compañía de Petróleos de Chile Copec S. A., es propietaria del 56,18% de las acciones en circulación de Terpel y Copec Canal Inc. del 2,33% de las mismas.

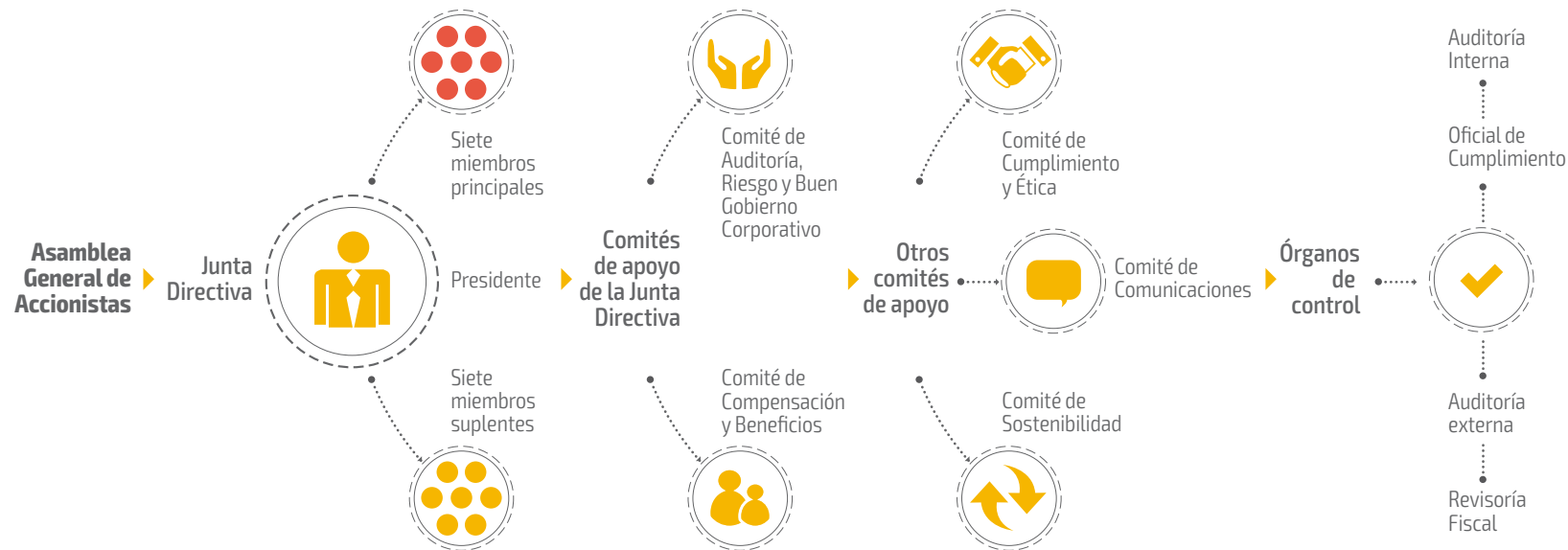
## Composición accionaria 2015

20 más grandes accionistas según el número de acciones.



# Estructura de gobierno

Está enfocada en fortalecer la gestión y el control.



## Junta Directiva

Es nombrada mediante el sistema de cociente electoral establecido en el artículo 197 del Código de Comercio y sus honorarios se fijaron en 2015 en cuatro salarios mínimos mensuales legales vigentes por sesión.

### Composición<sup>10</sup>

No se presentaron cambios en la Junta Directiva durante el año 2015.

PRINCIPALES	SUPLENTES
Lorenzo Gazmuri Schleyer, Presidente	Frederic Chaveyriat Roca
Jorge Andueza Fouque	Eduardo Navarro Beltrán
Ramiro Méndez Urrutia	Jorge Garcés Jordán
Leonardo Ljubetic	Rodolfo Castillo
José Oscar Jaramillo Botero (Independiente)	Claudia Betancourt Azcárate (Independiente)
Bernardo Dynner Rezonzew (Independiente)	Tulio Rabinovich Manevich (Independiente)
Jorge Bunster Betteley	Rodrigo Galarza





GRI

G 4-19

G 4-27

ASUNTO  
MATERIAL
**Buen gobierno  
corporativo y  
transparencia**

## Órganos y mecanismos de control que incentivan la autorregulación

Gracias a nuestros órganos y mecanismos de buen gobierno corporativo, garantizamos una inversión segura y salvaguardamos los intereses tanto de los accionistas como de los demás grupos de interés.

A través de los distintos códigos, reglamentos y políticas, expresamos nuestros valores, principios, estándares y normas de comportamiento:

- ▶ Estatutos Sociales
- ▶ Código de Buen Gobierno Corporativo<sup>11</sup>
- ▶ Reglamento para la Asamblea General de Accionistas, la Junta Directiva, el Comité de Auditoría, Riesgo y Buen Gobierno Corporativo y el Comité de Compensación y Beneficios
- ▶ Código de Conducta<sup>12</sup>
- ▶ Manual de Políticas para la Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo
- ▶ Política para el Cumplimiento de Prácticas de Transparencia Contable y Antisoborno, frente a Funcionarios Gubernamentales
- ▶ Política de Protección de Datos
- ▶ Línea de Reportes Confidenciales: <https://www.reportesconfidencialessterpel.com/>
- ▶ Reporte de Mejores Prácticas Corporativas Encuesta Código País<sup>13</sup>



10

## GRI

G 4-19

G 4-27

ASUNTO  
MATERIAL
**Buen gobierno  
corporativo y  
transparencia**

En 2015, pusimos en marcha el sistema de prevención de LA/FT (Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (LA/FT) y la política de protección de datos; llevamos a cabo capacitaciones a nuestros colaboradores en relación con estas implementaciones; y efectuamos los reportes necesarios ante la UIAF (Unidad de Información y Análisis Financiero) y autoridades competentes.



## GRI

G 4-19

G 4-27

ASUNTO  
MATERIAL
**Buen gobierno  
corporativo y  
transparencia**

## Relacionamiento con accionistas e inversionistas

Durante 2015, desarrollamos un módulo transaccional para accionistas, a través del cual pueden actualizar sus datos personales y descargar información relacionada con sus acciones de manera fácil y expedita. Para ello, los accionistas deben dirigirse a <http://www.terpel.com/en/Accionistas/acceder-accionistas/login/> e ingresar el usuario y contraseña solicitados.

Asimismo, mejoramos la seguridad de la información intercambiada entre la Oficina de Accionistas y los accionistas, con un sistema especializado que encripta la información, asegurando una mayor protección de la misma y el cumplimiento de nuestras políticas internas frente a la protección de datos.

Incrementamos la presencia en conferencias de relacionamiento con inversionistas, algunas de ellas, Larrainvial en Santiago de Chile, Colombia insideout BVC en New York y Londres, Conferencia Credicorp en Lima (Perú), Conferencia Citibank en Santiago de Chile. En estos escenarios, llevamos a cabo reuniones uno a uno con inversionistas de diferentes partes del mundo.

Adicionalmente, iniciamos la elaboración de informes de cobertura por parte de analistas de mercado como Larrainvial y Credicorp, y el proceso de desarrollar la cobertura por parte de dos analistas locales, informes que deberán ser publicados en marzo de 2016.

En relación con la revelación de información trimestral, hemos mejorado la calidad de la información publicada, que es necesaria para los análisis efectuados por los inversionistas en su proceso de toma de decisiones.



## Reconocimiento IR (Relación con el Inversionista)

Por tercer año consecutivo, recibimos el reconocimiento IR (Relación con el Inversionista) por parte de la Bolsa de Valores de Colombia, como resultado de nuestras buenas prácticas en materia de revelación de información, la relación con accionistas e inversionistas y el cumplimiento de altos estándares en transparencia de la información a inversionistas.

## Gestión de riesgos

Para gestionar nuestros riesgos, en el plan anual de auditoría evaluamos los que están asociados a la operación; hacemos análisis de sensibilidad frente a tasas de cambio y precios de materiales; y revisamos los riesgos emergentes del mercado del gas en escenarios de tres a cinco años. Igualmente, facilitamos capacitaciones en administración del riesgo en salud y seguridad en el trabajo, seguridad, transporte y ambiente.

En 2015, realizamos diagnósticos de entornos operacionales como herramienta para administrar favorablemente nuestro contexto sociopolítico, anticipar situaciones de crisis y ampliar la gestión social de forma estratégica. También fortalecimos la prevención de riesgos de corrupción a través de la adhesión al programa de Empresas Activas en Cumplimiento Anticorrupción liderado por la Presidencia de la República.

### Operaciones evaluadas en riesgos relacionados con corrupción

	2013	2014	2015
Estaciones de servicio (EDS)	24	0	0
Plantas	5	4	3
Oficinas Regionales	5	5	5
Dirección General	1	1	1



## Fusión Opese-Masser

En noviembre de 2015, iniciamos el proceso de fusión de las filiales Opese S. A. S. y Masser S. A. S., dedicadas a la operación de la actividad minorista en estaciones de servicio (Opese) y en tiendas (Masser). Por medio de dicha fusión, buscamos poner en marcha una única operadora especializada en el negocio de estaciones de servicio y tiendas de conveniencia, con procesos ágiles, eficientes, compartiendo infraestructura y sistemas adecuados, que permitan el mejor servicio a los clientes, así como fortalecer las sinergias, y obtener eficiencias operacionales.

### Nuestras buenas prácticas son reconocidas

**Obtuvimos el Premio Andesco** entregado por mejor entorno de gobierno corporativo en gobernanza, ética y transparencia.

**Pasamos del puesto 69 al 22 en el ranking anual de Merco Talento 2015**, que se construye con base en la evaluación de líderes empresariales y de opinión, y nos mantuvimos como la empresa de mayor reputación en el segmento de distribución de combustibles, lo cual nos genera mayor compromiso frente a la calidad laboral, a nuestra capacidad para atraer talento y a la reputación interna.

**Nos ubicamos dentro de las 20 compañías** con mejor índice de *Good Will*<sup>14</sup> en el país.

**Concebimos el buen gobierno corporativo como una guía para enmarcar las relaciones con nuestros accionistas, inversionistas y demás grupos de interés; y para orientar la toma de decisiones hacia el éxito y el impacto positivo en la sociedad y el entorno. El gobierno corporativo en Terpel, gira en torno a un liderazgo responsable, ético y transparente.**



# Crecimiento del equipo Terpel

## GRI

G 4-19

G 4-20

G 4-21

G 4-27

Sabemos que personas y organizaciones se escogen mutuamente para trabajar por objetivos comunes, compartir valores y generar dinámicas de crecimiento mutuos. En este sentido, el equipo Terpel ha sido fundamental en nuestro recorrido para consolidarnos como líderes en Colombia y Latinoamérica.

Nos enfocamos en conocer lo que los empleados necesitan y en construir un entorno que les permita desarrollarse de manera integral y en armonía, no solo en Terpel sino en sus ámbitos personal, familiar y social.

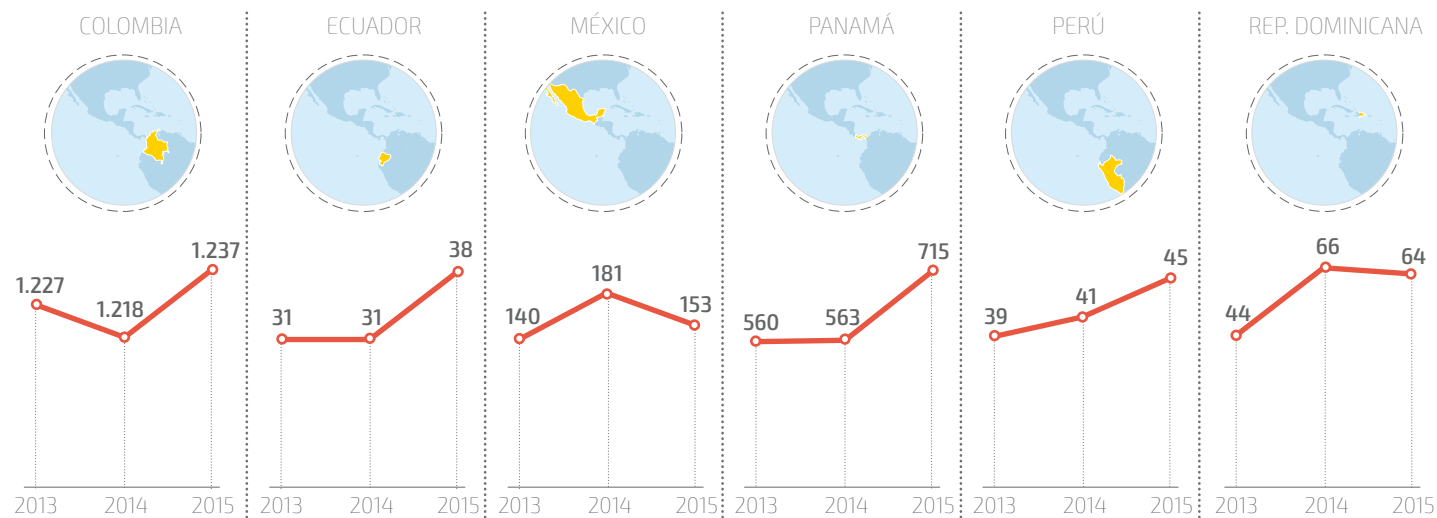
En el marco de una cultura basada en valores, trabajamos persistentemente desde nuestros procesos de selección y en adelante, para formar personas con alto nivel de liderazgo que participen activamente en su desarrollo, en nuestro crecimiento, en la construcción de la sociedad y en la preservación del entorno; les alentamos a conservar una conducta ética, respetuosa y transparente; fomentamos la innovación y la vocación de servicio de manera que se vivan tanto internamente como hacia nuestros grupos de interés; y exaltamos los esfuerzos conjuntos y la corresponsabilidad porque estamos convencidos de que el trabajo en equipo potencia las capacidades individuales.

Nuestro talento humano es el recurso más significativo y cuenta con el sello Terpel que nos hace únicos.



# Equipo Terpel

## Número de empleados directos

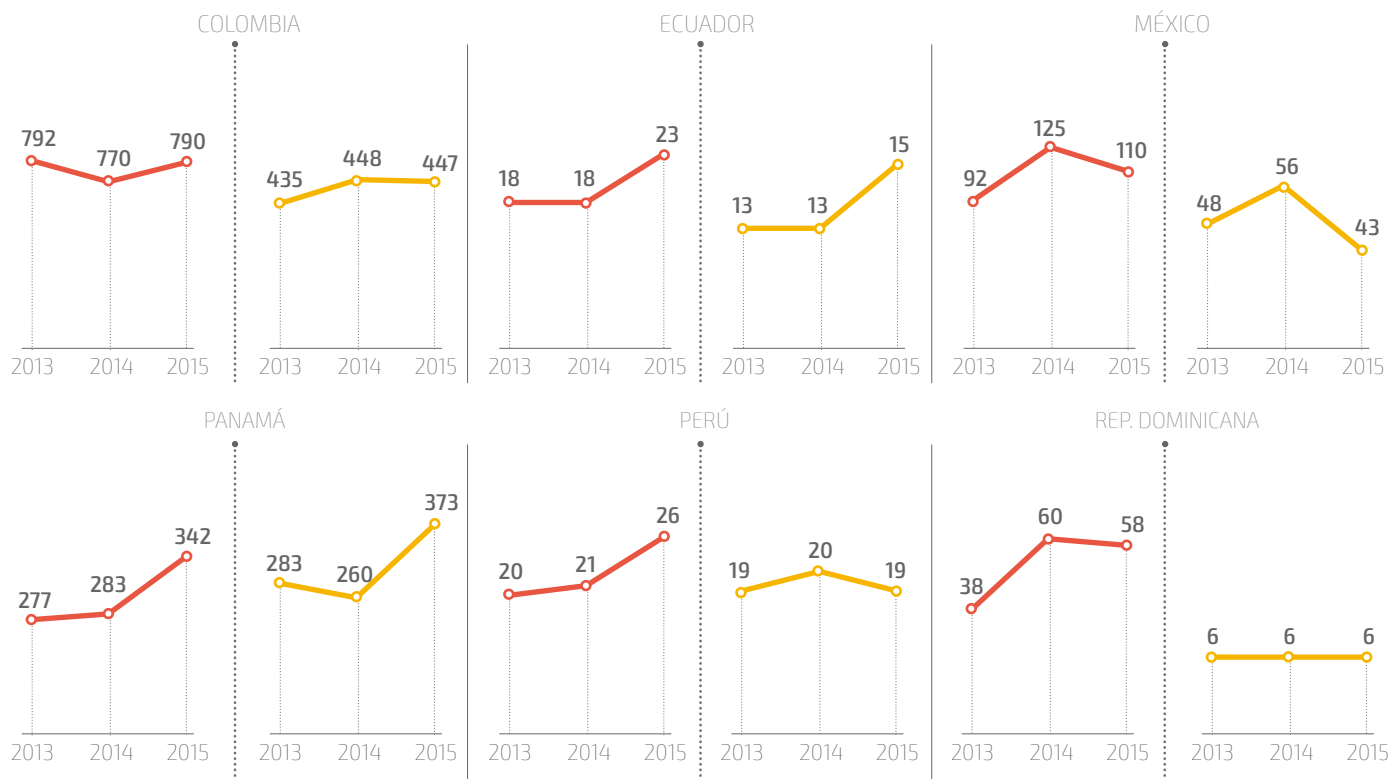


## Número de empleados directos según tipo de contrato y país

	2013		2014		2015	
	Término fijo	Término indefinido	Término fijo	Término indefinido	Término fijo	Término indefinido
Colombia <sup>15</sup>	18	1.209	36	1.182	41	1.196
Ecuador	2	29	1	30	0	38
México	0	140	0	181	0	153
Panamá	8	552	4	559	4	711
Perú	8	31	10	31	14	31
República Dominicana	0	44	0	66	0	64

### Número de empleados directos según país y género

— Hombres — Mujeres



### Porcentaje de empleados de la alta dirección de procedencia local<sup>16</sup> según país<sup>17</sup>

	2013	2014	2015
Colombia <sup>18</sup>	97%	96%	96%
Ecuador	83%	83%	83%
México	25%	25%	25%
Panamá	0%	1%	3%
Perú	86%	75%	71%
República Dominicana	67%	75%	98%



## Distribución de la plantilla según rangos de edad (número de personas)

<b>COLOMBIA</b>	2013	2014	2015
18-30 años	299	254	316
31-50 años	845	847	808
+50 años	83	117	113

<b>ECUADOR</b>	2013	2014	2015
18-30 años	15	6	10
31-50 años	0	24	26
+50 años	16	1	2

<b>MÉXICO</b>	2013	2014	2015
18-30 años	59	75	48
31-50 años	73	97	95
+50 años	8	9	10

<b>PANAMÁ</b>	2013	2014	2015
18-30 años	190	198	284
31-50 años	325	313	380
+50 años	45	52	51

<b>PERÚ</b>	2013	2014	2015
18-30 años	12	12	17
31-50 años	27	28	26
+50 años	0	1	2

<b>REPÚBLICA DOMINICANA</b>	2014	2015
18-30 años	1	5
31-50 años	64	52
+50 años	1	7



## Distribución de la plantilla según cargos (número de personas)

<b>COLOMBIA</b>	2013	2014	2015
Directivos: Presidente, Vicepresidentes y Gerentes	28	28	29
Ejecutivos: Directores	49	49	54
Profesionales: Jefaturas y Analistas	546	540	533
Otros cargos: Técnicos y Operarios	604	601	621
<b>ECUADOR</b>	2013	2014	2015
Directivos: Presidente, Vicepresidentes y Gerentes	1	1	1
Ejecutivos: Directores	2	2	3
Profesionales: Jefaturas y Analistas	17	17	17
Otros cargos: Técnicos y Operarios	11	11	17
<b>MÉXICO</b>	2013	2014	2015
Directivos: Presidente, Vicepresidentes y Gerentes	4	4	4
Ejecutivos: Directores	14	20	14
Profesionales: Jefaturas y Analistas	49	66	41
Otros cargos: Técnicos y Operarios	73	91	94
<b>PANAMÁ</b>	2013	2014	2015
Directivos: Presidente, Vicepresidentes y Gerentes	6	9	3
Ejecutivos: Directores	7	7	6
Profesionales: Jefaturas y Analistas	104	67	70
Otros cargos: Técnicos y Operarios	443	483	636
<b>PERÚ</b>	2013	2014	2015
Directivos: Presidente, Vicepresidentes y Gerentes	3	8	3
Ejecutivos: Directores	10	7	11
Profesionales: Jefaturas y Analistas	23	24	29
Otros cargos: Técnicos y Operarios	2	2	2



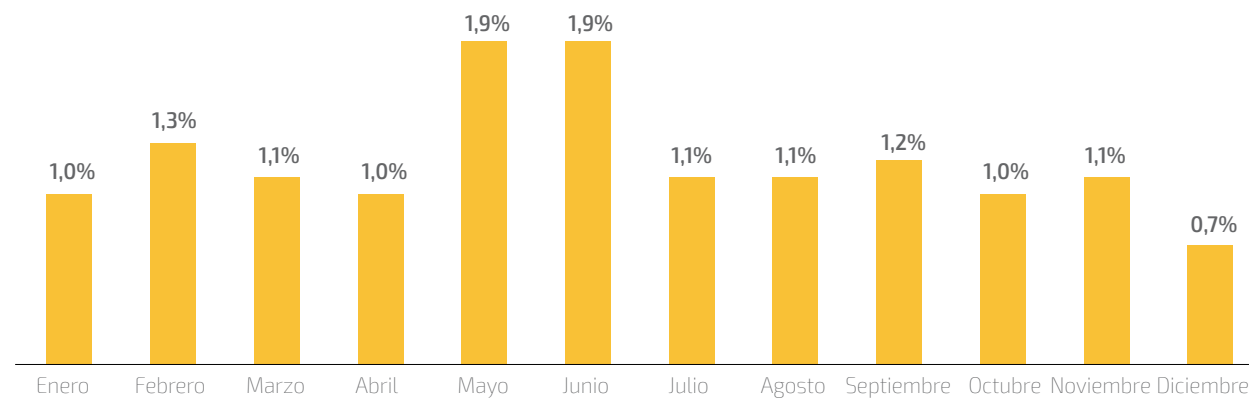
REPÚBLICA DOMINICANA	2014	2015
Directivos: Presidente, Vicepresidentes y Gerentes	1	1
Ejecutivos: Directores	0	3
Profesionales: Jefaturas y Analistas	8	8
Otros cargos: Técnicos y Operarios	57	53

### Tasa de contratación y retención

COLOMBIA	2013	2014	2015 <sup>19</sup>
Número de empleados al comienzo del periodo	1.224	1.227	1.218
Número de empleados al final del periodo	1.227	1.218	1.237
Ingresos	147	203	186
Retiros	153	209	165
Tasa anual de rotación <sup>20</sup>	12,5%	17%	14,4%
Índice anual de rotación voluntaria <sup>21</sup>	4,8%	9,6%	6%
Tasa promedio de rotación mensual de los empleados	1,0%	1,4%	1,2%
Tasa de rotación anual voluntaria de empleados	0,4	0,8	0,5

### Tasa de rotación mensual

Colombia 2015



## Tasa de rotación anual

<b>ECUADOR</b>	2013	2014	2015
Número de empleados al comienzo del periodo	32	31	31
Número de empleados al final del periodo	31	31	38
Ingresos	2	2	9
Retiros	3	2	2
Tasa de rotación	9,7%	6,45%	5,2%

<b>MÉXICO</b>	2013	2014	2015
Número de empleados al comienzo del periodo	104	140	150
Número de empleados al final del periodo	140	150	153
Ingresos	79	41	39
Retiros	43	32	36
Tasa de rotación	30,7 %	22,42%	23,53%
Tasa de rotación voluntaria de empleados	39,53%	40,63%	7,19%

<b>PANAMÁ</b>	2013	2014	2015
Número de empleados al comienzo del periodo	456	560	563
Número de empleados al final del periodo	560	563	715
Ingresos	296	288	434
Retiros	192	285	290
Tasa de rotación	34,3%	51%	41%

<b>PERÚ</b>	2013	2014	2015
Número de empleados al comienzo del periodo	51	40	43
Número de empleados al final del periodo	39	41	45
Ingresos	8	0	16
Retiros	22	7	11
Tasa de rotación	56,4%	17%	24,4 %



## Tasa de rotación anual

<b>REPÚBLICA DOMINICANA</b>	2013	2014	2015
Número de empleados al comienzo del periodo	77	44	66
Número de empleados al final del periodo	73	66	64
Ingresos	18	24	0
Retiros	14	2	2
Tasa de rotación	18,2%	5%	3%

## Personas que dejaron su empleo según causa

<b>COLOMBIA</b>	2013	2014	2015
Mutuo acuerdo	17	57	31
Renuncia	62	115	84
Jubilación	2	2	0
Fallecimiento	1	1	1
Otros	71	34	49
<b>Total</b>	<b>153</b>	<b>209</b>	<b>165</b>

<b>ECUADOR</b>	2013	2014	2015
Mutuo acuerdo	0	0	0
Renuncia	3	2	1
Jubilación	0	0	0
Fallecimiento	0	0	0
Otros	0	0	1
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

<b>PERÚ</b>	2013	2014	2015
Mutuo acuerdo	4	0	1
Renuncia	3	2	6
Jubilación	0	0	0
Fallecimiento	0	0	0
Otros	15	5	4
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>7</b>	<b>11</b>



### Personas que dejaron su empleo según causa

<b>MÉXICO</b>	2013	2014	2015
Mutuo acuerdo	18	5	4
Renuncia	19	13	11
Jubilación	0	0	0
Fallecimiento	0	1	1
Otros	6	13	20
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>32</b>	<b>36</b>

<b>PANAMÁ</b>	2013	2014	2015
Mutuo acuerdo	7	46	22
Renuncia	142	155	153
Jubilación	0	0	0
Fallecimiento	0	0	0
Otros	43	84	115
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>285</b>	<b>290</b>

<b>REPÚBLICA DOMINICANA</b>	2013	2014	2015
Mutuo acuerdo	11	1	0
Renuncia	2	1	1
Jubilación	1	0	0
Fallecimiento	0	0	1
Otros	0	0	0
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

## Derechos Humanos

Nuestra política de derechos humanos tiene como objetivo establecer las directrices sobre su respeto y promoción en todas nuestras actuaciones y relaciones con los grupos de interés, aplica para todas las operaciones en donde hacemos presencia y tiene alcance en la cadena de valor.

Uno de los pilares de la política, son las **prácticas laborales** en donde expresamos los siguientes compromisos:

- ▶ Promoción y respeto de la libertad de asociación y reconocimiento de los sindicatos colectivos.
- ▶ Prohibición y rechazo absoluto al trabajo forzado, al trabajo infantil y la discriminación, en especial en materia de empleo y ocupación.
- ▶ Cero tolerancia frente a prácticas abusivas de acoso o castigo.
- ▶ Garantía de salarios justos, competitivos y acordes con la ley, así como el cumplimiento de las horas de jornada laboral.
- ▶ Promoción de un ambiente de trabajo seguro y saludable que favorezca el bienestar de los empleados.



### GRI

G 4-19 G 4-27

ASUNTO MATERIAL

**Relaciones y condiciones laborales justas**

## Garantizamos relaciones y condiciones laborales justas

Entendemos las relaciones con nuestro equipo de trabajo, como un sistema armónico de principios, valores y normas. Garantizamos un trabajo digno y rechazamos cualquier tipo de discriminación a razón de género, raza, orientación política o creencias religiosas, procurando siempre brindar condiciones óptimas para su calidad de vida y bienestar.

Promovemos una comunicación abierta y para tal efecto, ponemos a disposición canales de comunicación que les permitan ser escuchados en cualquier nivel de la compañía, dando una oportuna y eficaz respuesta a sus inquietudes.



## Central del Empleado en GenTe

En 2015, como parte de nuestra plataforma GenTe, con la cual adoptamos la tecnología de punta de *success factors*, pusimos en marcha el nuevo módulo Central del Empleado, herramienta que nos permite concentrar y gestionar eficientemente la información del ciento por ciento de los trabajadores y agilizar los servicios de nómina en tiempo real.

---

Todos los servicios de administración de personal en un clic.

---

## Correrías Anuales: recorremos el camino para promover la comunicación

Continuamos incentivando la cultura de diálogo abierto a través de nuestras Correrías Anuales, que se han convertido en espacios de construcción participativa en donde la vicepresidente de gestión humana y algunos miembros de sus equipos, se reúnen con empleados para escuchar sus opiniones y expectativas, compartirlas noticias, intercambiar aprendizajes, generar habilidades de comunicación y seguir construyendo lazos de confianza.

### Correrías en regionales Colombia



Como resultado de las Correrías efectuadas en 2014, en las que participaron 600 personas de todas las regionales en Colombia, diseñamos un curso de formación para acompañar a nuevos jefes y un programa de intercambio entre plantas. Asimismo, llevamos a cabo mejoras al procedimiento de incorporación e hicimos ajustes en la política y en acciones de comunicación.

---

En 2015, la gratitud fue el tema central en estos encuentros, porque buscamos no solo alcanzar las metas propuestas en nuestra estrategia sino generar ambientes en donde valoremos y apreciemos lo que damos por sentado y las oportunidades que a diario se nos presentan en la vida laboral y en la personal.

---



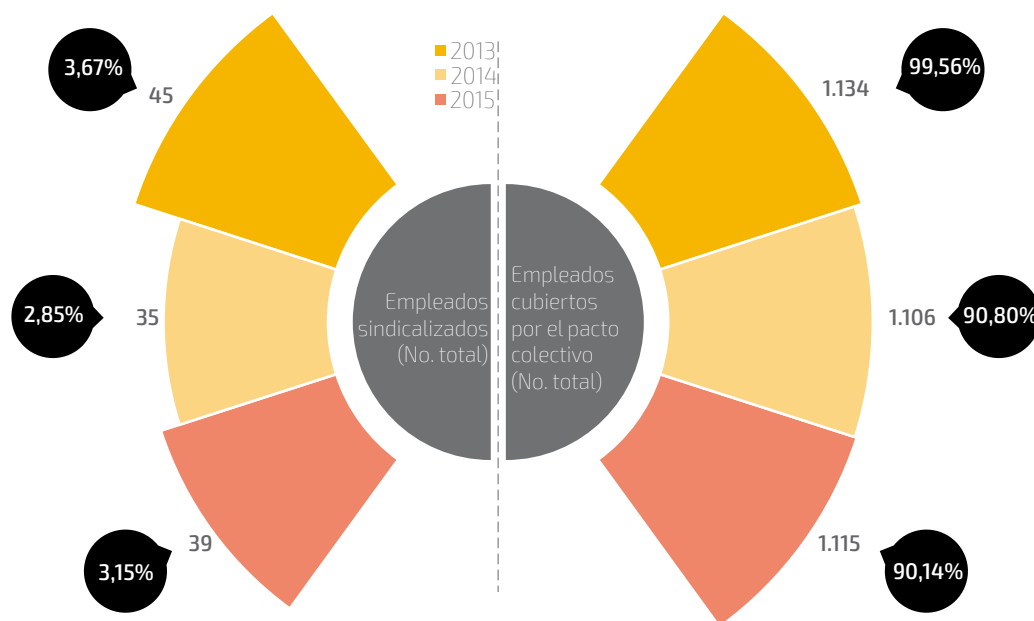
## Sindicatos y Pacto Colectivo

A través de la ejecución integral de nuestro marco normativo interno, aseguramos a nuestros empleados el ejercicio libre y sin restricciones, de su derecho de asociación en un entorno de respeto mutuo.



3

### Colombia



En 2015, llevamos a cabo tres reuniones con los representantes del pacto colectivo y firmamos la convención colectiva a tres años.

GRI

G 4-19 G 4-27

ASUNTO MATERIAL

Desarrollo del capital humano

## Facilitamos el desarrollo del talento humano

Nuestra estrategia de desarrollo se basa en potenciar los comportamientos organizacionales que hemos establecido en Terpel (**actitud de servicio, orientación a resultados y disciplina estratégica**) y en lograr el crecimiento integral de las personas.

Proveemos espacios de capacitación que le permiten a quienes participan, adquirir y perfeccionar habilidades, destrezas, actitudes y conocimientos, para el desarrollo de su labor, para tener oportunidades de progreso dentro y fuera de la organización, y para mejorar su calidad de vida.



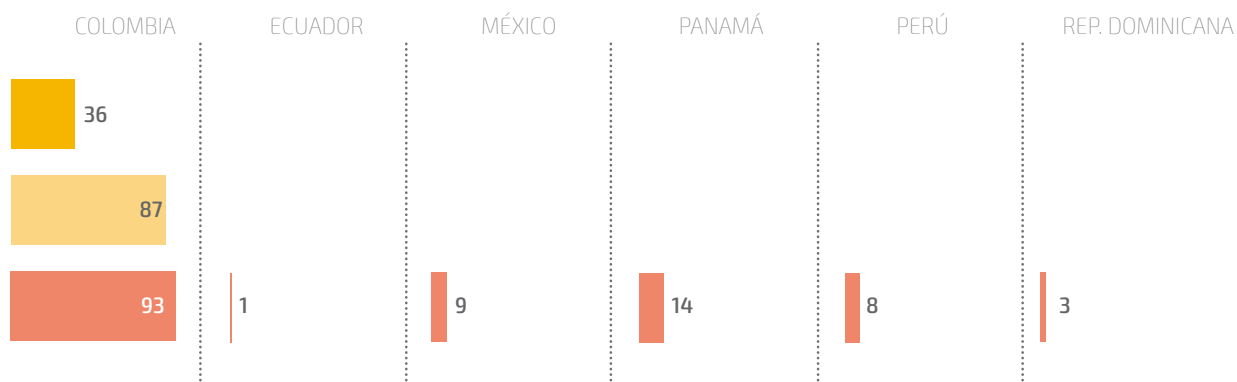


## Planificamos el futuro con los empleados

En 2016, adelantaremos el piloto del Proyecto de Planes de Carrera y Sucesión, con la construcción de tres rutas de carrera por familias de cargo. Este proyecto, permitirá articular la promoción efectiva de los empleados con las posibilidades reales de rotación que ofrecemos, generando oportunidades de crecimiento sostenibles que potencialicen el talento.

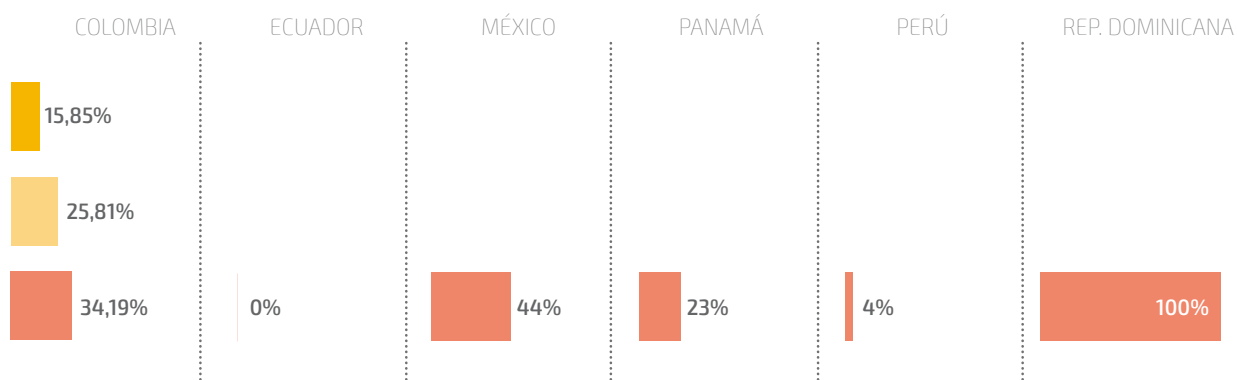
■ 2013 ■ 2014 ■ 2015

### Personas que recibieron ascensos (número)



Durante 2015, en Colombia actualizamos el ciento por ciento de las descripciones de cargo y para 2016 parametrizaremos las descripciones con miras a facilitar el Proyecto de Planes de Carrera y Sucesión.

### Puestos vacantes ocupados por personal interno (porcentaje)



## Gestión del desempeño para el desarrollo

Estamos dando un salto cualitativo para poner al desarrollo como objetivo central de la evaluación de desempeño, lo que significa llegar a planes de acción individuales y por equipos, que potencien el intercambio de saberes, las mejores prácticas, la generación de conocimiento y el crecimiento.

### Módulo de Desempeño en GenTe

El módulo de desempeño, es la herramienta tecnológica a través de la cual los jefes valoran cada dos años a cada uno de los empleados de su equipo, tanto en el cumplimiento de los comportamientos organizacionales como frente a las responsabilidades en el SSAC (Sistema Integrado de Gestión en Salud, Seguridad, Ambiente y Calidad) asociadas a su actividad. Posterior a la evaluación se establecen planes de acción individuales basados en las fortalezas y oportunidades de mejora identificadas y se hace seguimiento al avance de dichos planes a seis, doce y dieciocho meses.

Durante 2015, en Colombia hicimos la valoración de desempeño para cargos administrativos con 855 personas y cada una definió su plan de acción.

## Formación

Sabemos que la producción y el intercambio de conocimiento son un requisito fundamental para el éxito personal e institucional. En consecuencia, gestionamos la formación como un proceso continuo, como pieza clave para avanzar hacia el liderazgo, la innovación y la competitividad, en el marco de nuestra cultura de servicio. Preparamos a nuestros empleados y aliados con una visión de futuro, de consolidación de carrera desde el saber aplicable al trabajo, buscando incansablemente ser coherentes con nuestras metas, flexibles para asimilar las transformaciones y capaces para enfrentarnos a los desafíos.

### Inversión en formación (pesos colombianos)

	2013	2014	2015
Colombia	2.236.280.000	848.226.334	1.671.657.317
Ecuador	16.922.470	17.452.000	19.926.114 <sup>22</sup>
México	13.134.594,06	970.600.000	26.600.142 <sup>23</sup>
Panamá	258.912.975	201.587.736	412.997.298 <sup>24</sup>
Perú	36.710.704	21.704.739	64.030.927 <sup>25</sup>
República Dominicana	36.114.153	39.598.000	150.869.008 <sup>26</sup>



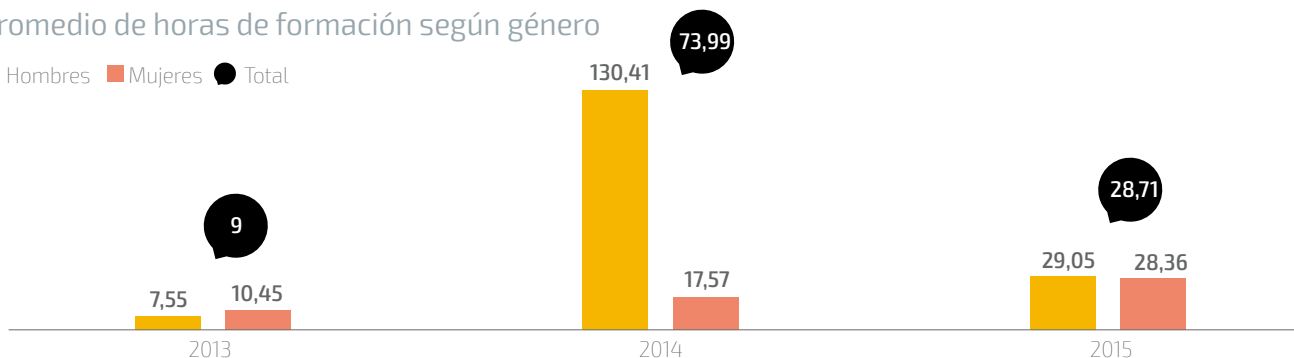
GRI

Colombia<sup>27</sup>

G 4-22

Promedio de horas de formación según género

■ Hombres ■ Mujeres ● Total



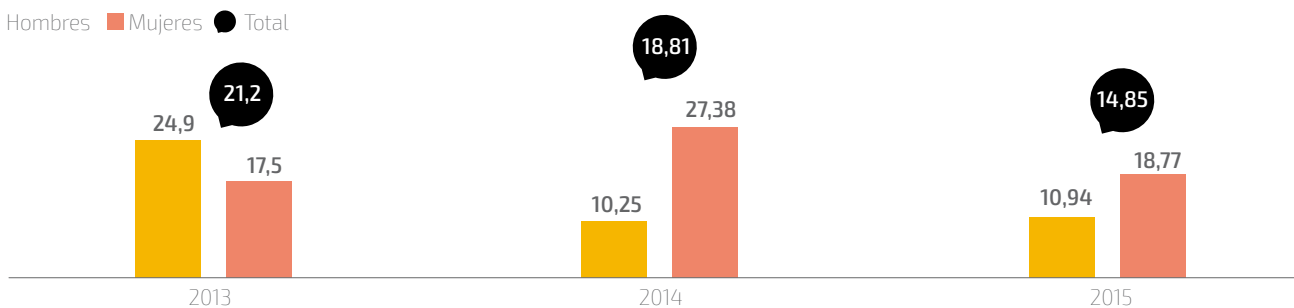
Promedio horas de formación según categoría profesional y género

Categorías	2013			2014			2015		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directivos	4,5	1,8	3,15	35,36	20,00	27,68	24,28	21,2	22,74
Ejecutivos	2,8	3,6	3,2	41,60	30,04	35,82	37,42	40,19	38,81
Profesionales	3,5	4,6	4,05	34,52	23,18	28,85	36,24	32,61	34,43
Otros cargos	2,0	1,7	1,85	195,44	4,63	100,03	24,55	19,49	22,02

Ecuador

Promedio de horas de formación según género

■ Hombres ■ Mujeres ● Total

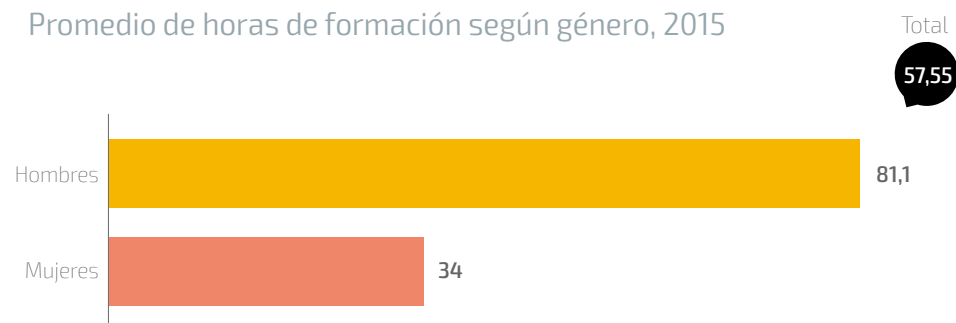


## Promedio horas de formación según categoría profesional y género

Categorías	2013			2014			2015		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directivos	4,5	1,8	3,15	0	0	0	0	0	0
Ejecutivos	2,8	3,6	3,2	9	13	11	26	24	25
Profesionales	3,5	4,6	4,05	12,33	32,71	22,52	10,29	12,86	11,57
Otros cargos	2	1,7	1,85	8,75	22,8	15,77	9,12	26	17,56

## México

## Promedio de horas de formación según género, 2015



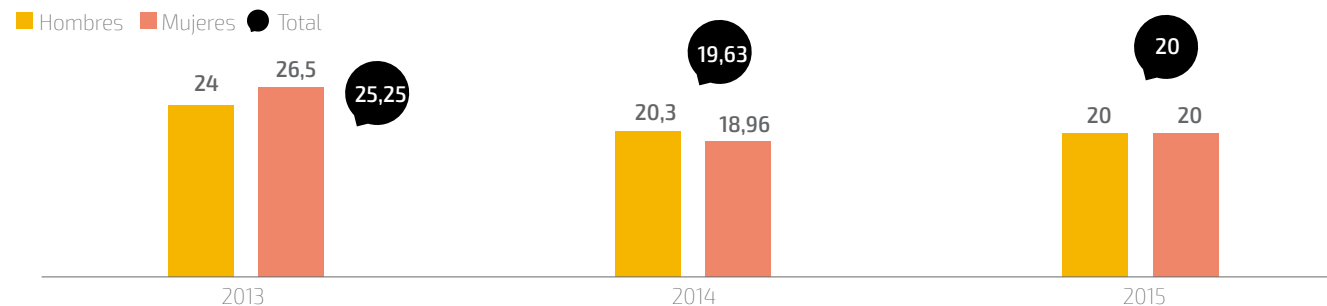
## Promedio horas de formación según categoría profesional y género

Categorías	2013			2014			2015		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directivos	76	0	38	23,12	33,87	28,49	25	0	25
Ejecutivos	84,5	54,4	69,45	23	33,87	28,43	27,5	14,4	20,95
Profesionales	13	10	11,5	16,12	16,35	16,23	10,6	7,3	8,95
Otros cargos	12	11,5	11,75	1,77	3,04	2,4	18	12,3	15,15



## Panamá

### Promedio de horas de formación según género



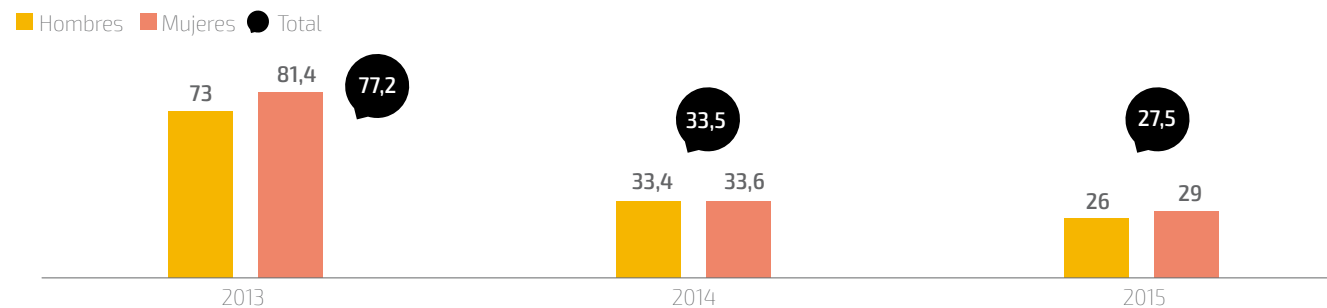
### Promedio horas de formación según categoría profesional y género

Categorías	2013			2014			2015		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directivos	4	17	10,5	4	4	4	4	4	4
Ejecutivos	16	63,5	39,8	4	4	4	4	4	4
Profesionales	33	45,8	39,4	4	4	4	4	4	4
Otros cargos	24	22,9	23,5	22,68	23,52	23	24	24	24

Fortalecimos las capacidades de los empleados administrativos sobre temas relacionados con el negocio.

## Perú

### Promedio de horas de formación según género

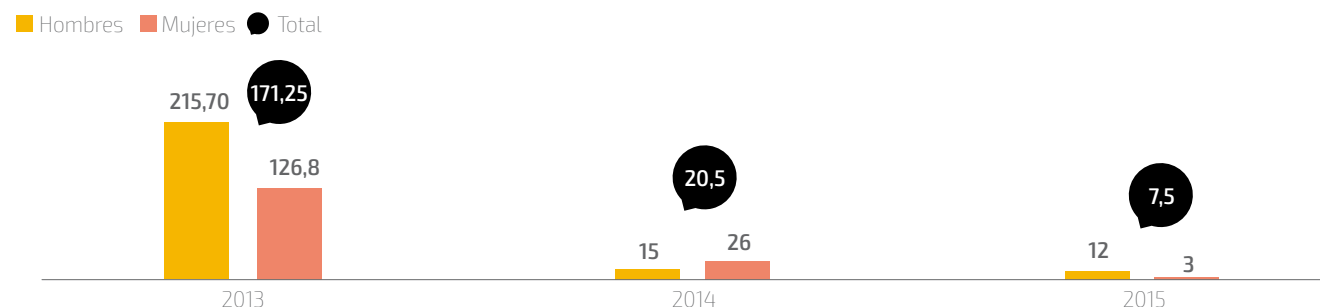


### Promedio horas de formación según categoría profesional y género

Categorías	2013			2014			2015		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directivos	21	0	21	18	18	18	206	0	206
Ejecutivos	0	0	0	0	0	0	38	60	49
Profesionales	88	91	89,5	30	30	30	436	485	460,5
Otros cargos	55	55	55	30	30	30	18	12	15

### República Dominicana

#### Promedio de horas de formación según género



### Promedio horas de formación según categoría profesional y género

Categorías	2013			2014			2015		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directivos	112	0	112	12	0	12	12	0	12
Ejecutivos	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Profesionales	179	126,8	152,9	40	40,8	40,4	19	15	17
Otros cargos	209	0	209	12,63	0	12,63	35	0	35

Implementamos un programa de capacitación en inglés, ofrecemos un diplomado de NIIF y cursos de gestión humana. Adicionalmente, contamos con un fondo para capacitaciones especiales.





## Universidad Corporativa

Producimos, curricularizamos y certificamos nuestro conocimiento. Todos los escenarios y modalidades de capacitación en una única plataforma: ClaseT.

Lanzamos esta iniciativa en 2015, con el programa virtual de reinducción que en 2,5 meses, reportó una cobertura del 98% de la planta ocupada. 1.194 empleados actualizaron sus conocimientos relacionados con nuestra historia, la estrategia, las líneas de negocio, la estructura, las políticas, el enfoque de sostenibilidad y otros aspectos relativos a nuestra cultura corporativa.

Al cerrar 2015, ClaseT contaba ya con un portafolio de seis Escuelas de Negocio presenciales; ocho cursos virtuales activos, dieciséis en desarrollo, y con la biblioteca de consulta Get Abstract.

Para 2016, la meta es poner en marcha tres mallas curriculares de negocio que permitan la convalidación de títulos y experiencia al interior de la compañía; cinco cursos adicionales en las Escuelas de Negocio y un total de cincuenta cursos virtuales.



---

## Escuelas Terpel: nuestra oferta de formación para aliados y clientes<sup>28</sup>

Para cumplir nuestro propósito de ser líderes en la distribución de combustibles, trabajamos de la mano con nuestros aliados, clientes y grupos de interés. Por esta razón, desde hace más de cinco años implementamos las Escuelas Terpel en las que ofrecemos formación integral en torno a temas de cada línea de negocio con un enfoque de sostenibilidad y énfasis en nuestra vocación de servicio.

Las escuelas están en permanente evolución basada en lo que es relevante para el sector, para el negocio, para nuestros aliados y clientes. Cada escuela se desarrolla modularmente e incluye contenidos aprobados por los expertos de Terpel.

---

### Escuela de Isleros y Escuela de Administradores

Están diseñadas para entrenar y compartir nuestra pasión por el servicio con quienes son el corazón de nuestro negocio: los isleros y los administradores de la red de EDS Terpel.

A través de la Escuela de Isleros y la Escuela de Administradores, transmitimos la importancia de ofrecer a quienes visitan las EDS, la mejor experiencia, gracias a la entrega exacta en la medida de combustible, la calidez en el trato y la excelencia en el servicio.

---

En 2015, implementamos 2 nuevos módulos en la Escuela de Administradores:

**A tu servicio:** para capacitar administradores con el fin de garantizar que repliquen nuestra estrategia de servicio centrada en las personas en cada una de sus estaciones.

**Construyendo equipos altamente efectivos:** para entregar a los administradores las herramientas necesarias que aporten al desarrollo de sus equipos, desde el reconocimiento de su estilo de liderazgo y la comunicación, lo cual dará como resultado contar con equipos altamente efectivos.



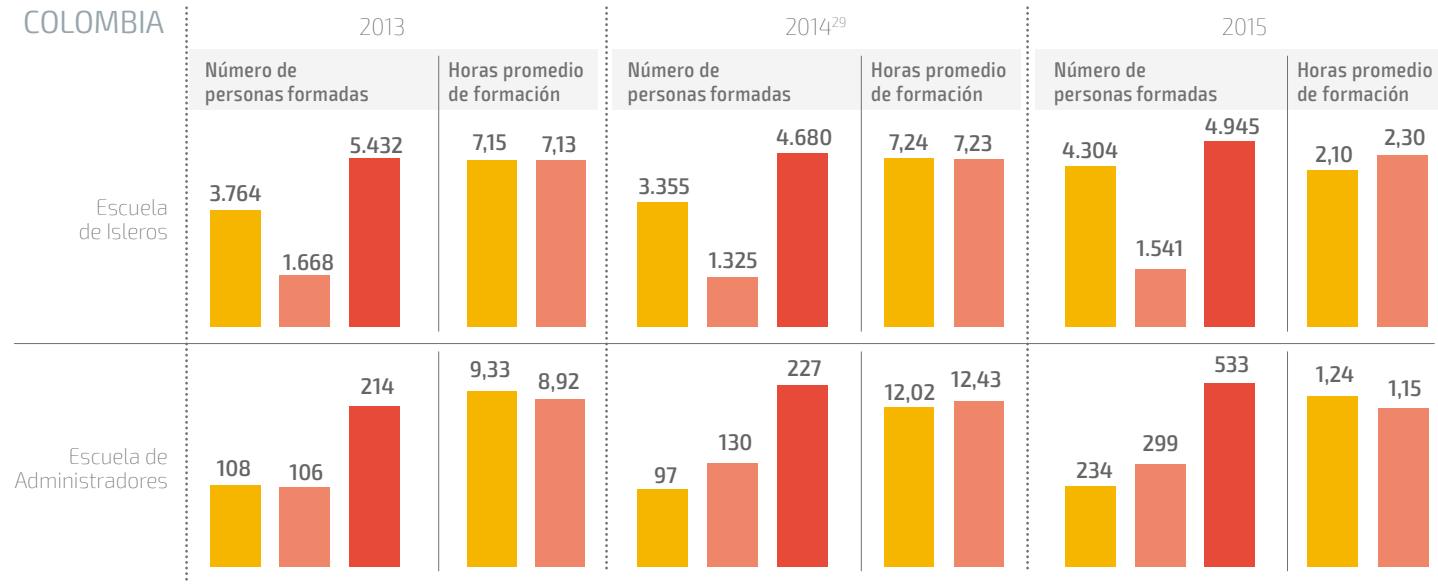


■ Hombres ■ Mujeres ■ Total

GRI

COLOMBIA

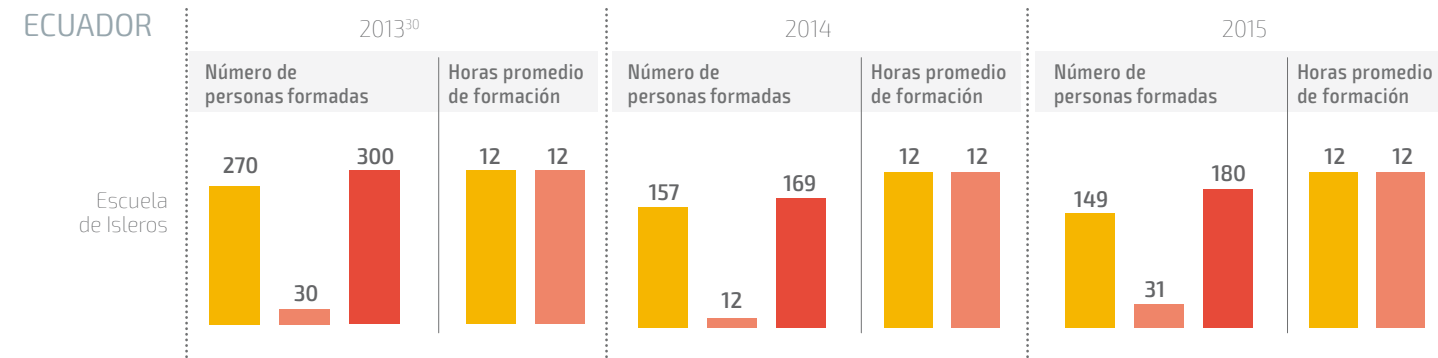
G 4-22



GRI

ECUADOR

G 4-22



**En Panamá,** a través de la Escuela de Isleros formamos a 8.656 personas cumpliendo un total de 541 horas de capacitación. Asimismo, llegamos con la Escuela de Administradores a 10 administradores de EDS durante 160 horas en total. Otras escuelas que fortalecieron la operación en las EDS, fueron aquellas en las que participaron 23 asistentes administrativos y 175 dependientes de tienda.



## Escuela de Aviación

Esta escuela, es un escenario en el que generamos capacidades y compartimos buenas prácticas, a la vez que aseguramos la calidad de nuestro negocio.

En 2015:

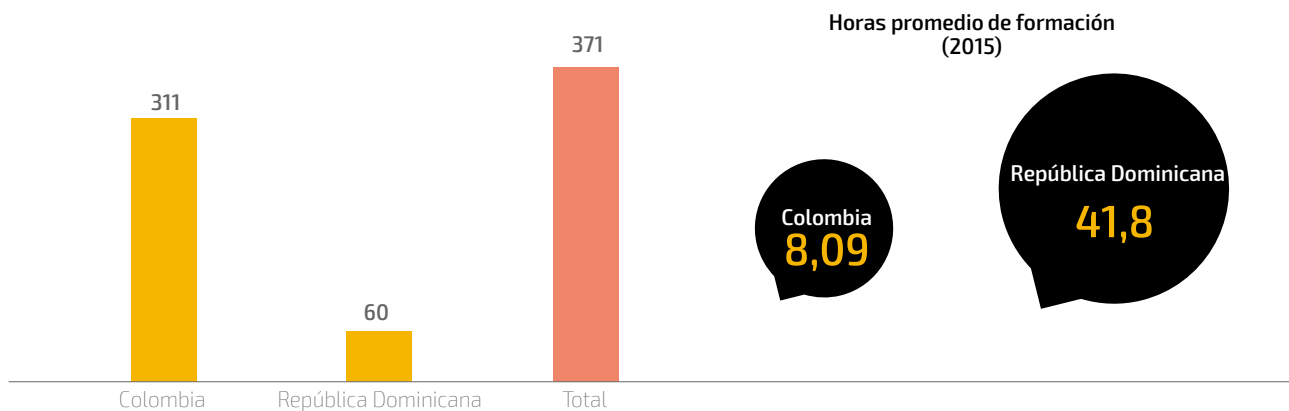
**Implementamos el módulo de mantenimiento**, enfocado en compartir con nuestros clientes las mejores prácticas en el cuidado de equipos para el suministro de combustible. El módulo es dictado por el jefe de mantenimiento y proyectos del área de aviación.

**Reestructuramos el módulo normativo** con el apoyo del área de asuntos corporativos y legales de la compañía.

**Incrementamos a once** el número de instructores.

**En República Dominicana**, lanzamos la escuela y llevamos a cabo cinco sesiones, en las que participaron sesenta personas, en los módulos Fundamental, Calidad, Operación y Seguridad.

Número de personas formadas (2015)



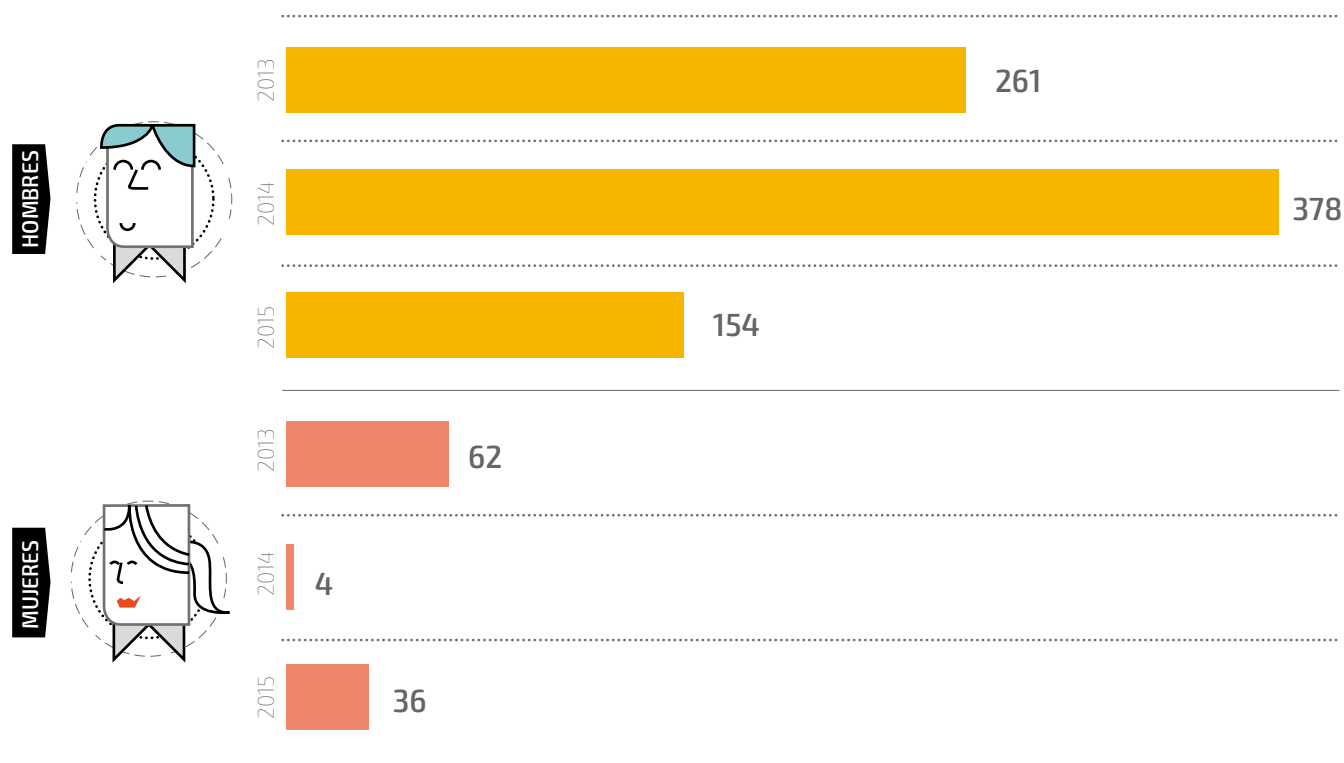
## Escuela de Industria

A través de esta escuela de formación dirigida a nuestros clientes de industria, compartimos las mejores prácticas de operación y de manejo de combustible, además de resaltar la importancia del cuidado del ambiente.

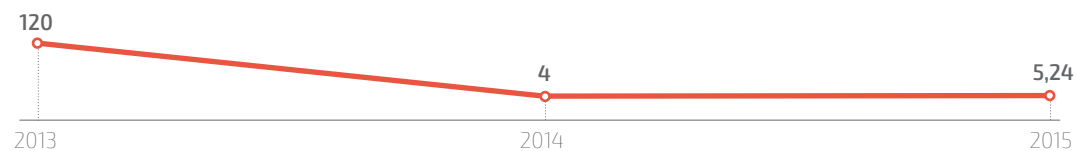
### Colombia

En 2015, capacitamos a 190 personas y dictamos 996 horas de formación.

#### Número de personas formadas



#### Horas promedio de formación



## Seguimos fomentando el liderazgo

Formamos líderes conscientes de la importancia de las personas, capaces de formar a otros líderes y comprometidos no solo con nuestra estrategia de negocio sino con nuestra premisa de ser aliado país.

En 2015, en Colombia:

**908 personas** participaron en la alineación corporativa liderada por presidencia.

**Llevamos a cabo coaching** individual con 12 personas y 33 equipos conformados por 442 personas.

**En el marco de ClaseT**, desarrollamos el curso Liderazgo con Valor, en el cual participaron 18 nuevos jefes.

**Entregamos en Super-T**, 349 reconocimientos cotidianos y extraordinarios: a 145 personas, 171 equipos y 33 gestores de proyectos.

**Capacitamos en liderazgo** a 211 empresarios de la Red de Empresarios Terpel (RET).

## Impulsamos la innovación

Creemos en la innovación como la capacidad de reinventarnos, de ser propositivos, de introducir cambios, de romper paradigmas y de transformar positivamente realidades no solo como parte del equipo Terpel sino como actores comprometidos con el entorno y la sociedad.

A través del programa **Únicos**, brindamos un espacio en el que los empleados comparten ideas para mejorar nuestros productos, servicios y procesos.

En 2015, el reto planteado fue lograr cero vehículos contaminados en EDS.



Número de personas  
que participaron



13

Ideas recibidas



25

Ideas premiadas que se  
implementarán en 2016



3

## GRI

G 4-19

G 4-27

ASUNTO  
MATERIAL
**Condiciones  
seguras de  
operación**

## Condiciones seguras de operación

Protegemos la seguridad y la salud de los empleados, mediante la identificación, la evaluación y el control de los peligros; y ponemos en marcha las actividades necesarias para prevenir los riesgos derivados del trabajo.

Durante 2015, avanzamos gracias a las siguientes iniciativas **en Colombia**:

- ▶ Difusión permanente de los indicadores de cumplimiento (gestión y resultados) de cada uno de los centros de trabajo operativos, mediante la instalación de tableros de control por cada negocio.
- ▶ Conformación del Comité de Seguridad Vial, para evitar los accidentes de tránsito de nuestro personal y los contratistas.
- ▶ Realización de auditorías de SSAC a contratistas, en donde validamos los cumplimientos legales, el control de los riesgos, y las actividades de promoción y prevención.
- ▶ Puesta en marcha de la segunda fase del programa de Manejo del Riesgo Químico en todos los centros de trabajo operativos.

**En Panamá**, trazamos el Plan de Seguridad en las EDS, tiendas y en el área administrativa, con la participación del ciento por ciento del equipo Terpel.



## Indicadores que reflejan nuestra gestión en seguridad

### Colombia<sup>31</sup>

	2014		2015	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Número total de enfermedades laborales	0	0	1	0
Fatalidades relacionadas con el trabajo	0	0	0	0
Índice de días perdidos	13,47		4,62	
Índice de severidad: (Número de ausencias en el año / Total de trabajadores en el año) x 100	0,9	0,8	1,42	0,60
Índice de accidentalidad (número de eventos / horas hombre trabajadas) x 1.000.000	8,93		8,44	

	2013	2014	2015
Tasa de frecuencia de días perdidos por lesiones (LTIFR): número de días de incapacidad / millones de horas trabajadas <sup>32</sup>	3,74	3,28	3,84
Índice de Frecuencia de Enfermedad Ocupacional (OIFR): número de enfermedades laborales reconocidas en el año / millones de horas trabajadas <sup>33</sup>	0	0	0,42

### GRI

G 4-22

### Contratistas en Colombia

	2013	2014	2015
Fatalidades relacionadas con el trabajo (número total)	1	1	0
Tasa de accidentalidad: (Número de eventos x 100) / Cantidad total de trabajadores		0,029 <sup>34</sup>	0,26
Tasa de frecuencia de días perdidos por lesiones (TFDPL) Número de días de incapacidad / millones de horas trabajadas	8	4	2,4

### Comités de salud y seguridad en 2015

	Colombia	Ecuador <sup>35</sup>	México <sup>36</sup>	Panamá	Perú <sup>37</sup>	República Dominicana
Número de empleados que participan	8	6	30	12	4	4
Número de directivos que participan	8	6	2	0	2	3
Porcentaje de trabajadores representados	100%	100%	100%	100%	100%	100%

**En Perú**, se presentaron 5 enfermedades laborales y 0,005 es la tasa de enfermedad profesional (Número de casos / Horas hombre trabajadas) x 1.000.000 horas.



## BienSer

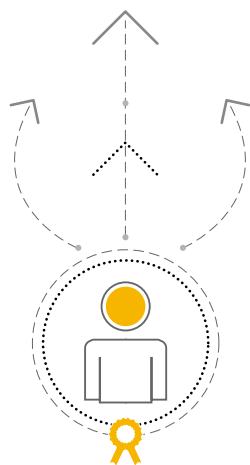
A través de BienSer, canalizamos las iniciativas de bienestar en donde promovemos los valores corporativos; fomentamos y facilitamos el equilibrio entre la vida personal y la laboral; ofrecemos beneficios adicionales a los pactados; e impulsamos un mejor estilo de vida para nuestros empleados y su núcleo familiar.

### BienSer en cuatro dimensiones de relación

Buscamos trascender la dimensión personal a fin de que el equipo Terpel haga la diferencia en la sociedad.

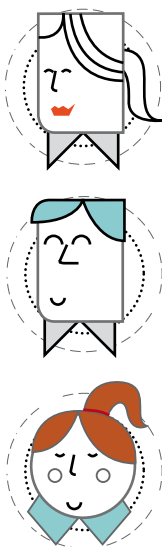
#### CONTIGO:

crecimiento personal y reconocimiento como individuos.



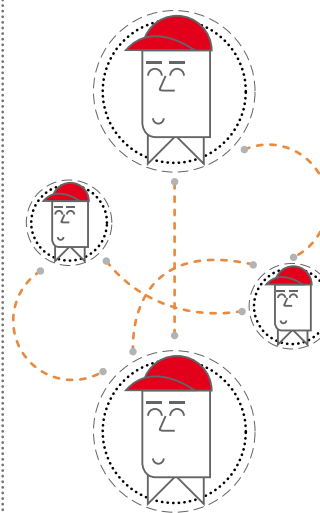
#### CON LOS TUYOS:

incluimos a la familia.



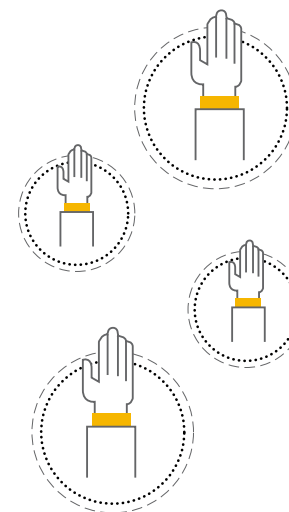
#### CON NOSOTROS:

integración y alineación entre los equipos de trabajo.



#### CON LOS DEMÁS:

participación activa y comprometida en la sociedad.



A lo largo de las distintas iniciativas de BienSer, ofrecemos experiencias relacionadas con variables como puestos de trabajo ergonómicos, cuidado de la salud física y mental a través de exámenes médicos, promoción de buenos hábitos, actividades físicas y deportivas, beneficios de vivienda y educación, entre otros.

## BienSer en Colombia

Además de dar continuidad a las iniciativas regulares, en 2015:

**Creamos Comités Regionales** de Deportes de los que hicieron parte 37 personas.

**700 personas** participaron en los Juegos Regionales.

**Implementamos un catálogo** para regalos de cumpleaños de los niños y de los empleados.

## Créditos de vivienda

	2014	2015
Recursos consolidados (millones de pesos)	3.200	3.260
Empleados y familias beneficiados (número)	120	139

## BienSer en Panamá

Llevamos a cabo actividades enfocadas en la salud, con énfasis en prevención del cáncer, debido a la alta incidencia de casos; participamos en la campaña Cinta Rosada y organizamos olimpiadas de salud.

## Equilibrio

Encontrar el equilibrio entre la vida personal y profesional es la clave para mantener la motivación, el sentido de pertenencia y la competitividad. Por consiguiente, facilitamos condiciones para que los empleados pasen más tiempo con su familia y disfruten de tiempo libre para sus actividades personales.

**Horario flexible:** elección de horario de entrada y salida, según horas de ley y con disponibilidad en las instalaciones entre las 8:30 AM y las 4:30 PM.

**Jornada comprimida:** horario continuo de 7:00 AM a 2:00 PM y tarde libre 1 viernes al mes.

**Semana de diciembre:** 1 hora adicional de trabajo durante 2 meses previos, para disfrutar la semana del 24 o del 31 libre. Esta iniciativa está sujeta a revisión cada año.





## Ambiente laboral y satisfacción

Sabemos que el clima organizacional influye en procesos como la comunicación, la toma de decisiones, la solución de problemas, el aprendizaje, y por ende en la motivación y satisfacción de los empleados. Todo lo que hacemos en Terpel gira en torno a propiciar el mejor clima laboral y a proveer un entorno de trabajo que resulte satisfactorio para quienes hacen parte de nuestro equipo.

### Hacemos seguimiento periódico a la satisfacción de los empleados

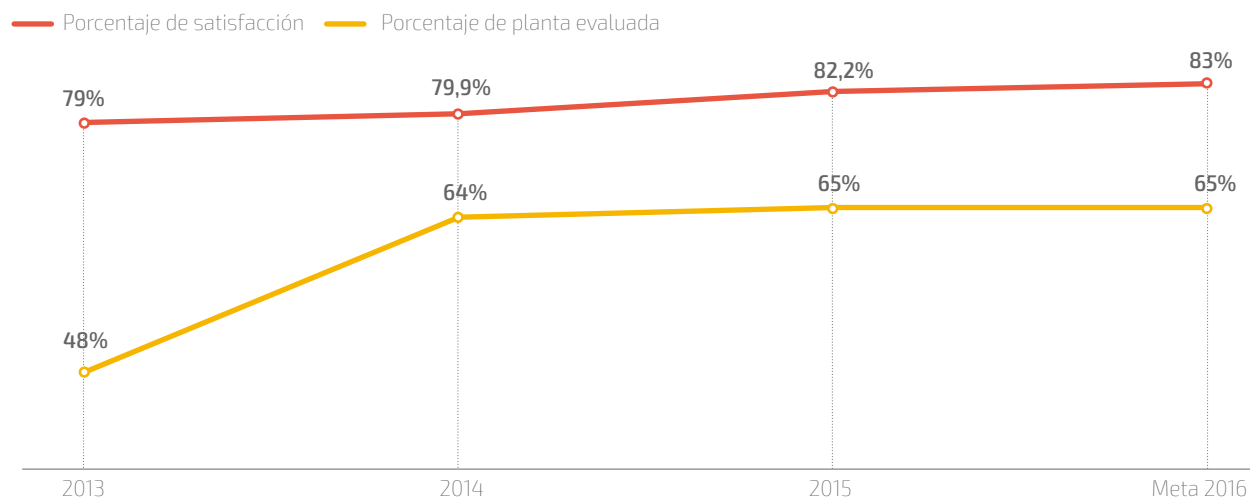
**En Colombia**, 788 personas contestaron la encuesta de satisfacción de cliente interno.

**En Ecuador**, llevamos a cabo un diagnóstico sobre el clima organizacional.

Avanzamos en nuestro empeño de ser el mejor empleador

**PASAMOS DEL PUESTO 69 AL 22 EN EL RANKING ANUAL DE MERCADO TALENTO, MEDICIÓN EN LA QUE PARTICIPARON 625 TRABAJADORES DE TERPEL EN COLOMBIA.**

### Satisfacción de empleados en Colombia



**Trabajamos para lograr una relación de sinergia entre el aporte que las personas hacen al logro de la estrategia de negocio y lo que podemos hacer como organización para que alcancen sus metas individuales. Mantenemos relaciones de cooperación para lograr sueños compartidos.**



## Consolidación de Red

### GRI

G 4-19

G 4-20

G 4-21

G 4-27

Trabajamos diariamente para robustecer una red de servicios que llegue a todos los rincones del país, en donde se ofrezca la misma experiencia y en la que nuestra marca se quede en el corazón de los consumidores. Para seguir edificando estos sueños y aspiraciones, contamos con nuestros afiliados y franquiciados con quienes buscamos compartir nuestra filosofía de trabajo y nuestra forma de actuar, pues son ellos quienes materializan nuestra promesa de ofrecer experiencias memorables.

Concebimos espacios de trabajo y crecimiento, para lograr que obtengan la rentabilidad esperada y que nos vean como su mejor opción de negocio en un entorno de mercado exigente; y ponemos en marcha programas que buscan hacerlos más competitivos y generarles mayores beneficios.





## Nuestra red de EDS

En Colombia, nuestra red de EDS es operada a través de tres modalidades: aliados comerciales, modelo de franquicia y propias. Tanto los aliados comerciales como aquellos a quienes hemos entregado franquicias, son nuestros socios clave para movilizar progreso y prestar el mejor servicio en toda la red.

A través del modelo de franquicia, al que dimos inicio en 2013, entregamos EDS a quienes consideren el negocio como un proyecto de vida, vengan de un sector distinto y cumplan con estándares de calidad, seguridad, ambientales y sociales.



## GRI

G 4-19

G 4-27

ASUNTO  
MATERIAL

**Acompañamiento  
a afiliados,  
proveedores,  
clientes y  
consumidores**

## Red de Empresarios Terpel (RET)

Creamos esta red como un canal de comunicación, asesoría, formación, integración e innovación, que ayuda a los empresarios de las EDS Terpel a trabajar como una sola red, porque afianza la conectividad y la alineación entre ellos y con nosotros.

Las características de las regiones, la experiencia de los empresarios y los conocimientos adquiridos en la red, se suman y potencian para desarrollar proyectos encaminados a fortalecer continuamente el servicio. Los mejores proyectos son reconocidos durante los Encuentros con Afiliados.

En 2015

**Facilitamos espacios de formación para fortalecer sus competencias** en áreas como la gestión administrativa de las estaciones de servicio. Como ejemplo de ello, a través del taller La Gente del Negocio, ofrecimos insumos para promover el liderazgo y fortalecimos conocimientos sobre la administración del recurso humano.

**Capacitamos a 192 empresarios y se graduaron más de 25** del programa de formación ejecutiva para estaciones de servicio, en este curso de 2 meses y medio, con una duración de 84 horas aproximadamente.

**Seguiremos trabajando para consolidar con nuestros aliados una red de trabajo y servicio única y homogénea, en el marco de relaciones de confianza con beneficios mutuos.**



## Desarrollo de los proveedores

### GRI

G 4-19

G 4-20

G 4-21

G 4-27

Los proveedores juegan un rol estratégico y son parte integral de nuestra compañía. Con ellos buscamos establecer un modelo de negocio de mutuo beneficio a mediano y largo plazo, compartir valores, mejores prácticas y el compromiso frente al desarrollo sostenible.

Mejoramos continuamente nuestros procesos a fin de mantener los exigentes estándares de calidad que nos hacen líderes, implementamos iniciativas para que crezcan de nuestra mano y le apostamos a las compras nacionales con el objetivo de generar desarrollo local.

Generamos relaciones de confianza y corresponsabilidad con nuestros proveedores, en aspectos cruciales como los económicos, de calidad, éticos, laborales, ambientales y sociales y partimos de la confianza como elemento fundamental para relacionarnos con ellos.



## Estamos comprometidos con las compras locales

Creemos en el potencial de las regiones en donde operamos y por eso trabajamos con proveedores locales.

Nuestra mejor práctica es dar prioridad a las compras locales, porque buscamos dinamizar la economía de los países y regiones en donde operamos, y generar ingresos y empleo en los entornos inmediatos.

### Colombia

#### Compras

2013	
Compras nacionales (millones de pesos)	550.348
Compras importadas (millones de pesos)	52.273
Compras nacionales (porcentaje)	91%
2014	
Compras nacionales (millones de pesos)	535.061
Compras importadas (millones de pesos)	69.720
Compras nacionales (porcentaje)	88,47%
2015	
Compras nacionales (millones de pesos)	256.905
Compras importadas (millones de pesos)	64.845
Compras nacionales (porcentaje)	80%

**96,71%**  
DE NUESTROS  
PROVEEDORES SON  
**LOCALES.**



## Proveedores de bienes y servicios

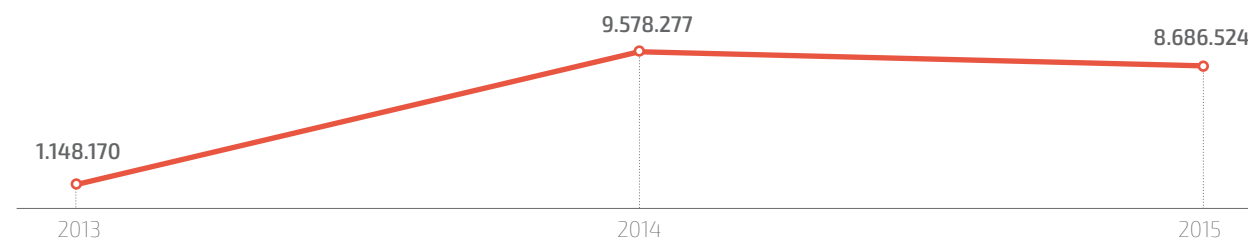
2013	
Total proveedores (número)	1.714
Proveedores locales (número)	1.560
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	91%
2014	
Total proveedores (número)	1.624
Proveedores locales (número)	1.514
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	93,22%
2015	
Total proveedores (número)	2.463
Proveedores locales (número)	2.382
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	96,71%

## Compras según tipo (porcentaje)

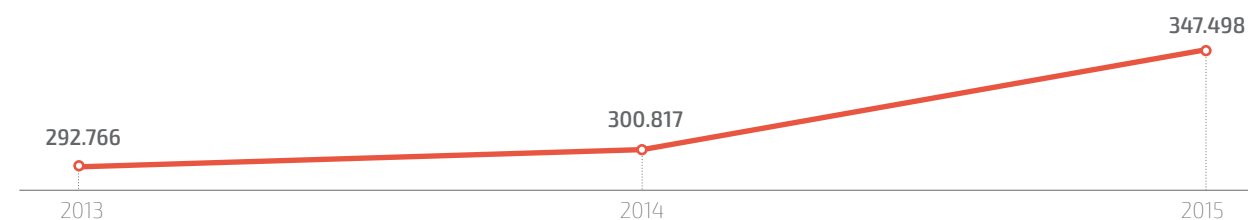
2013	
Materia prima	8%
Suministros y servicios	65%
Obras civiles	2%
Transporte	25%
2014	
Materia prima	8%
Suministros y servicios	51%
Obras civiles	9%
Transporte	32%
2015	
Materia prima	10%
Suministros y servicios	26%
Obras civiles	5%
Transporte	23%
Otros	36%



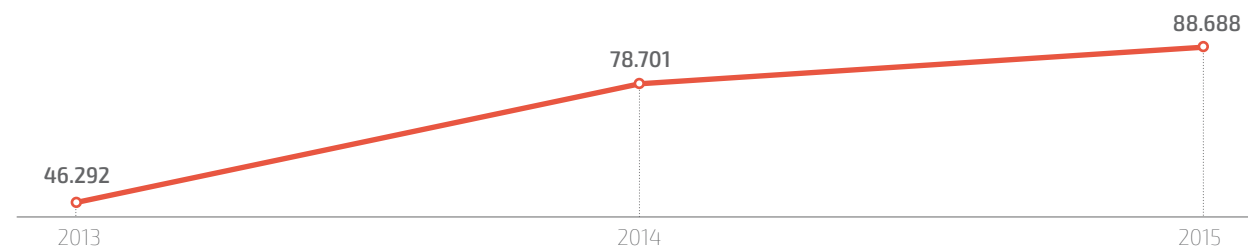
### Valor anual de compras de combustible líquido (millones de pesos)



### Valor anual de compras de gas (millones de pesos)

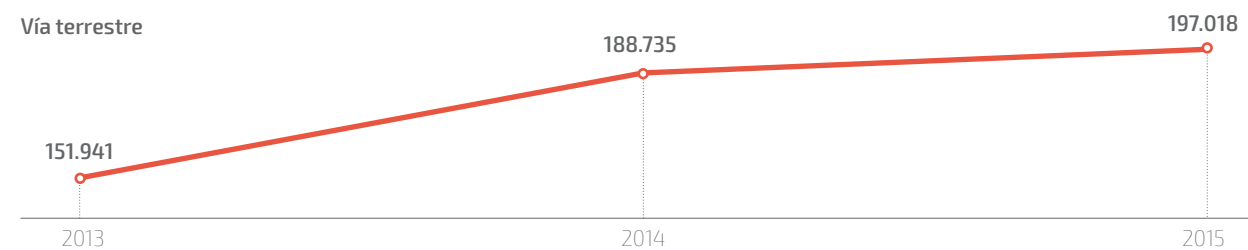


### Valor anual de compras lubricantes y aditivos (millones de pesos)



### Valor anual de transporte y movilización de combustible (millones de pesos)

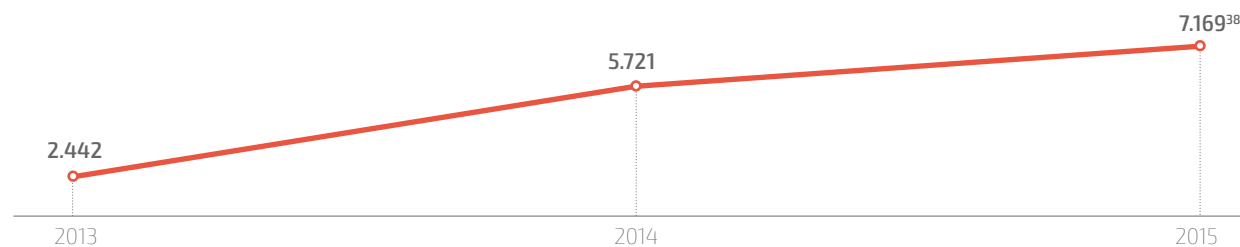
#### Vía terrestre





## Ecuador

Compras (millones de pesos)



**100%**  
 DE NUESTRAS  
 COMPRAS SON  
 NACIONALES

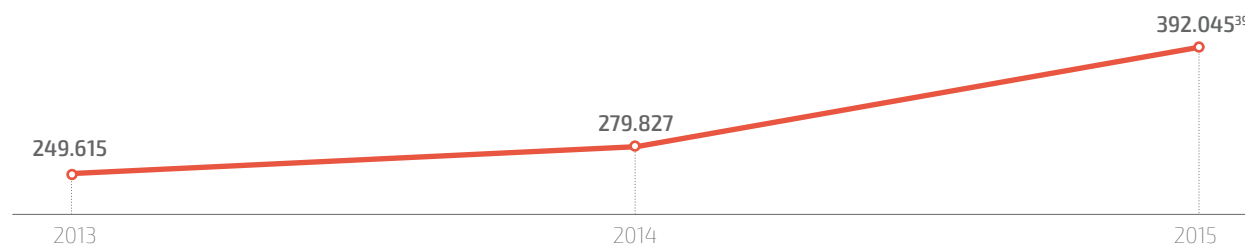
### Proveedores de bienes y servicios

2013	
Total proveedores (número)	446
Proveedores locales (número)	405
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	91%
2014	
Total proveedores (número)	220
Proveedores locales (número)	220
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	100%
2015	
Total proveedores (número)	270
Proveedores locales (número)	264
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	98%

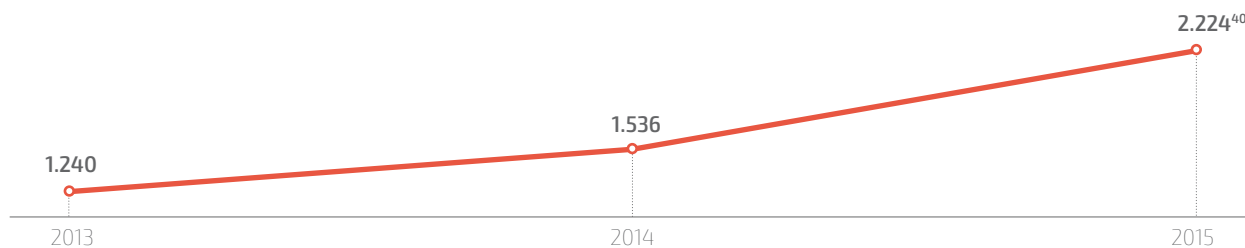
## Compras según tipo

2013	
Suministros y servicios	59,8%
Obras civiles	5,89%
Transporte	34,3%
2014	
Suministros y servicios	63%
Obras civiles	11%
Transporte	26%
2015	
Suministros y servicios	55%
Obras civiles	14%
Transporte	31%

## Valor anual de compras de combustible líquido (millones de pesos)



## Valor anual de transporte y movilización de combustible vía terrestre (millones de pesos)



## GRI

México<sup>41</sup>

G 4-22

## Compras (millones de pesos)

2013	
Compras nacionales (millones de pesos)	6.105 <sup>42</sup>
Compras importadas (millones de pesos)	1.372,3 <sup>43</sup>
Compras nacionales (porcentaje)	82%
2014	
Compras nacionales (millones de pesos)	5.426 <sup>44</sup>
Compras importadas (millones de pesos)	1.084 <sup>45</sup>
Compras nacionales (porcentaje)	83,3%
2015	
Compras nacionales (millones de pesos)	26.464,3 <sup>46</sup>
Compras importadas (millones de pesos)	630,2 <sup>47</sup>
Compras nacionales (porcentaje)	97.67%

## Proveedores de bienes y servicios

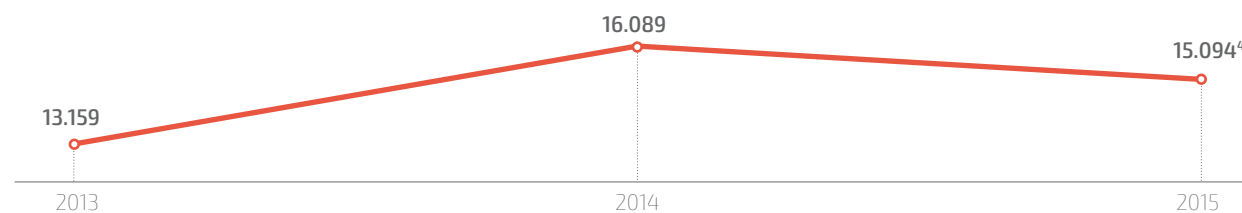
2013	
Total proveedores (número)	346
Proveedores locales (número)	325
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	94%
2014	
Total proveedores (número)	681
Proveedores locales (número)	643
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	94%
2015	
Total proveedores (número)	583
Proveedores locales (número)	557
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	95%



## Compras según tipo

2013	
Materia prima	26%
Suministros y servicios	38%
Obras civiles	8%
Transporte	1%
Otros	27%
2014	
Materia prima	36%
Suministros y servicios	51%
Obras civiles	11%
Transporte	1%
Otros	1%
2015	
Materia prima	0,34%
Suministros y servicios	84,44%
Obras civiles	14,56%
Transporte	0,65%

## Valor anual de compras de gas



## Panamá

### Compras (millones de pesos)

2015	
Compras nacionales (millones de pesos)	110.209
Compras importadas (millones de pesos)	3.245
Compras nacionales (porcentaje)	98%

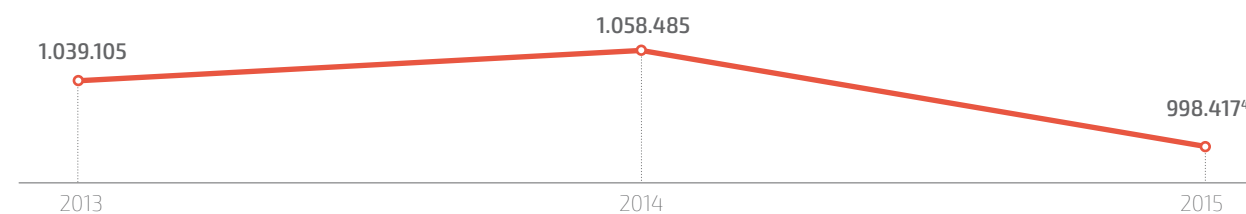
### Proveedores de bienes y servicios

2014	
Total proveedores (número)	1.150
Proveedores locales (número)	1.094
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	95%
2015	
Total proveedores (número)	1.550
Proveedores locales (número)	1.502
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	97%

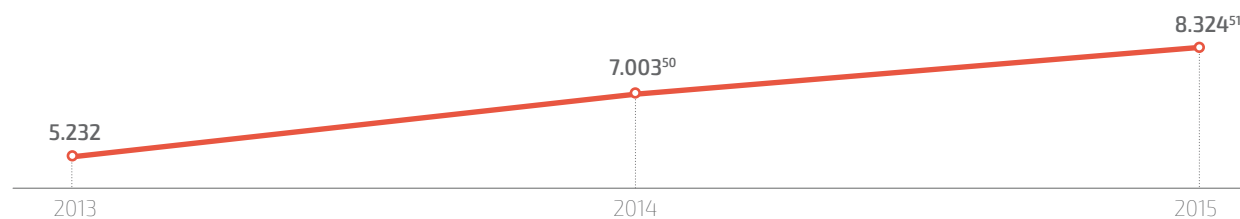
### Compras según tipo (porcentaje)

2015	
Suministros y servicios	93%
Obras civiles	6%
Transporte	N/A
Otros	57%

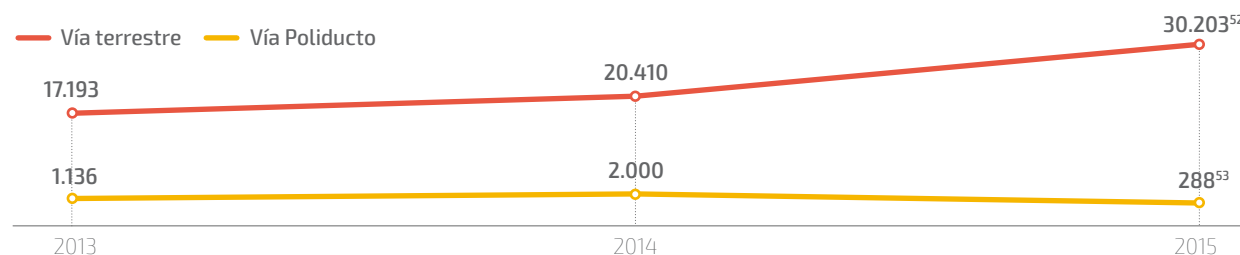
### Valor anual de compras de combustible líquido (millones de pesos)



### Valor anual de compras lubricantes y aditivos (millones de pesos)



### Valor anual de transporte y movilización de combustible (millones de pesos)



## Perú

### Compras (millones de pesos)

2013	
Compras nacionales (millones de pesos)	11.586
Compras importadas (millones de pesos)	N/A
Compras nacionales (porcentaje)	100%
2014	
Compras nacionales (millones de pesos)	40.715
Compras importadas (millones de pesos)	0,818
Compras nacionales (porcentaje)	98%
2015	
Compras nacionales (millones de pesos)	82.291
Compras importadas (millones de pesos)	703
Compras nacionales (porcentaje)	99%



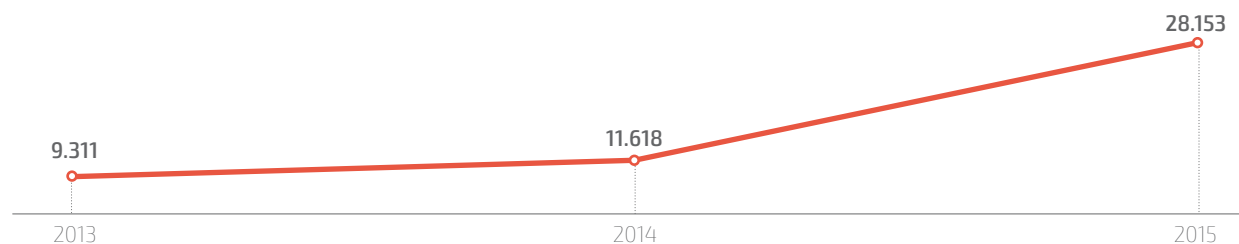
### Proveedores de bienes y servicios

2013	
Total proveedores (número)	226
Proveedores locales (número)	226
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	100%
2014	
Total proveedores (número)	280
Proveedores locales (número)	271
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	97%
2015	
Total proveedores (número)	280
Proveedores locales (número)	274
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	98%

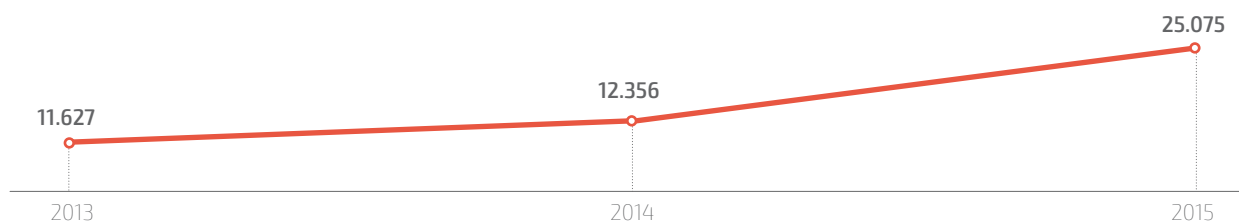
### Compras según tipo (porcentaje)

2013	
Suministros y servicios	94,23%
Obras civiles	5,35%
Transporte	0,3%
Otros	0,12%
2014	
Suministros y servicios	78%
Obras civiles	15%
Transporte	0%
Otros	6%
2015	
Suministros y servicios	87%
Obras civiles	9%
Transporte	0%
Otros	4%

Valor anual de compras de combustible líquido (millones de pesos)



Valor anual de compras de gas (millones de pesos)



## República Dominicana

Compras (millones de pesos)

2013	
Compras nacionales (millones de pesos)	339.118
Compras importadas (millones de pesos)	2.045
Compras nacionales (porcentaje)	99,4%
2014	
Compras nacionales (millones de pesos)	345.066
Compras importadas (millones de pesos)	12.530
Compras nacionales (porcentaje)	96,5%
2015	
Compras nacionales (millones de pesos)	472.995 <sup>54</sup>
Compras importadas (millones de pesos)	17.000 <sup>55</sup>
Compras nacionales (porcentaje)	96,5%





## Proveedores de bienes y servicios

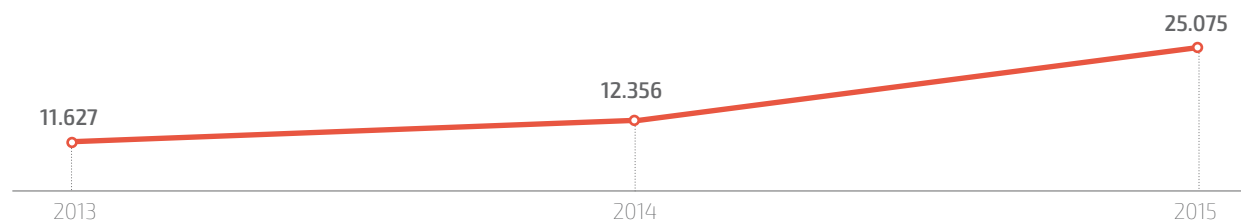
2013	
Total proveedores (número)	194
Proveedores locales (número)	181
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	93%
2014	
Total proveedores (número)	230
Proveedores locales (número)	208
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	90%
2015	
Total proveedores (número)	255
Proveedores locales (número)	14
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	96%

## Compras según tipo

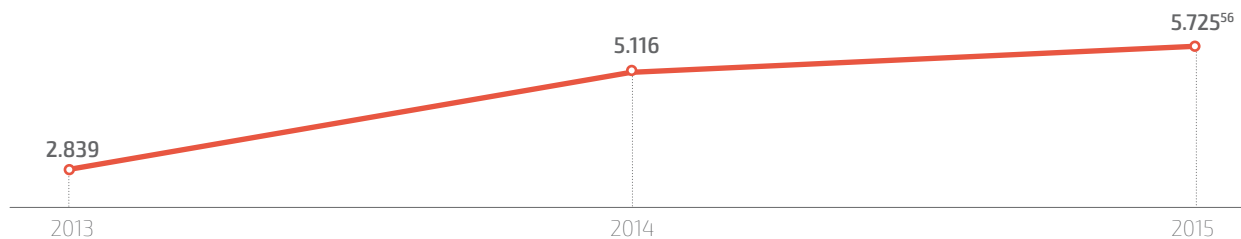
2014	
Materia prima	96%
Suministros y servicios	0%
Obras civiles	0%
Transporte	4%
2015	
Materia prima	85%
Suministros y servicios	3%
Obras civiles	2%
Transporte	10%



## Valor anual de compras de combustible líquido (millones de pesos)



## Valor anual de transporte y movilización de combustible vía terrestre (millones de pesos)



## Resultados de nuestra gestión de compras en Colombia durante 2015

**Obtuvimos una eficiencia** en transporte de 42.000 mil millones de pesos.

**Adquirimos las plantas** Arauca (Arauca), Leticia (Amazonas), Puerto Asís (Putumayo), Puerto Carreño (Vichada), Puerto Inírida (Guainía) y San José del Guaviare (Guaviare).

**Iniciamos la operación de la planta de Tocancipá**, la más grande de Colombia, que es propiedad de CENIT.

**Ampliamos la capacidad de almacenamiento** en las plantas de Baranoa (Atlántico), La Fortuna (Santander), Neiva (Huila), Pereira (Risaralda) y Sebastopol (Antioquia), lo que nos permite seguir consolidando nuestra infraestructura.

**Continuamos con el programa de automatización** de las plantas para lograr un control de las pérdidas de producto utilizando tecnología y análisis de la información.

**Implementamos la nueva imagen** en 71 camiones de nuestra flota de transporte e iniciamos la puesta en marcha de sellos electrónicos que garantizan la hermeticidad en el transporte de producto.



GRI

G 4-19

G 4-27

ASUNTO  
MATERIAL

**Respeto y  
promoción de  
los derechos  
humanos**

**Buen gobierno  
corporativo y  
transparencia**

## Extendemos nuestro compromiso con los Derechos Humanos

Exigimos a nuestros proveedores los mínimos en derechos humanos, así como el cumplimiento de estándares éticos y ambientales. No toleramos incumplimientos.

### Herramientas que promueven, facilitan y garantizan el cumplimiento

- ▶ Manual de Contratista.
- ▶ Carta de Presentación de Manejo Ambiental.
- ▶ Pólizas de Responsabilidad Civil Contractual.
- ▶ Normas ambientales para los procesos, productos o servicios del proveedor.<sup>57</sup>
- ▶ Auditorías a los gestores de residuos.



1 2 8 10



## Trabajamos de la mano con los contratistas de transporte

Contamos con 35 proveedores de transporte en Colombia, con quienes movilizamos más de 1.199 millones de galones de combustible en 2015.

### GRI

G 4-19

G 4-27

ASUNTO MATERIAL

**Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores**

**Buen gobierno corporativo y transparencia**

**Relaciones y condiciones laborales justas**

**Cambio climático: huella de carbono**

**Derrames y residuos**

### Seguimos incentivando las mejores prácticas en 2015

Con el fin de promover entre los proveedores de transporte nuestro enfoque de sostenibilidad, adelantamos iniciativas en torno a temas fundamentales como comportamiento ético, seguridad y protección del ambiente.

- ▶ Exigimos el transporte seguro de combustible, para lo cual los proveedores deben contar con un plan ambiental y de seguridad vial.
- ▶ Controlamos el cumplimiento de horarios de trabajo de los conductores.
- ▶ Elevamos las exigencias relacionadas con la ejecución del plan de contingencia para el transporte de hidrocarburos o sustancias nocivas (de acuerdo con la resolución 1401 de 2012).
- ▶ Hacemos seguimiento a la gestión de los requisitos de afiliaciones, parafiscales y amparos.
- ▶ Ofrecimos capacitaciones sobre temas operativos como seguridad vial y protección ambiental en carretera y plantas de abastecimiento.
- ▶ Presentamos la capacitación *pymes éticas y transparentes* de Transparencia por Colombia.
- ▶ Llevamos a cabo auditorías programadas.



## GRI

## Escuela de Conductores

G 4-19

G 4-27

ASUNTO  
MATERIAL

**Acompañamiento  
a afiliados,  
proveedores,  
clientes y  
consumidores**

Durante 2015, capacitamos a 1.081 conductores de las diferentes empresas que nos prestan el servicio de transporte de combustible. Les dictamos el Módulo Formativo Conductores de Vehículo Cisterna, de 4 horas, en donde cubrimos temas como cargue y transporte de combustible, descargue de combustibles en EDS e industria; y riesgos, controles y respuesta a emergencias en los procesos de cargue, transporte y descargue. La realización y difusión de un video sirvió de apoyo para reforzar la información.

El módulo se aprueba pasando la evaluación de conocimiento con un puntaje igual o superior al 80% y asistiendo las 4 horas completas, y tiene validez de 1 año.

## GRI

## Diplomado de Conductores

G 4-19

G 4-27

ASUNTO  
MATERIAL

**Acompañamiento  
a afiliados,  
proveedores,  
clientes y  
consumidores**

Este diplomado se hace en conjunto con la Universidad Manuela Beltrán y permite que los conductores adquieran y profundicen sus conocimientos y habilidades específicas en el manejo de vehículos de carga. Durante 2015, se graduaron 157 conductores de los clientes de Rumbo Terpel, en el desarrollo de competencias específicas relacionadas con la conducción profesional.

## Niveles de excelencia como proveedores

La empresa Bio D S. A. logró un indicador acumulado del 100,3% de los requerimientos, con entregas por 37.323 toneladas de biodiesel desde su planta.



## Entregas que crean valor

**Reducción de 110.872 toneladas de CO<sub>2eq</sub>** debido a la producción de biodiesel a partir de aceite de palma.

**Disminución de 2.050 toneladas de CO<sub>2eq</sub>** por la producción de biodiesel a partir del residuo de aceite vegetal usado.

**Generación de más de 1.200 empleos directos en el campo**, en las zonas del cultivo y extracción del aceite de palma, en un área aproximada de 10.500 hectáreas en producción.

**Apoyo a pequeños productores ganaderos**, con la producción y suministro aproximado de 224 toneladas mensuales: con la entrega de este producto se garantiza en promedio una mejora de 100.000 pesos / vaca / mes a los pequeños productores, discriminado entre la reducción de costo de materias primas, el incremento en la producción y la mejora en la calidad de la leche. Teniendo en cuenta que un pequeño productor en Colombia tiene un promedio de 8 vacas, esto significa una mejora en los ingresos familiares de \$800.000 pesos mensuales.

## Evaluación de proveedores

Sabemos que contamos con proveedores comprometidos.

### Colombia

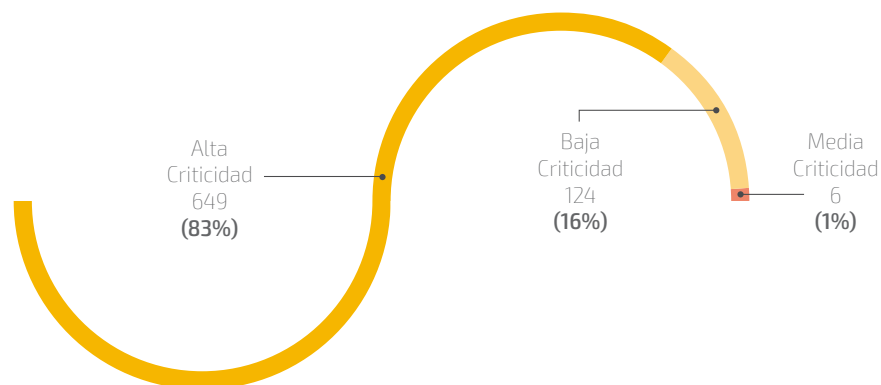
Evaluamos a 779 proveedores de 2.119 proveedores activos de compras. Identificamos oportunidades de mejora para 50 proveedores en su evaluación de desempeño: 24 en calidad, 25 en tiempos de entrega (50%) y 1 en el SSAC.

Con el apoyo del administrador de cada contrato los casos se han cerrado progresivamente. Los proveedores envían sus planes de mejora y los administradores en un periodo de tiempo aproximado de 2 meses los evalúan nuevamente.

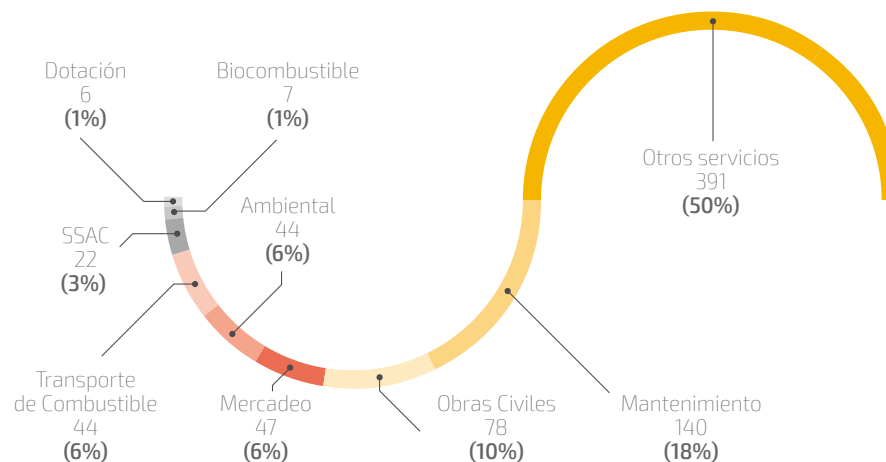
A cierre de 2015, había 7 casos abiertos, 38 cerrados y 5 pasaron a reclamación.



### Clasificación de los proveedores evaluados



### Tipo de bien o servicio que prestan los proveedores evaluados



## Ecuador

Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de sus prácticas laborales





## Comunicación

Estamos comprometidos con el mejoramiento de nuestra relación con los proveedores.

- ▶ Compartimos nuestra cultura y buenas prácticas a través del Boletín de Aliados.
- ▶ Brindamos acceso a plataforma tecnológica, para facilitar tanto la participación en los procesos de contratación de bienes y servicios, como el seguimiento de facturación y pagos en la página de proveedores.
- ▶ A través de nuestros informes de sostenibilidad compartimos buenas prácticas.

## Encuesta de satisfacción de proveedores

Participaron 100 proveedores de 213 de bienes y servicios, como: obras civiles, mantenimiento, transporte, asesorías y publicidad, entre otros.

### Principales resultados

**El 56% calificó como bueno** el trámite del pago de los bienes o servicios.

**El 56% calificó la atención** en la solución de sus requerimientos como excelente.

**El 99% nos recomendaría** como clientes.

**La cadena de suministro comparte nuestra pasión por el servicio.  
Crecemos trabajando en equipo y en compañía logramos nuestros sueños.**



# Protección del ambiente

## GRI

G 4-19 G 4-20

G 4-21 G 4-27



Estamos comprometidos con la protección del ambiente y la búsqueda de un entorno armonioso.

Con un enfoque preventivo, mantenemos las condiciones seguras de nuestra operación, controlamos y mitigamos posibles impactos que se puedan generar. Para tal efecto, son fundamentales la consciencia y la gestión responsable de empleados, aliados de negocio, proveedores y contratistas, con quienes compartimos nuestra perspectiva y las mejores prácticas.

Nos soportamos en el SSAC (Sistema Integrado de Gestión en Salud, Seguridad, Ambiente y Calidad) y en el cumplimiento legal. Nos enfocamos en evitar derrames de combustible, gestionar los residuos y disminuir la huella de carbono; y trabajamos en la búsqueda de combustibles y lubricantes ambientalmente amigables, la innovación, el fomento de una cultura ambiental a través de espacios de formación dirigidos a nuestros grupos de interés, la promoción del consumo responsable, la participación activa en la atención de emergencias y el trabajo mancomunado con el sector y el gobierno.

Nuestra finalidad es conservar los más altos estándares en la operación, para asegurar la continuidad del negocio y construir relaciones de confianza con nuestros clientes y consumidores, siempre desde la perspectiva de respeto al ambiente.

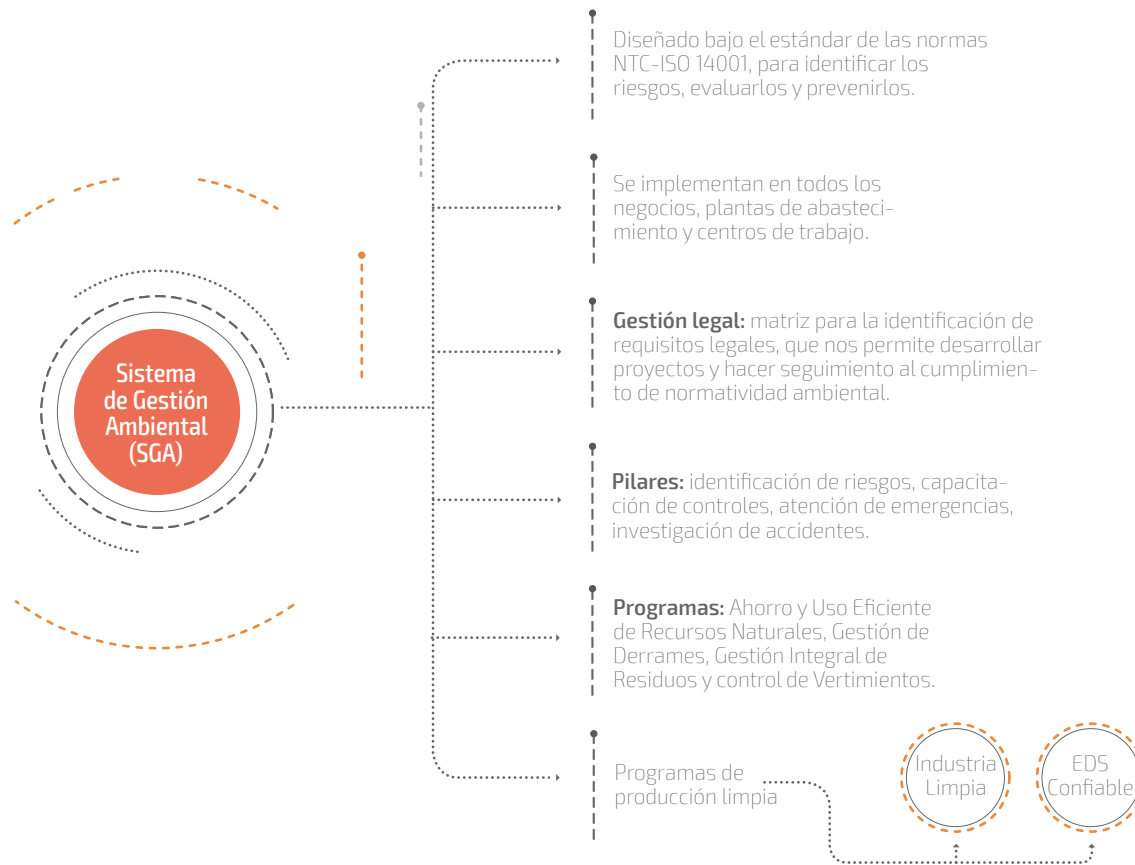


# Marco de acción para la gestión ambiental



Nuestro SGA (Sistema de Gestión Ambiental) está diseñado para identificar, prevenir y controlar los riesgos asociados a todas nuestras operaciones. En el marco de este sistema, operamos con seguridad, controlamos los impactos que puedan generarse y mitigamos sus consecuencias, cuando se presenta un evento que afecte la continuidad de la operación, el ambiente, la seguridad del centro de trabajo o la salud de las personas en todas las líneas de negocio, en los países donde operamos.

## Frentes de acción



Actualmente los negocios de Aviación y Lubricantes están certificados en ISO 14001.



GRI

G 4-19 G 4-27

ASUNTO MATERIAL

Cambio climático: huella de carbono

# Huella de carbono

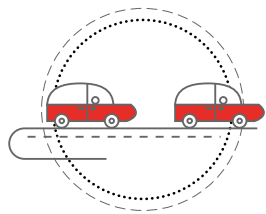
Estamos comprometidos con la reducción de los GEI (Gases de Efecto Invernadero) para aportar a la lucha contra el cambio climático.

Nos enfocamos en controlar que las emisiones del transporte contratado para nuestra operación cumplan con los estándares y obligaciones legales; y gestionamos el programa de Ahorro y Uso Eficiente de Recursos Naturales, el cual busca la optimización y eficiencia del consumo de energía, mediante la implementación de buenas prácticas y de la búsqueda de fuentes alternas de suministro, como la energía renovable a través de paneles solares, porque sabemos que uno de los principales aportantes a nuestra huella de carbono son las emisiones del consumo de energía en procesos propios (Alcance 2).

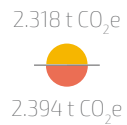
## Colombia

Total huella de carbono  
**57.137 t CO<sub>2</sub>e**      Proporción **100,00%**

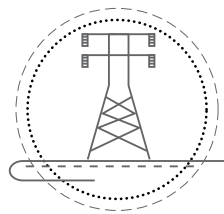
2014 2015



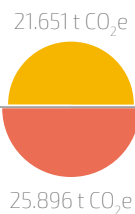
Alcance 1<sup>58</sup>:  
 transporte privado propio



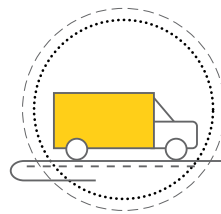
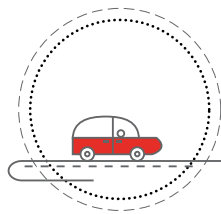
Proporción **4,05%**



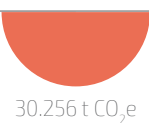
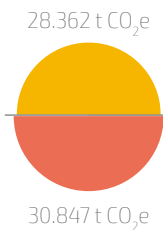
Alcance 2<sup>59</sup>:  
 energía procesos propios



Proporción **43,79%**



Alcance 3<sup>60</sup>:  
 Transporte privado contratado



Proporción **51,16%**



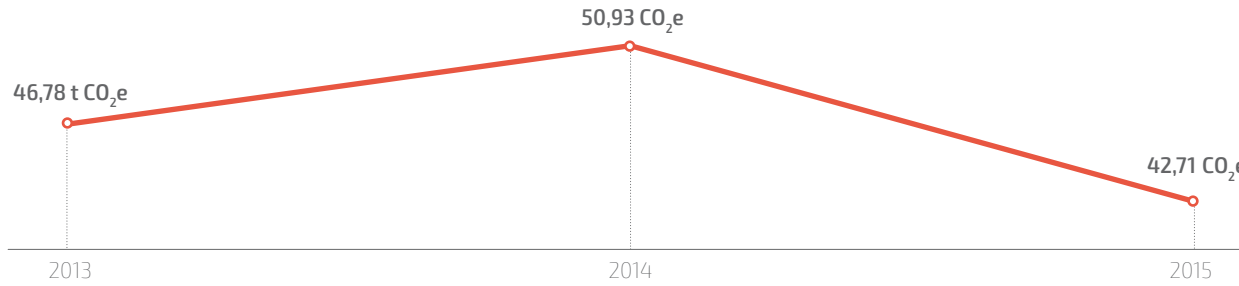
Transporte público aéreo



Proporción **1%**

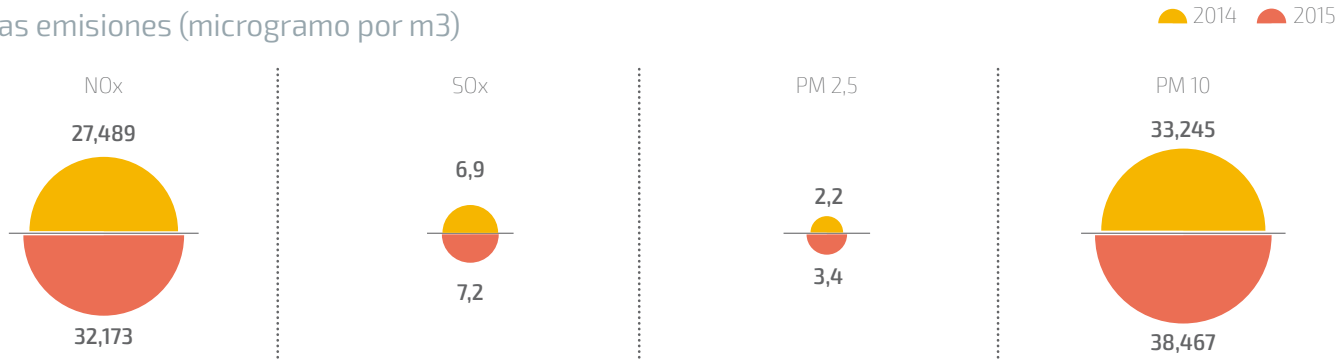


## Ecuador



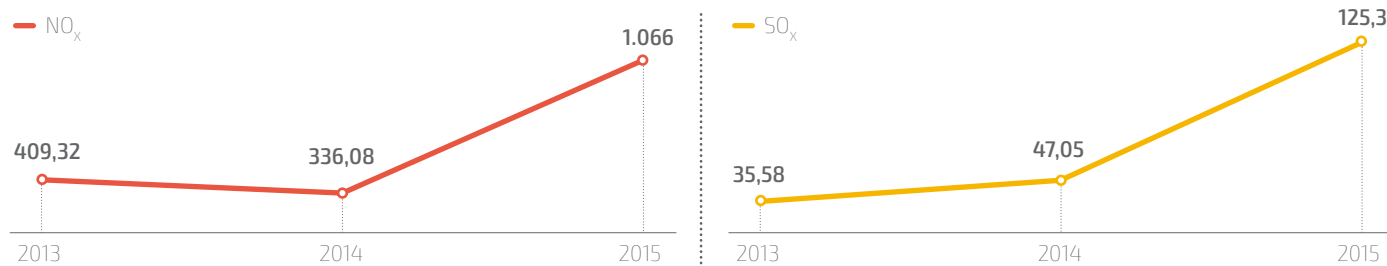
## Perú

Otras emisiones (microgramo por m<sup>3</sup>)



## República Dominicana

Otras emisiones (microgramo por m<sub>3</sub>N)



# Ahorro y uso eficiente de energía

Desarrollamos nuestras acciones en torno a la disminución del consumo energético y de las emisiones en los centros de trabajo. Hacemos seguimiento al consumo de energía en los aeropuertos, la fábrica de lubricantes y las plantas de abastecimiento.

## Avances 2015

**Incluimos dentro del programa de Ahorro y Uso Eficiente de Recursos Naturales a 3 EDS icónicas de Terpel, en la salida de Bogotá D. C., Cogua (Cundinamarca) y Melgar (Tolima).**

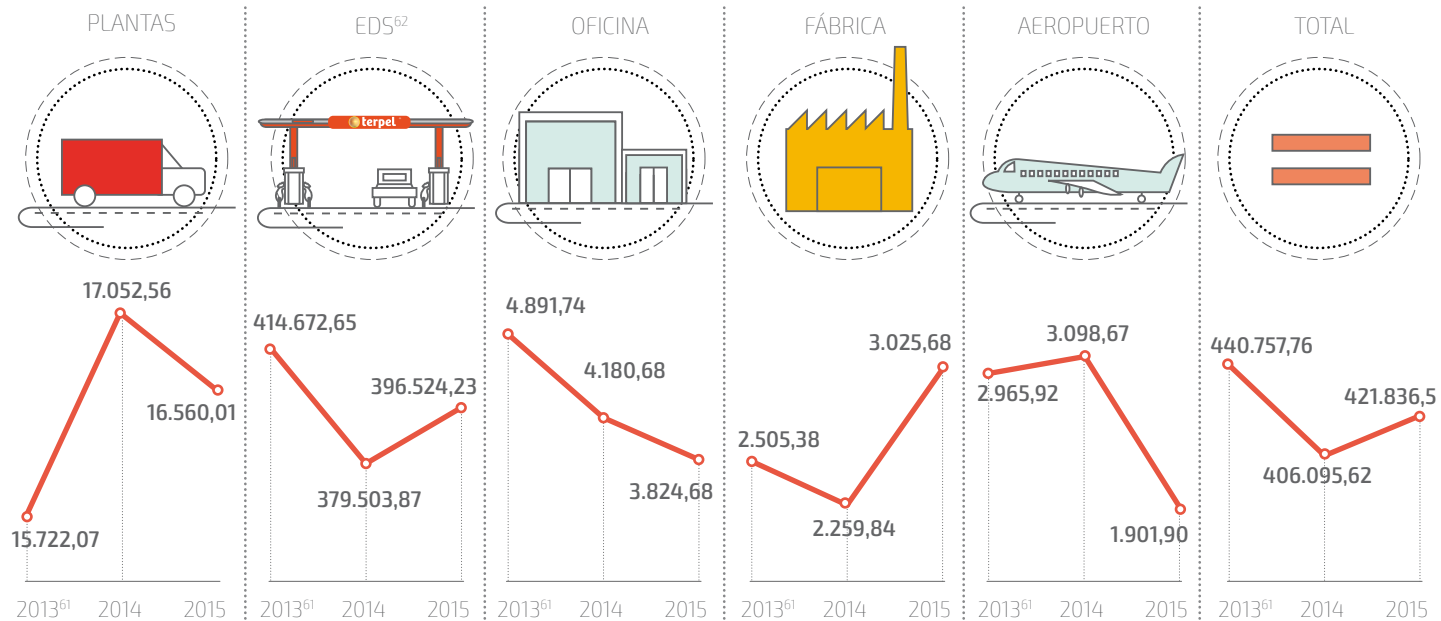
**Firmamos el contrato para la instalación de paneles solares en la planta de Baranoa (Atlántico), los cuales suministrarán el 40% del consumo energético.**

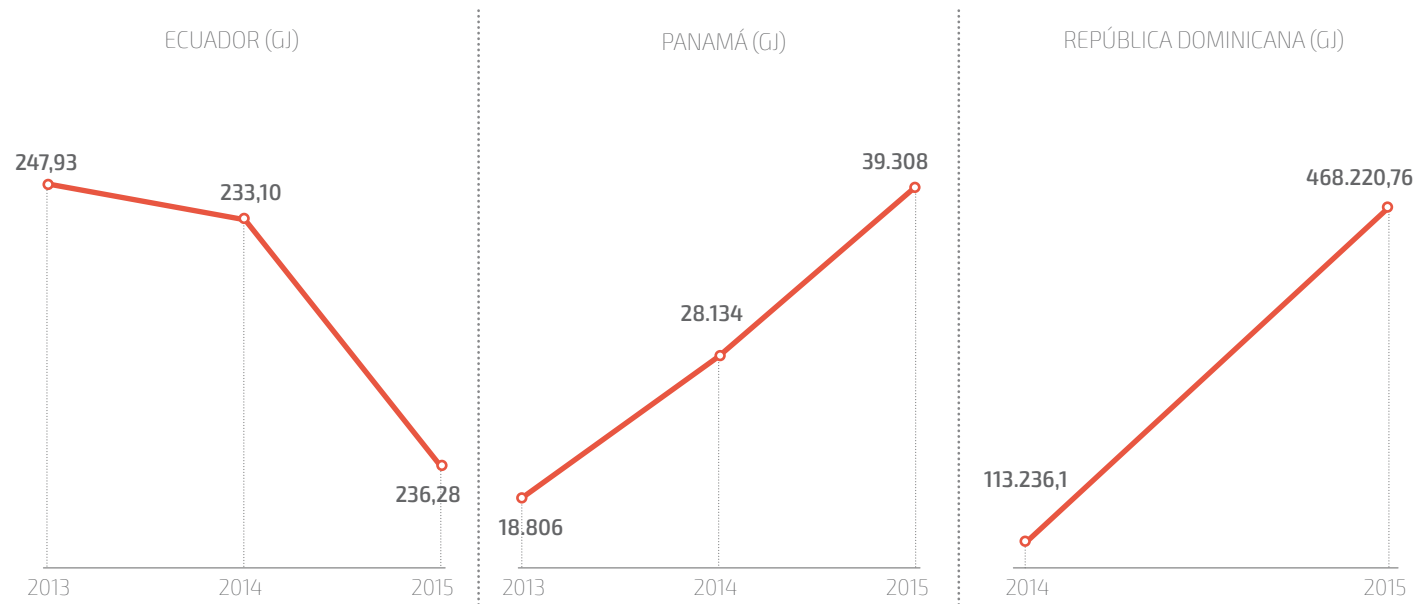
GRI

## Consumo de energía

G4-22

Colombia (GJ)





Intensidad energética (GJ / empleado)

	2013	2014	2015
Colombia	359,21	333,41	399,16
Ecuador	7,99	7,51	6,21
Panamá	33,58	49,97	54,97
República Dominicana	ND <sup>63</sup>	1.715,69	7.315,93



## GRI

G 4-19

G 4-27

ASUNTO  
MATERIALDerrames  
y residuos

## Gestión de derrames

Realizamos un control constante sobre la operación para evitar la ocurrencia de incidentes que pongan en riesgo el entorno y las comunidades. Contamos con un plan de contingencia en cada centro de trabajo, que nos permite actuar oportunamente frente a la posible ocurrencia de un derrame y minimizar el impacto que este pueda generar al ambiente y seguridad del entorno.

- ▶ Disponemos de kits de derrames y capacitamos al personal de EDS, transportadores y a proveedores.
- ▶ Realizamos anualmente simulacros en derrames para prever posibles situaciones.
- ▶ Hacemos brigadas de emergencia.
- ▶ Implementamos la Bitácora Ambiental.

### Colombia

	2013	2014	2015
Derrames con afectación al recurso natural (número)	13	4	6
Derrames sin afectación al recurso natural (número)	27	6	29
Total derrame del producto (número)	40	10	35
Total Colombia (galones)	35.861,5	3.413	15.722,9

Durante 2015, se presentó un incremento en el número de derrames, debido principalmente a fallas del personal que incurrió en descuidos como falta de atención e incumplimiento de procedimientos. Asimismo se presentaron condiciones inadecuadas en el descargue de producto en las instalaciones de industria y fallas mecánicas en *refuellers* en la operación de aviación, que generaron fugas de producto en plataforma.

### República Dominicana

	2014	2015
Derrames con afectación al recurso natural (número)	0	1
Derrames sin afectación al recurso natural (número)	11	21
Total derrame del producto (número)	11	22
Total República Dominicana (galones)	26	135





Panamá

	2015
Derrames sin afectación al recurso natural (número)	8
Total derrame del producto (número)	8
Total Panamá (galones)	817

GRI

G 4-19 G 4-27

ASUNTO MATERIAL

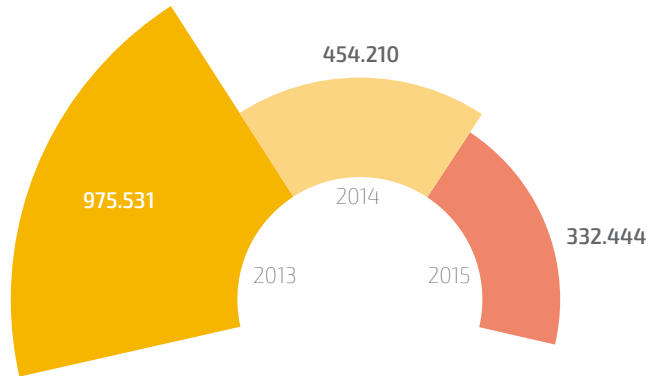
Derrames y residuos

# Gestión integral de residuos

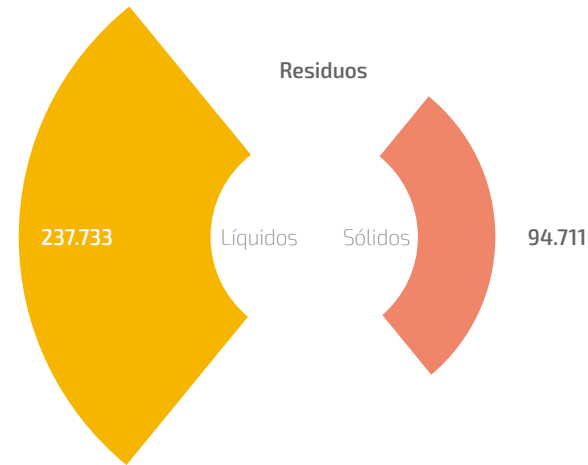
Identificamos, recolectamos y disponemos adecuadamente los residuos, tanto peligrosos como no peligrosos, en cada una de nuestras operaciones.

## Colombia

Residuos peligrosos (kilogramos)



Residuos peligrosos (kilogramos)



## Peso de los residuos peligrosos según regional y dispositor (kilogramos)

Regional	Dispositor	2013	2014	2015
Antioquia	ASEI	8.893	10.308	10.782,4
Bucaramanga	CRUDESAN	37.998	15.879	22.918,5
	DESCONT	29.050	17.496	22.047
Centro	WDF	ND	8.167	9.710
Norte	ECOSOL	6.282	57.092	32.585
Occidente	WDF	26.608	15.750	34.295,5
Sabana	ECOLCIN	716.532	314.936	183.832
Sur	INCIHUILA	1.581	2.871	10.155,6
	TWM	4.831	11.711	6.117,7
<b>Total</b>		<b>831.775</b>	<b>454.210</b>	<b>332.444</b>

## Residuos gestionados según tipo y método de tratamiento

Dispositor	Borras, aguas hidrocarburadas y lodos	Tarros, material contaminado y empaques	Filtros usados <sup>64</sup>	Tubos fluorescentes y bombillas	Aceite usado	Cartuchos, cintas y partes de computador
ASEI	●	●	●	●	●	● ●
DESCONT	●	●	●	●	●	● ●
ECOLCIN	●	●	●	●	●	● ●
ECOSOL	● ● ●	● ● ●	● ●	●	●	● ● ●
TWM	●	●	●	●	●	● ●
INCIHUILA	●	●	●	●	●	● ●
CRUDESANT	●	●	●	●	●	●
WDF	●	●	●	● ●	●	●

- Incineración
- Biorremediación
- Tratamiento fisicoquímico
- Centrifugación
- Recuperación
- Celda de seguridad
- Relleno de seguridad
- Destrucción controlada
- Reciclaje
- Aprovechamiento
- Encapsulamiento
- Acopio para recuperación
- Tratamiento biológico
- Trituración
- Tratamiento de desmantelamiento
- Desactivación
- No Aplica: NA



Durante 2015

**Realizamos auditorías a las empresas que nos prestan el servicio** de disposición final de los residuos peligrosos que generamos en todos nuestros centros de trabajo, con el fin de asegurar que cumplan con lo establecido en las normas legales vigentes.

**Mejoramos la disposición adecuada de las bombillas fluorescentes** de nuestros centros de trabajo, dando cumplimiento al programa de posconsumo establecido por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

**En la fábrica de lubricantes, llevamos a cabo la implementación** de posconsumo de tambores usados, en convenio con nuestro proveedor de tambores, quien garantiza tanto la recolección como el reciclaje. Durante el año, se reciclaron 3.659 tambores (61.776 kilogramos de residuos peligrosos se dejaron de generar), lo que nos permitió un ahorro de aproximadamente 139 millones de pesos por disposición final de residuos peligrosos.

**Disminuimos la generación de residuos peligrosos líquidos** en la planta Mancilla (Cundinamarca), gracias a la separación de las aguas industriales y las aguas lluvia, que se disponían de manera unificada como residuo líquido peligroso.

## México

Residuos peligrosos  
2015

Aceite contaminado (litros)



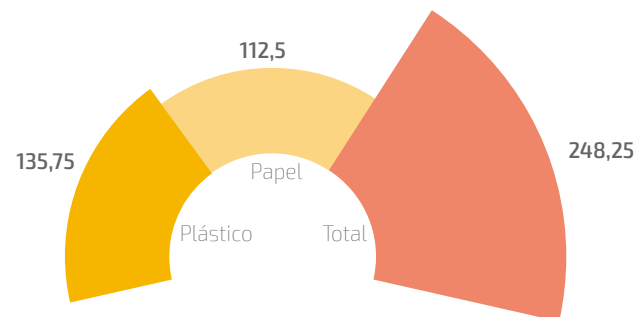
3.000

Trapos contaminados (kilogramos)



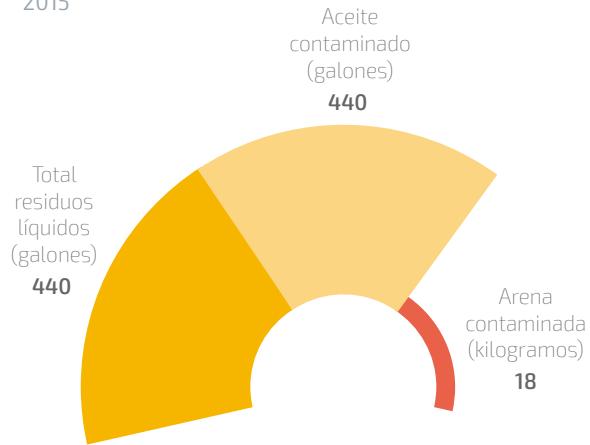
53

Residuos no peligrosos (kilogramos)  
2015

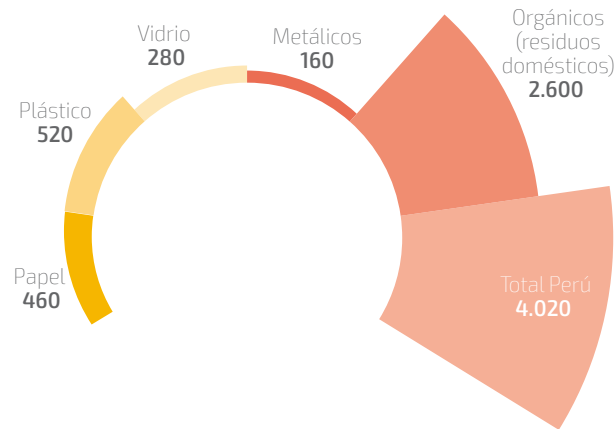


## Perú

Residuos peligrosos  
2015



Residuos no peligrosos (kilogramos)  
2015

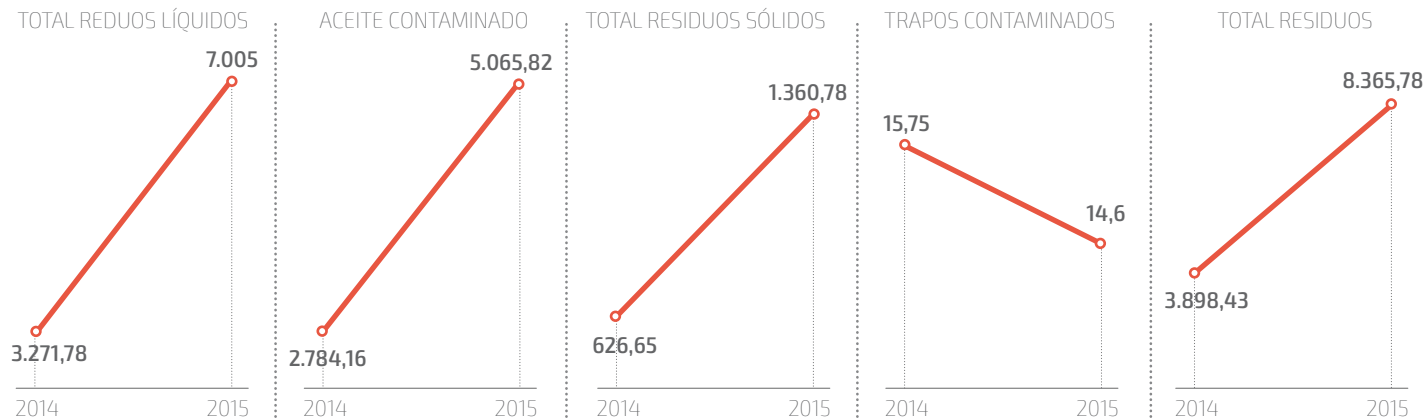


El aceite y la arena contaminados, se llevan a relleno de seguridad.

El 100% de los residuos no peligrosos se llevan a relleno sanitario.

## República Dominicana

Residuos peligrosos (kilogramos)



# Ahorro y uso eficiente de agua

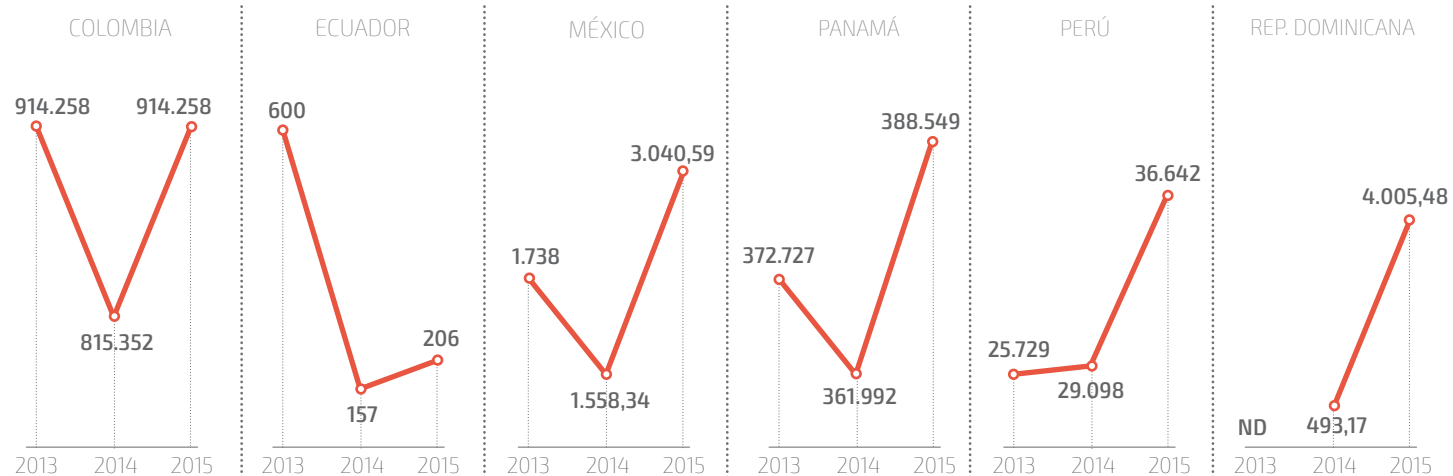
Continuamos fortaleciendo nuestras acciones frente a la responsabilidad que tenemos con el uso del recurso hídrico.

En 2015

**Implementamos el sistema de recolección de aguas lluvias** en la planta de Matecaña (Risaralda) para ser usadas en el suministro de agua de la red contra incendios.

**Realizamos seguimiento y control del consumo de agua en los aeropuertos**, teniendo en cuenta los casos de aumento o reducción, con el fin de implementar planes de mejora y garantizar un consumo responsable y eficiente del recurso, lo anterior en línea con las iniciativas y campañas nacionales de ahorro.

Consumo total de agua (m<sup>3</sup>)



GRI

G 4-19 G 4-27

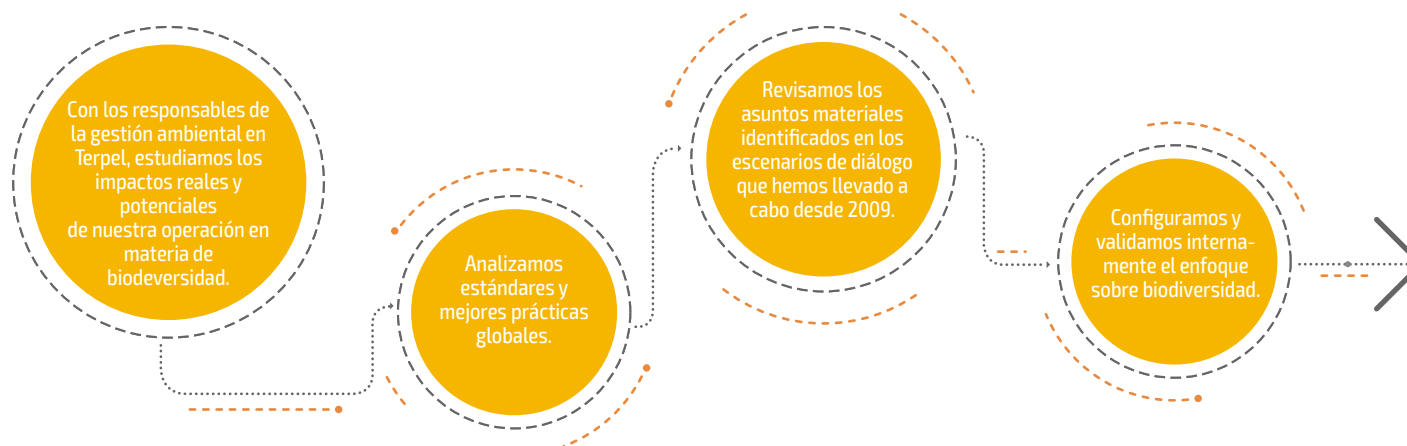
ASUNTO MATERIAL

Biodiversidad

# Biodiversidad



En 2015, estructuramos el enfoque sobre biodiversidad, que refleja la forma como entendemos la relación de nuestra operación con los ecosistemas y orienta las estrategias a largo plazo.



En Terpel, reconocemos la riqueza y la diversidad ecológica de los territorios donde operamos y por esta razón, el cuidado de los recursos naturales y de los ecosistemas es fundamental para nosotros, y hacen parte de nuestra operación.

Conocemos los impactos potenciales directos e indirectos que podemos generar al ambiente en nuestros procesos de almacenamiento y distribución de combustible, y frente a ellos, asumimos el compromiso de actuar con responsabilidad y respeto. Para tal efecto, contamos con políticas y lineamientos de estricto cumplimiento ambiental que nos permiten operar con seguridad y ponemos en marcha iniciativas de control que incluyen a quienes hacen parte de nuestra cadena de valor.

Trabajamos permanentemente en la prevención de eventos en el marco de nuestro SGA (Sistema de Gestión Ambiental); controlamos los estándares de operación y hacemos seguimiento a su cumplimiento; invertimos en la investigación y el desarrollo de productos amigables con el ambiente; entrenamos permanentemente a los responsables de los procesos; restauramos los hábitats naturales si se presentan impactos negativos derivados de nuestras actividades; y fortalecemos la consciencia ambiental en nuestros empleados, en el personal operativo y en nuestros aliados que responden por la operación y distribución de nuestros productos.



## Comercialización de combustibles limpios



Contamos con productos que generan bajo impacto en las personas y el ambiente, satisfaciendo las necesidades de los clientes y consumidores.

**Comercializamos biocombustibles de segunda generación**, como biogasolina y biodiesel, que provienen de fuentes de energía renovables de carácter vegetal (planta camelia a partir de las plantas oleaginosas en terrenos que no compiten con la industria alimentaria) y son producto de la mezcla con combustibles de origen biológico, por tanto, tienen bajo impacto en el ambiente.

**Ofrecemos lubricantes con características ambientales** que generan menos contaminación ambiental y benefician a nuestros clientes en el cuidado de sus vehículos.

- ▶ Menor consumo de energía para su producción.
- ▶ Menor consumo de materias primas por su alto rendimiento.
- ▶ Menor uso de materiales químicos para la producción de solventes.
- ▶ Menor emisión de material particulado.

**Promovemos el uso de Gas Natural Vehicular (GNV)** que genera menor contaminación y favorece un ambiente más limpio con respecto a los demás combustibles.

- ▶ Reduce las emisiones contaminantes.
- ▶ Disminuye en un 20% las emisiones de dióxido de carbono.
- ▶ Minimiza el riesgo de enfermedades respiratorias al producir menos emisiones y material particulado.

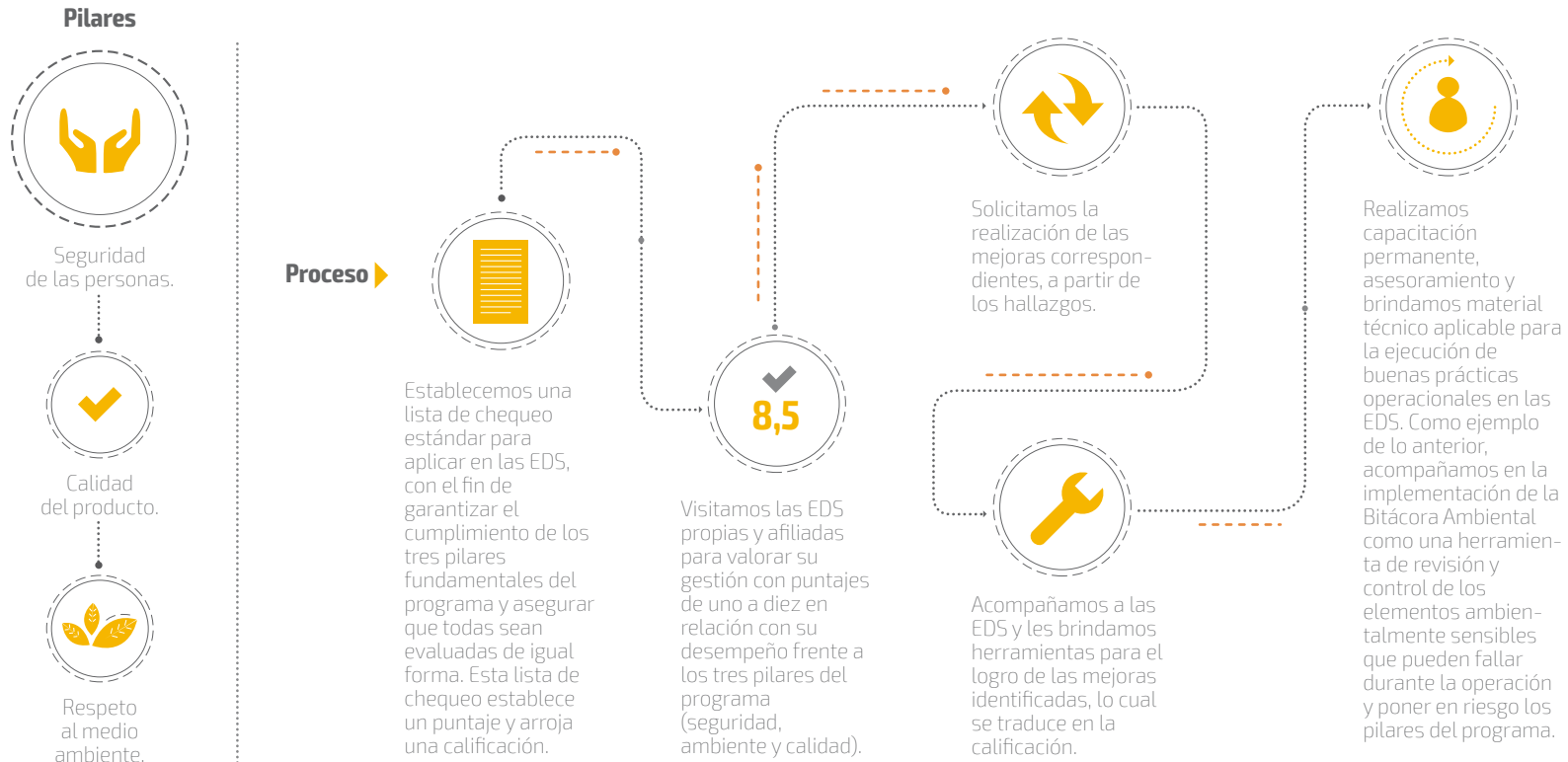


# EDS Confiable

Trabajamos para ser la red de EDS (Estaciones de Servicio) más grande y confiable en Colombia.

A través de la implementación del programa EDS Confiable, desde 2014, hemos integrado a toda la red de EDS del país, tanto propias como afiliadas, para asegurar los mejores estándares de seguridad, ambiente y calidad de producto.

El 100% de las EDS propias operadas directamente o a través de franquicias, hacen parte de EDS Confiable y el 42% de las EDS afiliadas están también comprometidas con el mismo.





En 2015

**Total EDS afiliadas** / regional: 1.662

**Total EDS visitadas:** 765

EDS afiliadas 584

EDS OPESE + Franquicias 181

**Total cobertura afiliadas líquidos:** 35%

**Ofrecimos herramientas diseñadas para apoyar la gestión operativa de las EDS:**

Procedimiento y capacitación en el control de calidad de producto.  
Manuales de EDS Confiable.

**Lanzamos el curso virtual de Misión ESC** (Misión de Estación de Servicio Confiable) y llevamos a cabo una carrera de observación para que de manera lúdica se socializaran las buenas prácticas operacionales que deben implementarse en todas las EDS.

**Presentamos un video sobre el uso y los beneficios** de la Bitácora Ambiental como parte de la capacitación a nuestros aliados en las EDS de todas las regionales.

**Facilitamos a nuestros aliados de EDS** la adquisición de elementos para controlar sus operaciones, como kits de derrames y calidad y vara de medición, a través de la tienda virtual con los mejores precios del mercado.



## Industria Limpia



8



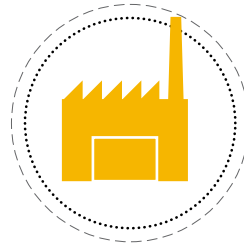
17

Visitas Verdes a **11** clientes industriales



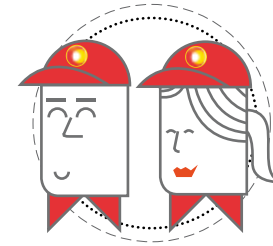
251

jornadas de entrenamiento en **17** programas de salud ocupacional



25

Escuelas de Industria con **18** clientes industriales



5

Escuelas de Isteros

## Enfoque preventivo con los proveedores



7 8

Mantenemos un relacionamiento contractual de alta exigencia y para ello nos apoyamos en las siguientes herramientas:

- ▶ Manual de Contratista.
- ▶ Pólizas de Responsabilidad Civil Extracontractual.
- ▶ Auditorías a los gestores de residuos.

En 2015, incrementamos las exigencias para los transportadores con respecto al cumplimiento de la resolución 1401 de 2012, que se relaciona con la ejecución del plan de contingencia para el transporte de hidrocarburos o sustancias nocivas.



# Gastos ambientales

## Colombia

Gastos ambientales según centros de trabajo (millones de pesos)

	2014	2015
EDS	1.338	1.569
Plantas	135	266
Fábrica	35	34
Aeropuertos	104	102

Gastos ambientales según centros de trabajo y tipo (pesos)

	2014	2015
<b>Total EDS</b>	<b>1.338.664.325</b>	<b>1.569.630.728</b>
Trámites permisos ambientales	542.370.538	373.104.849
Mantenimiento	127.402.445	227.122.340
Caracterización	136.441.972	206.949.557
Declaraciones ambientales	21.421.140	0
Disposición de residuos	199.451.938	202.954.758
Biorremediación	64.081.097	66.444.500
Estudios ambientales	247.495.195	493.054.724
<b>Total plantas</b>	<b>135.896.546</b>	<b>266.813.478</b>
Disposición de residuos	85.052.157	48.195.210
Mantenimiento	34.760.489	51.626.980
Caracterización	3.022.400	92.927.982
Trámites permisos ambientales	13.151.500	74.063.306
<b>Total fábrica</b>	<b>35.476.160</b>	<b>34.360.900</b>
Disposición de residuos	21.936.000	21.982.500
Mantenimiento	10.517.760	7.020.000
Caracterización	3.022.400	5.358.400
<b>Total aeropuertos</b>	<b>104.838.816</b>	<b>102.021.983</b>
Disposición de residuos	24.030.100	7.442.651
Mantenimiento	14.129.563	15.156.700
Caracterización	61.877.653	22.105.254
Trámites permisos ambientales	4.801.500	28.796.148
Estudios ambientales	0	28.521.230



## Ecuador

2013 (COP)	2014 (COP)	2015 (COP)
181.720.800	232.739.149	358.464.402 <sup>65</sup>

## Panamá

2013 (COP)	2014 (COP)	2015 (COP)
11.392.683	182.090.090 <sup>66</sup>	1.935.852.000 <sup>67</sup>

## República Dominicana

2014 (COP)	2015 (COP)
41.577.250	27.855.978 <sup>68</sup>

**Para seguir posicionándonos como líderes, sabemos que es imprescindible trabajar de manera sistemática en iniciativas que nacen y se gestionan al interior de Terpel y son compartidas con quienes hacen parte de nuestra cadena valor. Por lo anterior, nuestro SGA, se ha construido con base en los mejores estándares y en acciones inspiradas por nuestro convencimiento frente a la protección del ambiente y el derecho de las personas a gozar de un entorno sano.**



## Bienestar de las comunidades

### GRI

G 4-19

G 4-20

G 4-21

G 4-27

El sector privado juega un papel importante en el desafío de construir sociedades más prósperas y equitativas, en las que se amplíen las oportunidades de las personas para vivir dignamente. En consecuencia, en Terpel movilizamos desarrollo y progreso en las regiones en donde operamos, con entornos y grupos diversos.

Nuestra estrategia de inversión social ha sido el vehículo para desarrollar iniciativas responsables que buscan crear impacto positivo en el bienestar y la calidad de vida, especialmente de las comunidades vecinas a nuestra operación.

Fomentamos la calidad de la educación a través de la Fundación Terpel; incentivamos el espíritu solidario de los empleados y articulamos iniciativas mediante nuestro programa de Voluntariado Corporativo; le apostamos a la reconciliación del país a través del programa Restaurando Sueños; y trabajamos en red con organizaciones sociales como los gobiernos locales y la Patrulla Aérea Civil Colombiana (PAC).

Somos aliado país, somos buenos vecinos y creemos en nuestra capacidad transformadora.



## Cifras inversión social

	2013	2014	2015
Colombia (millones de pesos)	4.148	4.586	4.735
Perú (pesos)	268.730,53 <sup>69</sup>	858.510,56 <sup>70</sup>	5.796.925,72 <sup>71</sup>
Panamá (pesos)	85.454.430 <sup>72</sup>	68.316.930 <sup>73</sup>	80.697.142,26 <sup>74</sup>

### Frentes de inversión social en Colombia (millones de pesos)

	2013	2014	2015
Fundación Terpel	3.343	3.766	3.879
Programas FT	2.218	2.572	2.650
Apoyo programas y gastos administrativos	1.125	1.194	1.229
Responsabilidad Corporativa	805	820	856
Voluntariado	360	375	380
Donaciones	325	325	346
Otros	120	120	130
<b>Total Colombia</b>	<b>4.148</b>	<b>4.586</b>	<b>4.735</b>

### GRI

G 4-19 G 4-27

ASUNTO MATERIAL

Educación de calidad

## Fundación Terpel<sup>75</sup>

Hemos trabajado activamente durante 11 años en beneficio de la calidad de la educación, en las regiones más apartadas de Colombia, para apoyar la construcción de un país más equitativo, mejor educado y altamente competitivo. Año tras año, ampliamos nuestra cobertura para seguir llegando a los lugares más apartados de Colombia.

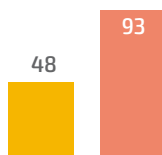
### Visión

En 2020, la Fundación Terpel como aliada del país, habrá contribuido a mejorar la calidad de la educación a más de un millón de beneficiarios en el ciento por ciento de los departamentos del país.

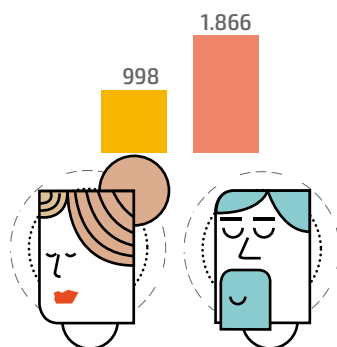


## Beneficiarios (número)

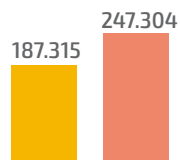
## MUNICIPIOS



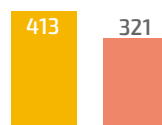
## PADRES DE FAMILIA



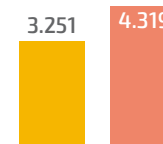
## ESTUDIANTES BENEFICIADOS



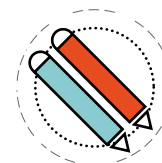
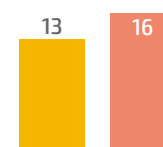
## INSTITUCIONES EDUCATIVAS INTERVENIDAS



## DOCENTES Y RECTORES CAPACITADOS



## SECRETARÍAS DE EDUCACIÓN



 ■ 2014 ■ 2015

SUPERAMOS LOS **250 MIL** BENEFICIADOS, **32% MÁS** QUE EL AÑO ANTERIOR.

AMPLIAMOS EN **93%** LA **COBERTURA** DE MUNICIPIOS CON RESPECTO A 2014.

RECIBIMOS EL **RECONOCIMIENTO DE LA ALCALDÍA DE MONTERÍA (CÓRDOBA)** POR NUESTRA CONTRIBUCIÓN EN EL **MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD EDUCATIVA** DEL MUNICIPIO.



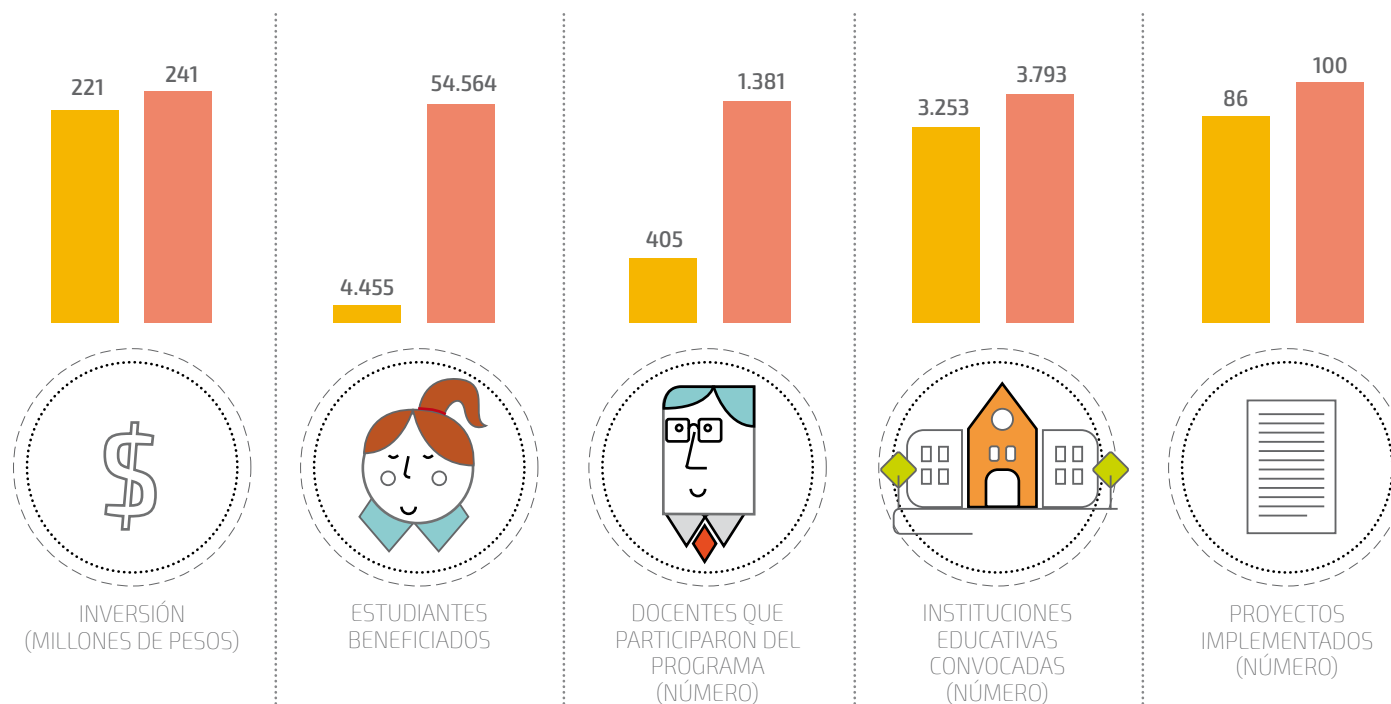
## Diseña el Cambio: un manual mágico para cambiar el mundo

Lideramos en Colombia Design for Change (Diseña el Cambio), seleccionado como uno de los 12 mecanismos globales para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible definidos por las Naciones Unidas, que buscan erradicar la pobreza extrema, proteger el planeta y asegurar la prosperidad con igualdad.

Diseña el Cambio, ofrece a niños y jóvenes la posibilidad de transformar el mundo desde sus entornos, con creatividad, innovación social, trabajo colaborativo y con el acompañamiento de adultos.

Gracias a esta iniciativa, hemos agregado valor a instituciones educativas tanto urbanas como rurales, en lugares de difícil acceso, que se encuentran ubicadas en 94 municipios de 29 departamentos del territorio nacional.

■ 2014 ■ 2015





## Escuelas que Aprenden®: sí a las matemáticas, sí al buen uso del lenguaje

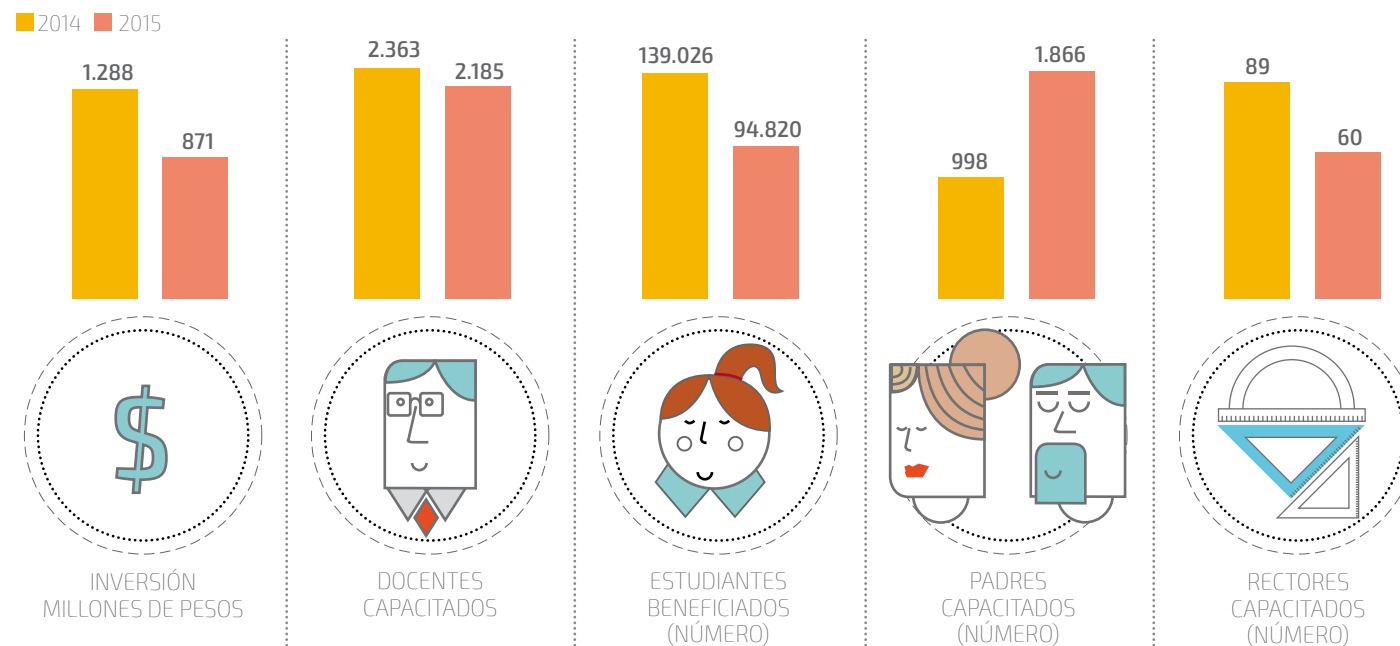
Contribuimos al fortalecimiento académico de las instituciones educativas en las áreas de matemáticas y lenguaje, e involucramos en este proceso a rectores, docentes y padres de familia.

### Mejoramos las competencias de los estudiantes

Obtuvimos un índice de variación de 81 puntos en matemáticas y 24 puntos en lenguaje, con respecto a los resultados de 2012, en Buga (Valle del Cauca), Armenia (Quindío) y Villavicencio (Meta).

### Vinculamos a los padres en la educación de sus hijos

Se ha incluido el componente de Escuelas de Familia en las políticas educativas de los municipios de Buga (Valle del Cauca) y Montería (Córdoba), como una estrategia efectiva, integral y práctica para fortalecer el rol activo de los padres en la educación de sus hijos.

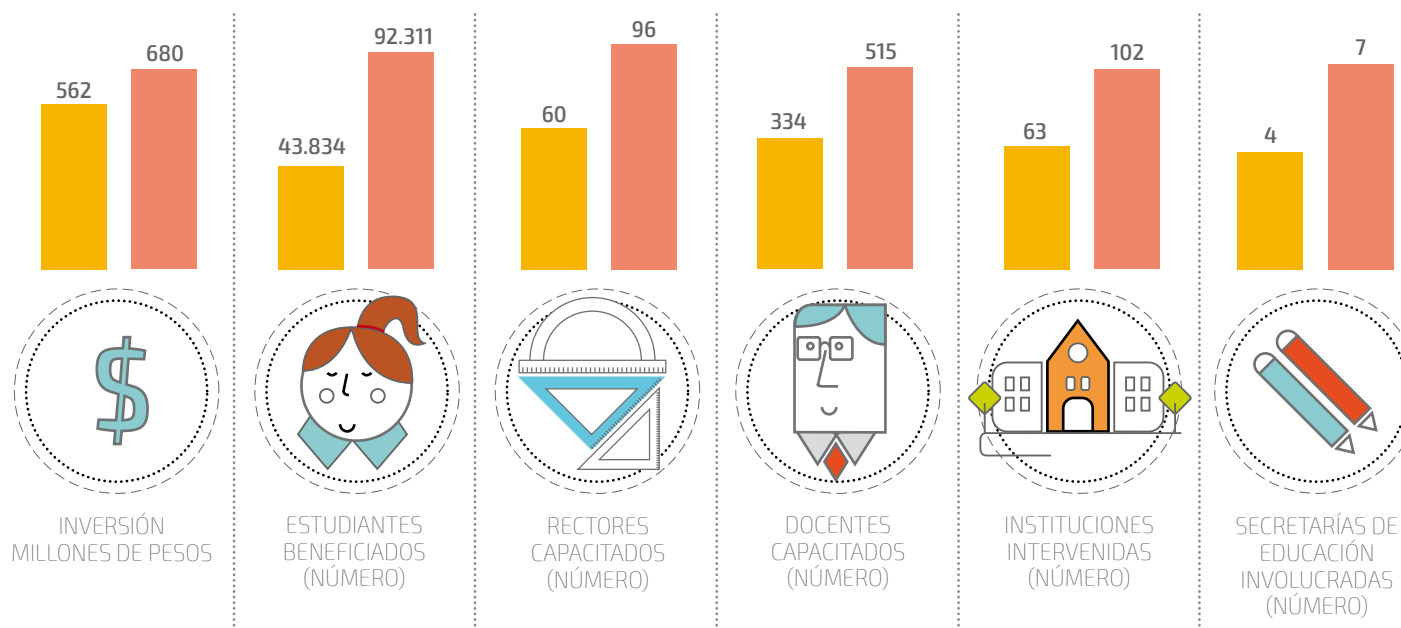


## El Líder en Mí®: siete pasos para triunfar

Formamos a docentes y directivos de instituciones educativas, en liderazgo, con base en los siete hábitos de Franklin Covey®, y fortalecemos las habilidades y hábitos de liderazgo en niños de primaria para actuar en su colegio, familia y comunidad, de manera que puedan alcanzar una vida plena y feliz.

Luego de 3 años de implementación, el 91% de los docentes y el 76% de los estudiantes, practican los 7 hábitos de liderazgo en las instituciones educativas de Manizales (Caldas) y Medellín (Antioquia).

■ 2014 ■ 2015



## Aventura de Letras: descubriendo el amor por la lectura

Ampliamos nuestra propuesta pedagógica con el nuevo programa Aventura de Letras, para incentivar el hábito de la lectura en los niños y jóvenes, estimular su ejercicio de escritura, y enriquecer las prácticas pedagógicas en instituciones educativas oficiales del país.

Porque estamos convencidos que las bibliotecas son lugares en donde reposan historias, confluye el conocimiento, se complementa el aprendizaje y se activa la imaginación, esta iniciativa consiste en entregar bibliotecas escolares dotadas con colecciones de libros y materiales audiovisuales, entre otros, a la vez que apoyamos a los docentes en su formación para acompañar a niños y jóvenes en el disfrute y aprovechamiento de estos espacios.



En este primer año de ejecución:

**Entregamos 3 bibliotecas** en las ciudades de Cúcuta (Norte de Santander), Montería (Córdoba) y Neiva (Huila).

**Formamos a 85 docentes** en talleres prácticos para el uso y aprovechamiento de las bibliotecas.

**Beneficiamos a más de 5.000 niños** y jóvenes de zonas en condición de vulnerabilidad.

**Integramos en las obras de embellecimiento** de las instituciones educativas donde están ubicadas las bibliotecas, a 169 voluntarios, entre empleados de Terpel, padres de familia, docentes y estudiantes.



INVERSIÓN  
MILLONES DE PESOS

**355**



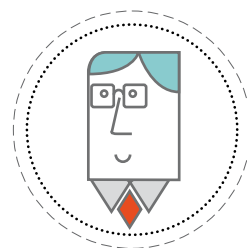
RECTORES  
(NÚMERO)

**3**



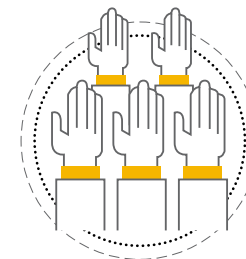
ESTUDIANTES

**5.422**



DOCENTES

**79**



VOLUNTARIOS

**169**

## ¡Mi Futuro Ahora!: cumpliendo el sueño de nuestros isleros

Propiciamos los medios para que nuestros isleros y atendedores de las tiendas de conveniencia altoque de las Estaciones de Servicio (EDS) que hacen parte del programa PITS, continúen sus estudios a través de la financiación del 80% del valor total de una carrera técnico laboral, técnica o tecnológica, y extendemos esta oportunidad a sus hijos. Adicionalmente, para quienes obtengan un promedio igual o mayor a 3,8 / 5,0 en el semestre, entregamos un auxilio de manutención de 250.000 pesos semestrales.

En 2015, seguimos cumpliendo sueños:

**Ampliamos la cobertura** a los atendedores de las tiendas altoque.

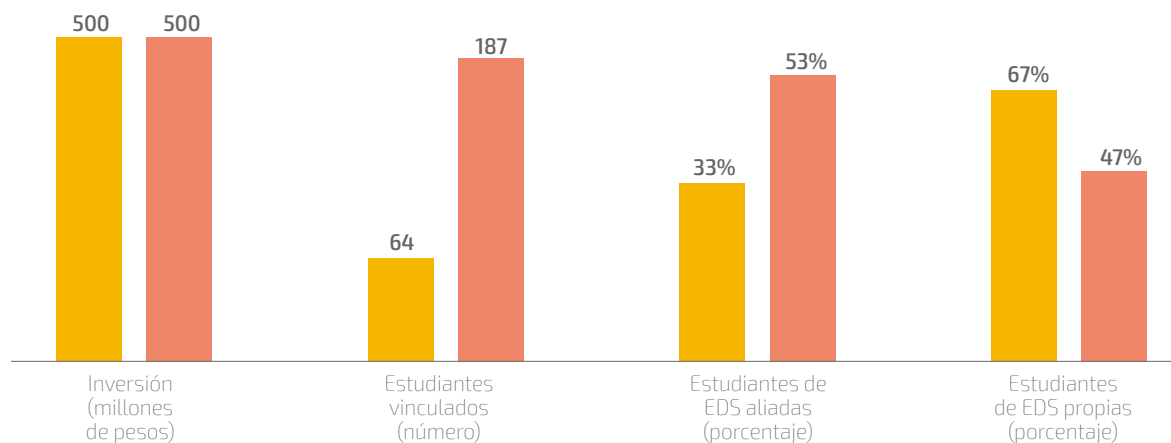
**Incrementamos el número de beneficiarios** respecto a 2014: 123 nuevos estudiantes en 57 municipios.

**Motivamos el interés de más de 3.000 isleros y atendedores de 440 EDS** (propias y afiliadas).

**Premiamos a los mejores promedios** de cada una de las regionales de Terpel.

**Tuvimos los 2 primeros graduados**, quienes decidieron seguir avanzando en su educación superior.

■ 2014 ■ 2015





## Voluntariado Corporativo

La vocación de servicio es una característica esencial del equipo humano de Terpel y a través del programa de Voluntariado Corporativo, no solo incentivamos el espíritu de colaboración y la solidaridad de los empleados para conectarse de forma desinteresada al servicio de la comunidad, sino que beneficiamos a las comunidades vecinas a nuestras operaciones.

MOVILIZAMOS **635**  
**VOLUNTARIOS**  
DE TERPEL, LA  
COMUNIDAD Y  
PARTICIPANTES  
DE FUNDACIONES  
ALIADAS.

BENEFICIAMOS A MÁS  
DE **7.500 PERSONAS**.

INTERVINIMOS **12**  
**INSTITUCIONES**  
EDUCATIVAS.



## Los voluntarios son los protagonistas del cambio

### Colombia

#### CÓRDOBA

Institución Educativa Santafé:  
pintura de salones y fachadas

**1.300**  
estudiantes

#### ANTIOQUIA

Institución Educativa Santa María de la Cruz:  
pintura de salones y fachadas

**320**  
estudiantes

#### CALDAS

Institución Educativa la Linda:  
pintura de salones y fachadas

**650**  
estudiantes

Institución Educativa la Linda:  
jornada ambiental y de pintura

**650**  
estudiantes

#### VALLE DEL CAUCA

Institución Educativa Manuel María Mallarino, Sede Laura Vicuña:  
pintura de salones y fachadas

**276**  
estudiantes

Institución Educativa Técnica la Marina, Sede Guillermo Martínez:  
pintura de salones y fachadas

**200**  
estudiantes

Jornada de pintura en el barrio Panorama:  
pintura de 15 fachadas de las casas del barrio

**60**  
estudiantes

#### NORTE DE SANTANDER

Institución educativa Francisco José de Caldas:  
jornada ambiental y pintura de salones y fachadas

**3.348**  
estudiantes

#### SANTANDER

Institución Educativa El Castillo, Sede El Palmar:  
pintura de salones y fachadas

**225**  
estudiantes

#### RISARALDA

Institución Educativa Matecaña, Sede La Libertad

**130**  
estudiantes

#### HUILA

Institución Educativa Jairo Morera Lizcano, Sede Panorama:  
jornada ambiental y pintura de salones y fachadas

**250**  
estudiantes

Institución Educativa Gabriel García Márquez, Sede el Venado:  
pintura de salones y fachadas

**60**  
estudiantes

#### CUNDINAMARCA

Jornada ambiental chusacá: siembra de 60 árboles nativos

Jornada de voluntariado Hogar Comunitario La Cabañita:  
ensamble e instalación de parque infantil

**40**  
estudiantes

Institución Educativa Departamental Manuela Ayala de Gaitán, Sede Jardín:  
pintura de salones y fachadas, jornada ambiental y taller con María Catalina Accesorios

**350**  
estudiantes

Encuentro Nacional de Voluntariado Terpel



## Panamá

**Cerca del 50%** de nuestros empleados hizo parte del voluntariado.

**Mantuvimos la alianza con la Fundación Casa Esperanza**, para capacitar a jóvenes de bandas delincuenciales en edades entre los 13 y 17 años, que pertenecen a comunidades cercanas a las nuevas EDS, con el propósito de construir proyectos productivos.

**Realizamos donaciones para apadrinar a niños** de la Fundación Darién en el sector de Curundú (corregimiento del distrito de Panamá).

**Participamos en una jornada de conservación ambiental** con la Asociación Nacional para la Conservación de la Naturaleza (ANCON), organización dedicada a la conservación de la biodiversidad y los recursos naturales de Panamá.

## Encuentro nacional de voluntarios

En este encuentro en el que participaron treinta voluntarios representantes de todas las regiones de Colombia, hablamos en torno a temas como trabajo en equipo, saber escuchar, decisión, organización, unión, superación, confianza, determinación y concentración; y posicionamos el sentido de servicio, motivamos la participación de los voluntarios y fortalecimos la unidad entre los mismos.

Como parte del evento, se construyó un parque modular para ser donado a una de las comunidades en donde operamos.



## Donaciones de producto

Somos padrinos de la Patrulla Aérea Civil Colombiana (PAC) y les donamos combustible para movilizar médicos que trabajan por mejorar la calidad de vida de miles de colombianos en zonas marginadas y en estado de vulnerabilidad.

GRI

G 4-19

G 4-27

ASUNTO  
MATERIAL

**Reconciliación  
y Respeto y  
promoción de  
los derechos  
humanos**

## Programa para la reconciliación: Restaurando Sueños

Estamos convencidos de que la construcción de paz es una tarea de todos, la reconciliación es fundamental para lograrla y es necesario nuestro aporte en el escenario de postconflicto.

### Nuestros frentes de trabajo en reconciliación

#### Comunicación

Mantenemos el tema en la agenda pública a través de la difusión de mensajes y el apoyo a iniciativas de reconciliación, trabajando en conjunto con la ACR (Agencia Colombiana para la Reintegración).

Participamos en foros y otros escenarios de comunicación en los que dimos a conocer la visión y el compromiso de Terpel de cara al posconflicto.

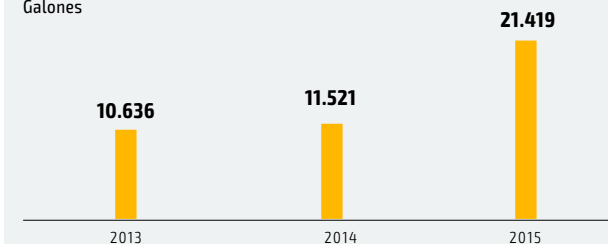
#### Oportunidades laborales y capacitación

Generamos posibilidades de empleo a personas en proceso de reintegración a través de nuestros franquiciados y de Opese, promovemos espacios de proveeduría y de desarrollo de posibles negocios productivos.

En 2015, hicimos una gira por siete regiones del país para abrir un espacio en el que las EDS franquiciadas conocieron de primera mano el escenario de reconciliación a través de una charla liderada por la ACR.

#### COMBUSTIBLE DONADO

Galones


 PRINCIPIOS  
DEL PACTO  
MUNDIAL

1





## Resultados

**Fortalecimos las competencias** de las personas en proceso de reintegración.

**Desarrollamos el sentido** de pertenencia por la organización.

**Mejoramos la calidad** de vida y el entorno familiar de los vinculados al programa.

## Desafío

Ampliar la oferta de vinculación laboral a través del fortalecimiento de negocios productivos.

## Valor Compartido

La falta de recursos económicos es una de las dificultades que enfrentan las comunidades en algunos de los territorios donde operamos y la escasez de oportunidades laborales compromete el bienestar básico de las personas y aumenta la sensibilidad ante la situación de pobreza.

Con el propósito de hacer frente a este escenario e invitar a las comunidades a participar de su propio desarrollo y crecimiento, en Terpel estamos diseñando una estrategia de valor compartido, que nos permita generar oportunidades, tanto para las comunidades como para la organización.

En 2015, estructuramos la base conceptual de la estrategia a partir de reuniones con diversas áreas de la compañía, realizamos reuniones con instituciones y organizaciones expertas y generamos un plan de trabajo para desarrollar durante 2016.

**Seguiremos avanzando en la senda de transformar positivamente los entornos y construir mejores sociedades.**



## GRI

## Notas

## G 4-22

1. Operaciones Ecuador, México, Panamá, Perú y República Dominicana.
2. EBITDA consolidado de la Organización Terpel. Incluye ajustes por: i) cargos inter compañías (regalías filiales en el exterior) e ii) impuesto al patrimonio.
3. Cifra reportada solo para Colombia.
4. Convertido de 200.000 dólares a pesos colombianos, según TRM promedio (Colombia) 2015 de 2.742 pesos.
5. Incluye GNV, GLP y combustibles líquidos.
6. La participación de mercado en Panamá incluye la red de EDS y las tiendas de conveniencia.
7. Incluye exportaciones.
8. Incluye exportaciones.
9. La baja de este indicador, se debió a la disminución en las operaciones del sector petrolero y minero.
10. Las hojas de vida de los miembros de Junta Directiva, se encuentra a disposición a través del módulo de Accionistas e Inversionistas en nuestra página de internet [www.terpel.com](http://www.terpel.com)
11. Para consultar nuestro Código de Buen Gobierno Corporativo ingrese a <http://www.terpel.com/Global/Accionistas/Codigo-de-Buen-Gobierno-Corporativo-Actualizado-articulo-5222.pdf>
12. Para consultar nuestro Código de Conducta ingrese a <https://www.terpel.com/Global/Accionistas/Codigo%20de%20etica.pdf>
13. Para consultar la Encuesta Código País 2015, ingrese a <http://www.terpel.com/Global/Accionistas/Gobierno-corporativo/descargables/encuesta-codigo-pais%202015.pdf>
14. La firma ZWAY, consultora de Goodwill, líder en estrategias de involucramiento con grupos de interés stakeholder engagement, presentó los resultados de la segunda edición del Índice Goodwill y elaboró el escalafón de las treinta empresas, nacionales y multinacionales, con el Goodwill más alto de Colombia. (Agosto 22 de 2015).
15. En adelante, la información de Colombia se refiere a planta ocupada, sin vacantes. No incluye empleados expatriados, de Fundación Terpel, de aliados comerciales como OPESE, franquiciados, aprendices, ni temporales.
16. Nacidos en los países donde opera Terpel.
17. Cargos considerados alta dirección en países diferentes a Colombia: Gerentes, Directores y Jefaturas.
18. Cargos considerados alta dirección en Colombia: Presidente, Vicepresidente, Gerentes y Directores.
19. Incluye empleados directos de Terpel, sin OPESE.
20. Tasa anual de rotación: promedio ingresos + retiros / promedio de planta al inicio del periodo + planta al final del periodo X 100.
21. Índice anual de rotación voluntaria: Retiros voluntarios en el año / la planta promedio del año X 100.
22. Convertido de 7.267 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
23. Convertido de 9.701 dólares a pesos colombianos, según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
24. Convertido de 150.619 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
25. Convertido de 79.630 nuevos soles a dólares según TRM (Perú) al 31 de diciembre de 2015 de: 3,41 y a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
26. Convertido de 55.021,52 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
27. Se modificó el promedio total de horas de formación en todos los países debido a una revisión en la fórmula empleada en 2013 y 2014.
28. Para ampliar información, consulte el capítulo Experiencias Memorables de este informe.
29. Se rectificaron las cifras de Escuela de Isleros y Escuela de Administradores de acuerdo con revisiones internas.
30. Las cifras correspondientes a número de personas, en 2013 y 2014, se ajustaron de acuerdo con revisiones internas.
31. Cifras relacionadas con empleados directos.
32. Días perdidos por accidentes de trabajo.
33. Número de enfermedades laborales reconocidas por la ARL.
34. Sobre la tasa de accidentalidad de contratistas correspondientes al año 2014 se realizó una corrección por revisión. La cifra reportada en el informe 2014 fue de 0,0048 y la real es 0,029.
35. Comité Paritario conformado de acuerdo con las exigencias de la regulación ecuatoriana.
36. Comisión de Seguridad e Higiene Laboral, supervisa los centros de trabajo a fin de detectar condiciones inseguras.
37. Comité de Seguridad y Salud, tiene como funciones la promoción, la divulgación y el control de las actividades contempladas en el sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo.
38. Convertido de 2.614.763 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
39. Convertido de 142.978.105 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
40. Convertido de 811.127 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
41. Se modificaron las cifras de 2013 y 2014 debido a que se habían presentado en pesos mexicanos.
42. Convertido de 41,88 millones de pesos mexicanos a dólares según TRM promedio (México) 2013: 12,82 y a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2013 de: 1868,89.
43. Convertido de 9,46 millones de pesos mexicanos a dólares según TRM promedio (México) 2013: 12,82 y a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2013 de: 1868,89.
44. Convertido de 36,23 millones de pesos mexicanos a dólares según TRM promedio (México) 2014: 13,36 y a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2014 de: 2000,99.
45. Convertido de 7,24 millones de pesos mexicanos a dólares según TRM promedio (México) 2014: 13,36 y a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2014 de: 2000,99.
46. Convertido de 154,52 millones de pesos mexicanos a dólares según TRM promedio (México) 2015: 16,01 y a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2013 de: 2.742.
47. Convertido de 3.679.954 pesos mexicanos a dólares según TRM promedio (México) 2015: 16,01 y a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
48. Convertido de 88,13 millones de pesos mexicanos a dólares según TRM promedio (México) 2015: 16,01 y a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
49. Convertido de 364.120.000 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
50. Convertido de 3.500.000 dólares a millones de pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2014 de: 2.000,99.
51. Convertido de 3.036.000 dólares a millones de pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
52. Convertido de 11.015.000 dólares a millones de pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
53. Convertido de 105.000 dólares a millones de pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
54. Convertido de 172.500.000 de dólares a millones de pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
55. Convertido de 6.200.000 de dólares a millones de pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
56. Convertido de 2.088 dólares a millones de pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
57. [https://www.terpel.com/Global/Accionistas/Codigo\\_de\\_Buen\\_Gobierno\\_Corporativo.pdf](https://www.terpel.com/Global/Accionistas/Codigo_de_Buen_Gobierno_Corporativo.pdf)
58. Alcance 1: emisiones provenientes de instalaciones que son propiedad de la organización sobre las que se tiene control.
59. Alcance 2: emisiones provenientes de la energía eléctrica comprada a la red nacional.
60. Alcance 3: emisiones provenientes de la cadena de valor (proveedores de servicio).
61. Se corrigieron las cifras 2013 con la fórmula  $Kwh \times 1 \text{ GJ} / 277,777 \text{ Kwh}$ .
62. EDS 2013 GNV: 286.506,71 GJ y Líquidos: 128.165,94 GJ. EDS 2014 GNV: 241.720,65 GJ y Líquidos: 137.783,22 GJ.
63. ND: no disponible.
64. No se tiene en cuenta para la huella.
65. Convertido de 130.731 dólares a pesos colombianos, según promedio de la TRM en 2015 de: 2.742.
66. Convertido de 91.000 dólares a pesos colombianos, según promedio de la TRM en 2014 de: 2000,99.
67. Convertido de 706.000 dólares a pesos colombianos, según promedio de la TRM en 2015 de: 2.742.
68. Convertido de 10.159 dólares a pesos colombianos, según promedio de la TRM en 2015 de: 2.742.
69. Convertido de 406,93 nuevos soles a dólares según TRM (Perú) al 31 de diciembre de 2013: 2,83 y a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2013 de: 1.868,89.
70. Convertido de 1.300 nuevos soles a dólares según TRM (Perú) al 31 de diciembre de 2014 de: 3,03 y a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2014 de: 2.000,99.
71. Convertido de 7.209,16 nuevos soles a dólares según TRM (Perú) al 31 de diciembre de 2015 de: 3,41 y a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2015 de: 2.742.
72. Convertido de 31.165 dólares a pesos colombianos, según promedio de la TRM (Colombia) en 2015 de: 2.742.
73. Convertido de 24.915 dólares a pesos colombianos, según promedio de la TRM (Colombia) en 2015 de: 2.742.
74. Convertido de 29.430,03 dólares a pesos colombianos, según promedio de la TRM (Colombia) en 2015 de: 2.742.
75. Para ampliar información consulte: <http://www.fundacionterpel.org/>.





Deloitte & Touche Ltda.  
Edificio Corticolenbana  
Calle 16 Sur 43 A-49 Piso 9 y 10  
A.A. 404  
No. 960.005.813-4  
Medellin  
Colombia  
Tel : 57(4) 313 88 99  
Fax : 57(4) 313 32 25  
www.deloitte.com.co

**Informe de revisión independiente**

Revisión independiente del Informe Sostenibilidad de la Organización Terpel 2015.

**Alcance de nuestro trabajo**

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la norma ISAE 3000 - *International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitida por el *International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB)* de la *International Federation of Accountants (IFAC)*.

**Estándares y procesos de verificación**

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la administración, así como a las diversas áreas de la Organización Terpel que han participado en la elaboración del Informe de Sostenibilidad 2015 y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Entrevistas con el personal de la Organización Terpel para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados para elaborar el informe.
- Análisis de cómo, a partir del ejercicio de materialidad revisado en 2015, se definen los contenidos, la estructura y los indicadores del reporte, de acuerdo a lo sugerido por la metodología GRI G4.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el informe.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión con base en la selección de una muestra de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI y propios incluidos en el informe de sostenibilidad y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de la Organización Terpel.

**Confirmación que el Informe de sostenibilidad es preparado "de acuerdo" con la versión GRI G4, en su opción "Esencial" ("Core").**

**Aspectos generales**

Se confirmó que el informe se ajusta a los requisitos de la opción esencial de los aspectos generales de la versión GRI G4. Se reportaron los siguientes indicadores generales requeridos: G4-1, G4-3 a G4-34, y G4-56. Adicionalmente, se reportaron, de forma voluntaria, los siguientes indicadores de gobierno corporativo y de ética: G4-35, G4-36, G4-37 G4-38, G4-39, G4-40, G4-41, G4-47, G4-48, y G4-58.

**Responsabilidades de la Dirección de Organización Terpel y de Deloitte**

- La preparación del informe de sostenibilidad, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la organización la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la organización de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de la empresa.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
- El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe de sostenibilidad.



Una firma miembro de Deloitte Touche Tohmatsu

Audit, Tax, Consulting, Financial, Advisory

**Aspectos específicos**

Revisamos el enfoque de gestión e indicadores GRI y propios de los siguientes asuntos materiales:

Asuntos materiales	Indicador GRI y/o propios Organización Terpel
Rentabilidad	EC1. Valor económico directo generado y distribuido
Buen gobierno corporativo y transparencia	G4-SO3. Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados
Relaciones y condiciones laborales justas	G4-LA1. Número total y tasas de nuevos empleados y de rotación de empleados desagregado por edad, género y región. G4-LA6. Tipos de accidentes y tasas de accidentalidad, absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por género.
Condiciones seguras de operación	Propio. Avances del programa EDS confiables
Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores	G4-EC9 Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales. Propio. Escuelas Terpel: Horas de formación en cada una de las escuelas Terpel
Cambio climático: huella de carbono	G4-EN8. Consumo de agua total por fuente. G4-EN3. Consumo de energía en la organización. G4-EN15. Gases efecto invernadero (Alcance 1). G4-EN16. Emisiones indirecta gases efecto invernadero (Alcance 2). G4-EN17. Otras emisiones indirectas de gases efecto invernadero (Alcance 3).
Derrames y residuos	G4-EN24. Peso total de residuos, por tipo y método de disposición. G4-EN24. Número total y volumen de derrames significativos G4-EN29. Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.
Educación de calidad	G4-SO1. Porcentaje de operaciones que tienen implementados mecanismos de participación local, evaluaciones de impacto, y programas de desarrollo. Propio. Número de personas beneficiadas por los programas de educación desarrollados por la Fundación Terpel Propio. Número de beneficiados por el voluntariado Propio. Número de jornadas de voluntariado
Tecnología e innovación	G4-EC1. Valor económico directo generado y distribuido Número de estaciones de servicio con nueva imagen
Respeto y promoción de los derechos humanos	G4-HR4: identificación de centros y proveedores

	en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos. G4-HR5: identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir con la erradicación de la explotación infantil. G4-HR6: centros y proveedores significativos con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso y medidas adoptadas para contribuir con la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.
--	--

**Conclusiones**

Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de sostenibilidad contiene errores significativos o no ha sido preparado "de acuerdo" con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (G4) en su versión Esencial.

**Observaciones principales & recomendaciones frente a principios GRI y WBCSD<sup>1</sup>**

**Recomendaciones:**

- Establecer y comunicar metas cuantitativas a corto y/o mediano y largo plazo, con el fin de:
  - Medir el desempeño global en sostenibilidad de la Organización Terpel;
  - Proporcionar cada año, detalles sobre metas excedidas y/o no alcanzadas y los pasos a seguir para alcanzarlas y/o definir nuevas.
- Alinear los asuntos materiales con las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para facilitar la postura de la Organización Terpel, así como evidenciar la gestión que se está realizando para contribuir a las metas de los ODS.

**ANEXO 1 Declaración de independencia**

Deloitte es una de las mayores empresas en la prestación de servicios profesionales en auditoría, impuestos, consultoría y asesoramiento financiero y de sostenibilidad a organizaciones públicas y privadas de diversas industrias. Con una red global de Firmas miembro en más de 185 países, Deloitte brinda sus capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes. Aproximadamente 210.000 profesionales se comprometen a ser estándar de excelencia.

Confirmamos nuestra independencia de la Organización Terpel. Todos nuestros empleados realizan actualizaciones anuales a la Política de Ética donde puntualmente declaramos que no tenemos conflictos de interés con la Organización Terpel, sus subsidiarias y sus grupos de interés.

<sup>1</sup> Del inglés: "World Business Council for Sustainable Development" (Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible).





# Índice de Contenido GRI para la Opción Esencial “de Conformidad” con la Guía G4

El Informe de Sostenibilidad de Terpel 2015 ha sido construido de acuerdo con los lineamientos propuestos en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) G4, “de Conformidad” con la Opción esencial y sus contenidos han sido sometidos a verificación externa. El Índice de Contenido GRI G4 presenta los indicadores asociados a los asuntos materiales para la Compañía y sus grupos de interés.

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>			
G4-1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la misma, y estrategia con miras a abordarla.	Conversación con Sylvia Escovar Gómez (Página 6)		
G4-2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Conversación con Sylvia Escovar Gómez (Página 6)	No se incluye principales impactos y riesgos	
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>			
G4-3 Nombre de la organización.	Organización Terpel S.A.		
G4-4 Principales marcas, productos y servicios.	Qué hacemos (Página 19)		
G4-5 Localización de la casa matriz / sede central de la organización.	Las oficinas principales de la Organización Terpel S. A. están ubicadas en Bogotá, Colombia. Carrera 7 Número 75 - 51		
G4-6 Número de países donde opera la empresa y nombre de los países donde tiene operaciones significativas o que son relevantes para los temas de sostenibilidad tratados en el informe.	Qué hacemos (Página 19) Qué hacemos / Experiencias memorables: estamos transformando el sector de combustibles (Página 22)		
G4-7 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Organización Terpel S.A.		



CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
G4-8 Mercados servidos: desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes.	<p>Qué hacemos (Página 19)</p> <p>Qué hacemos / Experiencias memorables: estamos transformando el sector de combustibles / Estaciones de Servicio (EDS) (Página 22)</p> <p>Qué hacemos / Experiencias memorables: estamos transformando el sector de combustibles / Gas Natural Vehicular (GNV) (Página 27)</p> <p>Qué hacemos / Experiencias memorables: estamos transformando el sector de combustibles / Lubricantes (Página 30)</p> <p>Qué hacemos / Experiencias memorables: estamos transformando el sector de combustibles / Aviación (Página 33)</p> <p>Qué hacemos / Experiencias memorables: estamos transformando el sector de combustibles / Marinos (Página 33)</p> <p>Qué hacemos / Experiencias memorables: estamos transformando el sector de combustibles / Industria (Página 34)</p>		
G4-9 Tamaño de la organización: número de empleados, número total de operaciones, ventas netas o ingresos.	<p>Qué hacemos / Creamos y distribuimos valor (Página 21)</p> <p>Cómo y Con quién lo hacemos / Crecimiento del equipo Terpel / Equipo Terpel (Página 46)</p>		
<p>G4-10 Tamaño de la plantilla: número de empleados por tipo contrato laboral y género, número de empleados por región y género.</p> <p>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas</p>	<p>Cómo y Con quién lo hacemos / Crecimiento del equipo Terpel / Equipo Terpel (Página 46)</p>		
<p>G4-11 Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.</p> <p>Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y Enlace con las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales</p>	<p>Cómo y Con quién lo hacemos / Crecimiento del equipo Terpel / Sindicatos y Pacto Colectivo (Página 56)</p>	<p>El alcance de este indicador es Colombia</p>	
G4-12 Descripción de la cadena de abastecimiento de la organización.	<p>Qué hacemos (Página 20)</p> <p>Cómo y Con quién lo hacemos / Desarrollo de los proveedores (Página 77)</p>		
G4-13 Cambios significativos que hayan tenido lugar durante el periodo cubierto por la memoria en cuanto a aspectos como: tamaño, estructura, propiedad o en la cadena de abastecimiento de la organización.	<p>Cómo y Con quién lo hacemos / Buen gobierno corporativo / Fusión Opese-Masser (Página 44)</p>		



CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
G4-14 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Cómo y Con quién lo hacemos / Protección del ambiente / Biodiversidad (Página 110)		
G4-15 Cartas, principios, programas o iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización ha adoptado, suscribe o apoya.	Red del Pacto Global Colombia Empresas para la Paz		
G4-16 Principales asociaciones y organizaciones a las que pertenezca o apoye la empresa: asociaciones sectoriales, entes nacionales e internacionales.	<p>Colombia Asociación Colombiana de Petróleos (ACP) Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) Asociación de Fundaciones Empresariales (AFE) Red América Confederación Colombiana de ONG (CCONG) Asociación Internacional de Estudiantes en Ciencias Económicas y Comerciales (AIESEC) Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES)</p> <p>México Asociación Mexicana de Gas Natural (AMGN) Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) Cámara de la Industria de la Transformación de Nuevo León (CAINTRA)</p> <p>Panamá Cámara Americana de Industria y Comercio de Panamá (ANCHAM, por su sigla en inglés) Asociación Internacional de Estudiantes en Ciencias Económicas y Comerciales (AIESEC )</p> <p>Perú Asociación de Grifos y Estaciones del Perú (AGESP) Cámara Peruana del GNV (CPGNV) Instituto Peruano de Fomento Educativo (IPFE)</p>		
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA			
G4-17 Lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y especificación sobre si hay alguna de estas entidades que no haya sido incluida en la memoria.	Alcance y cobertura (Página 3)		
G4-18 Proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.	Actuamos desde un enfoque de sostenibilidad / Identificación de asuntos materiales (Página 12)		
G4-19 Lista de todos los aspectos materiales identificados en el proceso para definir el contenido de la memoria.	Actuamos desde un enfoque de sostenibilidad / Identificación de asuntos materiales (Página 13)		

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
G4-20 Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización: relación de cada tema material con toda la organización o con alguna de las entidades que hacen parte de la misma.	El análisis de materialidad aplica para todos los países donde Terpel tiene operaciones. Actuamos desde un enfoque de sostenibilidad / Cobertura y límite (Página 14)		
G4-21 Límite de cada aspecto material fuera de la organización. (Para cada tema material, reportar si lo es por fuera de la organización.)	Actuamos desde un enfoque de sostenibilidad / Cobertura y límite (Página 14)		
G4-22 Consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas.	Notas 27, 29, 30, 34,41 y 61 (Página 130)		
G4-23 Cambios significativos en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados con respecto a memorias anteriores.	Para el informe 2015 no se presentó ningún cambio significativo frente al alcance, la cobertura o los métodos de valoración.		
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>			
G4-24 Lista de los grupos de interés con los que la organización se relaciona.	Actuamos desde un enfoque de sostenibilidad / Relacionamiento con grupos de interés (Página 11)		
G4-25 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se relaciona.	Actuamos desde un enfoque de sostenibilidad / Relacionamiento con grupos de interés (Página 11)		
G4-26 Enfoques adoptados para el diálogo con grupos de interés, frecuencia de su participación y rol de los diálogos en la elaboración de la memoria.	Mantenermos un relacionamiento directo entre la vicepresidencia comercial con los afiliados y franquisiados a través de comités regionales que se realizan trimestralmente. Anualmente realizamos correrías nacionales en las cuales tenemos un contacto directo entre la vicepresidente de talento humano con los colaboradores en cada una de las regiones. Los resultados de estos diálogos se tienen en cuenta para la definición de los asuntos materiales de este informe.		

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
G4-27 Asuntos, preocupaciones o problemas relevantes que han surgido como resultado de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización frente a los mismos.	Actuamos desde un enfoque de sostenibilidad / Identificación de asuntos relevantes / Cobertura y límite (Páginas 13 y 14) En 2015 mantuvimos el foco con respecto a los temas que manifestó el grupo de interés de afiliados durante los diálogos realizados en 2014. Estos temas están relacionados con: precio como elemento de la estrategia competitiva, comunicación y protocolos, imagen y servicio.		
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>			
G4-28 Periodo objeto de la memoria.	2015		
G4-29 Fecha de la última memoria.	2014		
G4-30 Ciclo de presentación de memorias.	Anual		
G4-31 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o a su contenido.	Bandera		
G4-32 Opción «de conformidad» con la guía GRI seleccionada por la organización y tabla de contenido GRI.	Bandera		
G4-33 Política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	Bandera		
<b>GOBIERNO</b>			
G4-34 Estructura de gobierno de la organización: máximo órgano de gobierno, comités del máximo órgano de gobierno y comités responsables de la supervisión de temas económicos, sociales y ambientales.	Cómo y Con quién lo hacemos / Buen gobierno corporativo / Estructura de gobierno (Página 40)		
G4-35 Proceso para delegar autoridad para temas económicos, ambientales y sociales de la alta dirección a los altos ejecutivos y otros empleados.	Cómo y Con quién lo hacemos / Buen gobierno corporativo / Órganos y mecanismos de control que incentivan la autorregulación (Página 41)		
G4-36 Posición o posiciones ejecutivas con responsabilidad de temas económicos, ambientales y sociales, y a quién o quiénes se reporta.	Cómo y Con quién lo hacemos / Buen gobierno corporativo / Estructura de gobierno (Página 40)		



CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
G4-37 Procesos de consulta que existen entre los grupos de interés y la alta dirección en temas económicos, ambientales y sociales, proceso de retroalimentación.	Mantenermos un relacionamiento directo entre la vicepresidencia comercial con los afiliados y franquisiados a través de comités regionales que se realizan trimestralmente. Anualmente realizamos correrías nacionales en las cuales tenemos un contacto directo entre la vicepresidente de talento humano con los colaboradores en cada una de las regiones.		
G4-38 Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités: ejecutivos y no ejecutivos, independientes, duración del mandato, género, miembros de minorías, competencias relacionadas con impactos económicos, sociales y ambientales.	Cómo y Con quién lo hacemos / Buen gobierno corporativo / Estructura de gobierno (Página 40)	No incluye información sobre duración del mandato, género, miembros de minorías, competencias relacionadas con impactos económicos, sociales y ambientales El alcance de este indicador es Colombia	
G4-39 Relación del presidente del máximo órgano de gobierno con cargos ejecutivos en la organización.	El Presidente de la Junta Directiva no tiene un cargo ejecutivo en la Organización Terpel		
G4-40 Proceso de nominación y selección de los miembros de la alta dirección y sus comités.	La experiencia y hoja de vida de cada miembro de la junta directiva, presenta idoneidad para su participación en dicha junta. Así como su aporte en los temas económicos, sociales y ambientales o se reporta reportan los siguientes aspectos: diversidad e independencia		
G4-41 Procedimientos implementados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno.	El código de buen gobierno y el código de conducta contienen los mecanismos para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno. Web site: <a href="https://www.terpel.com/Plantillas/Terpel/Descargables/Codigo_de_buen_gobierno.pdf?id=201&amp;epslanguage=en">https://www.terpel.com/Plantillas/Terpel/Descargables/Codigo_de_buen_gobierno.pdf?id=201&amp;epslanguage=en</a>		
G4-47 Frecuencia con la cual el máximo órgano de gobierno revisa impactos, riesgos y oportunidades económicas, ambientales y sociales.	Algunos de los temas que se discuten en la Junta Directiva con respecto a impactos, riesgos y oportunidades económicas, ambientales y sociales, son: Lanzamiento del Informe de Sostenibilidad, teniendo en cuenta el impacto que este genera a nivel regional; la validación y aprobación de la Política de Derechos Humanos; temas de Gobierno Corporativo y aspectos que tienen relación con reincertados por ser un tema de agenda pública.		

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
G4-48 Más alto comité o cargo responsable de revisar y aprobar el informe de sostenibilidad y el asegurar que todos los temas materiales estén cubiertos.	El informe de sostenibilidad es aprobado por la Presidencia de la Organización Terpel		
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>			
G4-56 Valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización como códigos de conducta y códigos de ética.	Cómo y Con quién lo hacemos / Buen gobierno corporativo / Órganos y mecanismos de control que incentivan la autorregulación (Página 41). Para mayor información <a href="https://www.terpel.com/Global/Accionistas/Codigo%20de%20etica.pdf">https://www.terpel.com/Global/Accionistas/Codigo%20de%20etica.pdf</a>		
G4-58 Mecanismos internos y externos para reportar preocupaciones acerca de comportamientos no éticos o no íntegros, por medio de reporte a los altos ejecutivos, línea de denuncia o línea ética.	La organización cuenta con una página Web de reportes confidenciales <a href="https://www.reportesconfidencialessterpel.com">https://www.reportesconfidencialessterpel.com</a>		

NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: ASPECTOS MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
I	<b>Rentabilidad</b>				
		<b>CATEGORÍA: ECONOMÍA</b> Aspecto: desempeño económico G4-EC1: valor económico directo generado y distribuido.	Qué hacemos / Creamos y Distribuimos Valor (Página 21) Cómo y Con quién lo hacemos / Bienestar de las comunidades / Cifras inversión social (Página 118 )		Si
		<b>INDICADOR PROPIO</b> Volumen de ventas	Qué hacemos / Experiencias memorables / Estaciones de Servicio (Página 25) Qué hacemos / Experiencias memorables / Gas Natural Vehicular (Página 29) Qué hacemos / Experiencias memorables / Lubricantes (Página 32) Qué hacemos / Experiencias memorables / Aviación (Página 33) Qué hacemos / Experiencias memorables / Marinos (Página 33) Qué hacemos / Experiencias memorables / Industria (Página 35)		
		<b>INDICADOR PROPIO</b> Participación en el mercado	Qué hacemos / Experiencias memorables / Estaciones de Servicio (Página 25) Qué hacemos / Experiencias memorables / Gas Natural Vehicular (Página 29) Qué hacemos / Experiencias memorables / Aviación (Página 33) Qué hacemos / Experiencias memorables / Industria (Página 35)	Este indicador no se reporta para las líneas de negocio Marinos y Lubricantes	
		<b>INDICADOR PROPIO</b> Crecimiento en ventas	Qué hacemos / Experiencias memorables / Estaciones de Servicio (Página 25)	Este indicador solo se reporta para Estaciones de Servicio.	

NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: ASPECTOS MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
<b>I Buen gobierno corporativo y transparencia</b>					
	<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b> <b>SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD</b> Aspecto: lucha contra la corrupción G4-S03: número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con corrupción y riesgos significativos detectados.		Cómo y Con quién lo hacemos / Buen Gobierno Corporativo / Gestión de riesgos (Página 43) Los porcentajes de los centros evaluados corresponden a: 71% de la oficinas regionales, 10% de las plantas y el 100% de oficina de dirección general.	No se reporta los principales riesgos detectados.	
<b>I Relaciones y condiciones laborales justas</b>					
	<b>CATEGORÍA: ECONOMÍA</b> Aspecto: presencia en el mercado G4-EC6: porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.		Cómo y Con quién lo hacemos / Crecimiento del equipo Terpel / Equipo Terpel (Página 47)		
	<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b> <b>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b> Aspecto: empleo G4-LA1: número total, tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosado por grupo etario, género y región.		Cómo y Con quién lo hacemos / Crecimiento del equipo Terpel / Equipo Terpel (Página 46, 50 y 51)	Los indicadores tasa de contratación y rotación media de empleados no se reportan desglosados por grupo etario y género	Si
	<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b> <b>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b> Aspecto: salud y seguridad en el trabajo G4-LAS: porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos, para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.		Cómo y Con quién lo hacemos / Crecimiento del equipo Terpel / Condiciones seguras de operación (Página 70)		

NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: ASPECTOS MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
		<p><b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b>  <b>SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>                      Aspecto: salud y seguridad en el trabajo                      G4-LA6: tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo según región y género.</p>	<p>Cómo y Con quién lo hacemos / Crecimiento del equipo Terpel / Condiciones seguras de operación (Página 70)</p>	<p>El alcance de este indicador es Colombia. No se reporta tipo de lesiones, enfermedades profesionales. La información se está desagregada por región y género. Para contratistas no se está reportando número de enfermedades laborales ni índice de días perdidos.</p>	<p>Si</p>
<b>I Condiciones seguras de operación</b>					
		<p><b>INDICADOR PROPIO</b>                      Avances del programa EDS confiables                      Número de EDS vinculadas al programa</p>	<p>Qué hacemos / Experiencias memorables: estamos transformando el sector de combustibles / Estaciones de Servicio (EDS) / EDS Confiable en Colombia (Página 26)                      Cómo y Con quién lo hacemos / Protección del Ambiente / EDS Confiable (Página 113)</p>	<p>El alcance de este indicador es Colombia</p>	<p>Si</p>
<b>I Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores</b>					
		<p><b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b>  <b>SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>                      Aspecto: etiquetado de los productos y servicios                      G4-PR5: resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.</p>	<p>Qué hacemos / Experiencias memorables / Estaciones de Servicio (EDS) (Página 26)                      Qué hacemos / Experiencias memorables / Lubricantes (Página 32)                      Qué hacemos / Experiencias memorables / Aviación (Página 33)                      Qué hacemos / Experiencias memorables / Marinos (Página 33)                      Qué hacemos / Experiencias memorables / Industria (Página 35)</p>	<p>El alcance de este indicador es Colombia a excepción del negocio de Aviación que incluye República Dominicana. No se calcula para el negocio Gas Natural Vehicular.</p>	

NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: ASPECTOS MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
		<p><b>CATEGORÍA: ECONOMÍA</b>                      Aspecto: prácticas de adquisición G4-EC9: porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.</p>	<p>Cómo y Con quién lo hacemos / Desarrollo de los proveedores / Estamos comprometidos con las compras locales (Página 78)                      En Terpel definimos proveedores locales, como aquellos que desarrollan su actividad productiva en los países donde opera Terpel, generando desarrollo regional y nacional.</p>		
		<p><b>INDICADOR PROPIO</b>                      Evaluación ambiental de Contratistas                      Número de los contratistas que son evaluados bajo criterios ambientales</p>	<p>Cómo y Con quién lo hacemos / Desarrollo de los proveedores / Evaluación de proveedores / Colombia (Página 95)</p>		
		<p><b>INDICADOR PROPIO</b>                      Escuelas Terpel                      Horas de formación en cada una de las escuelas Terpel</p>	<p>Cómo y Con quién lo hacemos / Desarrollo de los proveedores / Trabajamos de la mano con los contratistas de transporte (Página 93)                      Cómo y Con quién lo hacemos / Crecimiento del equipo Terpel / Facilitamos el desarrollo del talento humano (Página 64 - 67)</p>	<p>El alcance de estos indicadores es Colombia                      Algunas excepciones:                      Escuela de Aviación incluye República Dominicana,                      Escuela de Isleros incluye Ecuador y Escuela de Administradores incluye Ecuador y Panamá</p>	Si
		<p><b>INDICADOR PROPIO</b>                      Avances del programa EDS confiables                      Número de EDS vinculadas al programa</p>	<p>Qué hacemos / Experiencias memorables: estamos transformando el sector de combustibles / Estaciones de Servicio (EDS) / EDS Confiable en Colombia (Página 26)                      Cómo y Con quién lo hacemos / Protección del Ambiente / EDS Confiable (Página 113)</p>	<p>El alcance de este indicador es Colombia</p>	Si
<p><b>I Cambio climático: huella de carbono</b></p>					
		<p><b>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE</b>                      Aspecto: energía                      G4-EN3: consumo energético interno.</p>	<p>Cómo y Con quién lo hacemos / Protección del ambiente / Ahorro y uso eficiente de energía (Página 102 y 103)</p>	<p>La información no se desglosa por tipo de combustible                      No se reporta este indicador para México y Perú</p>	



NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: ASPECTOS MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
		<b>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE</b> Aspecto: energía G4-EN5: intensidad energética.	Cómo y Con quién lo hacemos / Protección del ambiente / Ahorro y uso eficiente de energía (Página 103)	No se reporta este indicador para México y Perú	
		<b>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE</b> Aspecto: agua G4-EN8: captación total de agua según la fuente.	Cómo y Con quién lo hacemos / Protección del ambiente / Ahorro y uso eficiente de agua (Página 109)	No se reporta la información por fuente de captación	
		<b>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE</b> Aspecto: emisiones G4-EN15: emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	Cómo y Con quién lo hacemos / Protección del ambiente / Huella de carbono (Página 100)	El alcance de este indicador es Colombia	
		<b>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE</b> Aspecto: emisiones G4-EN16: emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).	Cómo y Con quién lo hacemos / Protección del ambiente / Huella de carbono (Página 100)	El alcance de este indicador es Colombia	
		<b>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE</b> Aspecto: emisiones G4-EN17: otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	Cómo y Con quién lo hacemos / Protección del ambiente / Huella de carbono (Página 100)	El alcance de este indicador es Colombia	
<b>I Derrames y residuos</b>					
		<b>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE</b> Aspecto: efluentes y residuos G4-EN23: peso total de los residuos gestionados según tipo y método de tratamiento.	Cómo y Con quién lo hacemos / Protección del ambiente / Gestión integral de residuos (Página 105 - 108)	No se reporta este indicador para Panamá y Ecuador	
		<b>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE</b> Aspecto: efluentes y residuos G4-EN24: número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Cómo y Con quién lo hacemos / Protección del ambiente / Gestión de derrames (Página 104)	No se describe las consecuencias de los derrames con afectación al recurso natural El alcance de este indicador es Colombia, República Dominicana y Panamá	



NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: ASPECTOS MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
		<b>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE</b> Aspecto: cumplimiento regulatorio G4-EN29: valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	Durante el 2015 La Organización Terpel no recibió multas ambientales		
		<b>CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE</b> Aspecto: general G4-EN31: desglose de los gastos e inversiones para la protección del ambiente.	Cómo y Con quién lo hacemos / Protección del ambiente / Gastos ambientales (Página 115 y 116)	No incluye inversiones para la protección del ambiente. No se reportan los gastos desglosados para Ecuador, Panamá y República Dominicana No se reporta información de México y Perú	
		<b>INDICADOR PROPIO</b> Número de kits de derrame entregados	En 2015 no entregamos ningún kit de derrame.		
<b>I Educación de calidad</b>					
		<b>CATEGORÍA: ECONOMÍA</b> Aspecto: desempeño económico G4-EC1: valor económico directo generado y distribuido.	Cómo y Con quién lo hacemos / Bienestar de las comunidades / Cifras inversión social (Página 118)	El alcance de este indicador es Colombia	Si
		<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b> <b>SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD</b> Aspecto: comunidades locales G4-S01: porcentaje de operaciones donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impacto y participación de la comunidad local.	El 100% de las operaciones de la Organización Terpe en Colombia tiene implementados programas de desarrollo. Estos programas cubren 32 departamentos de Colombia y 120 municipios. No se realizaron evaluaciones de impacto.	El alcance de este indicador es Colombia	Si
		<b>INDICADOR PROPIO</b> Fundación Terpel Número beneficiarios de los programas de educación	Cómo y Con quién lo hacemos / Bienestar de las comunidades / Fundación Terpel (Página 119)	El alcance de este indicador es Colombia	Si
		<b>INDICADOR PROPIO</b> Voluntariado Número de beneficiarios	Cómo y Con quién lo hacemos / Bienestar de las comunidades / Voluntariado Corporativo (Página 126)	El alcance de este indicador es Colombia Y Panamá	Si





NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: ASPECTOS MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
		<b>INDICADOR PROPIO</b> Voluntariado Número de jornadas	En 2015 se realizaron 16 jornadas de voluntariado	El alcance de este indicador es Colombia	Si
<b>I Reconciliación</b>					
		<b>INDICADOR PROPIO</b> Reintegración Número de personas contratadas por la organización	En 2015 se contrataron 21 personas en condición de reintegración	El alcance de este indicador es Colombia	Si
<b>II Tecnología e innovación</b>					
		<b>INDICADOR PROPIO</b> Imagen Número de estaciones de servicio con nueva imagen	Qué hacemos / Experiencias memorables: estamos transformando el sector de combustibles / Estaciones de Servicio (EDS) (Página 24 y 25)	El alcance de este indicador es Colombia, Ecuador, Panamá y Perú	Si
		<b>INDICADOR PROPIO</b> Negocios Complementarios Número de estaciones de servicio que cuenten con negocios complementarios	Qué hacemos / Experiencias memorables: estamos transformando el sector de combustibles / Estaciones de Servicio (EDS) (Página 24 y 25)	El alcance de este indicador es Colombia, Ecuador, Panamá y Perú	
		<b>INDICADOR PROPIO</b> Innovación de productos Número de productos certificados	Qué hacemos / Experiencias memorables: estamos transformando el sector de combustibles / Lubricantes (Página 31)		
		<b>INDICADOR PROPIO</b> Innovación de productos Número de lubricantes con ventajas ambientales	Terpel Maxter 15W40 Progres a y Terpel Maxter 15W40 Avanzado; Terpel Celerity Bioantihumo, Terpel Oiltec 10W40 Titanio, Terpel Oiltec 20W50 Titanio, Tergas 10W40, Terpel Oiltec 5W40 Sintético, Terpel Celerity 10W40 Sintético.		

NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: ASPECTOS MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
<b>II Desarrollo del capital humano</b>					
	CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO Aspecto: capacitación y educación G4-LA9: promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por categoría laboral y género.		Cómo y Con quién lo hacemos / Crecimiento del equipo Terpel / Facilitamos el desarrollo del talento humano (Página 59 - 62)		
<b>II Biodiversidad</b>					
	CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE Aspecto: biodiversidad G4-EN11: instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas, que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.		Galapa, Atlántico. La Planta Baranoa se encuentra localizada enfrente de el Parque Biotemático Megua. Se han sembrado cincuenta (#50) hectáreas reforestadas de la Planta Terpel con las especies Matarratón ( <i>Gliricidia sepium</i> ) y Uvita ( <i>Cordia dentata</i> ) a mediados del año 2014.	El alcance de este indicador es Colombia y no se está reportando la superficie del centro operativo en Km2.	
<b>III Respeto y promoción de los derechos humanos</b>					
	CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS Aspecto: libertad de asociación y negociación colectiva G4-HR4: identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.		Contamos con una Política en derechos humanos que hacemos extensiva a todos los proveedores, sin embargo no contamos con una estrategia que nos permita identificar los centros y proveedores en los que exista amenaza o se vulnere la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos, y tampoco medidas adoptadas para defender estos derechos.		

NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: ASPECTOS MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
	<p><b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b>  <b>SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS</b>                      Aspecto: trabajo infantil                      G4-HR5: identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir con la erradicación de la explotación infantil.</p>		<p>Contamos con una Política en derechos humanos que hacemos extensiva a todos los proveedores, sin embargo no contamos con una estrategia que nos permita identificar los centros y proveedores en los que exista un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y tampoco medidas adoptadas para defender estos derechos.</p>		
	<p><b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b>  <b>SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS</b>                      Aspecto: trabajo forzoso                      G4-HR6: centros y proveedores significativos con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso y medidas adoptadas para contribuir con la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.</p>		<p>Contamos con una Política en derechos humanos que hacemos extensiva a todos los proveedores, sin embargo no contamos con una estrategia que nos permita identificar los centros y proveedores en los que exista episodios de trabajo forzoso, y tampoco medidas adoptadas para defender estos derechos.</p>		



Carrera 7 # 75 - 51  
Edificio Corporativo  
Bogotá Colombia  
www.terpel.com

 terpelcolombia  @terpelcol  

