



Resultados 1T21

Comunicado de Prensa

Mayo 2021

Bonos AAA(Col) Calificación Fitch Ratings
Bonos AAA(Col) Calificación S&P
Acciones BVC: TPL



Teleconferencia de Resultados

Fecha: miércoles, 19 de mayo de 2021
Hora: 2:00 pm (UTC-05:00) Colombia
Teléfono en Colombia: 01 8009 156 924
Página web: www.terpel.com
ID #: 50163693
Inscripción Webcast:

<https://onlinexperiences.com/Launch/QR/g/ShowUUID=9AD68B7D-2292-4B25-8A4D-53C42CCBB59E&LangLocaleID=1034>



Carolina Ferro Bernal
Gerente de Planeación Financiera
e-mail: inversionistasIR@terpel.com
Teléfono: (57 1) 326 78 78



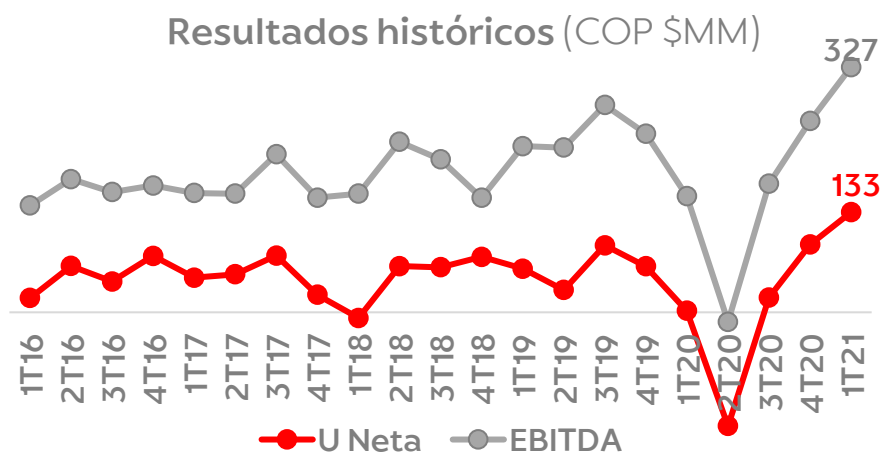
Hechos Relevantes

Inicio de año con resultados históricos

Tras un año lleno de retos, los esfuerzos llevados a cabo por el equipo Terpet contribuyeron a que se evidenciara una fuerte recuperación del negocio.

El 2021 inició con una mayor reactivación económica que benefició la operación en todas las geografías donde opera Terpet. En marzo se registró una caída del -5,0% de las ventas a nivel regional (explicada en gran parte por el menor volumen de aviación) comparado con el promedio de las ventas antes de pandemia en 2020. No obstante, el volumen se encuentra en niveles cercanos a las ventas del primer trimestre de 2019.

En cuanto a cifras financieras, se obtuvieron los mejores resultados en términos de EBITDA y utilidad neta en la historia de la compañía. Lo cual, no sólo es producto de la reactivación económica anteriormente mencionada, sino también de esfuerzos en control de gastos y fortalecimiento en las propuesta de valor en las líneas de negocio.



EBITDA 1T21:
COP \$327MM
CAGR 1T21-1T16: **3,7%**

U. Neta 1T21:
COP \$133MM
CAGR 1T21-1T16: **9,7%**

*El CAGR del EBITDA se calculó con el EBITDA ajustado para guardar consistencia con los resultados antes de la aplicación de la norma NIIF 16.



Avances en la gestión de la sostenibilidad

Durante 2020 se realizó la actualización del análisis de materialidad que consistió en la identificación de los temas **económicos, sociales y ambientales** más relevantes para la **Organización Terpel**.

Este ejercicio fue de gran ayuda para entender de una manera más amplia los desafíos de sostenibilidad que enfrenta la Compañía en los diferentes negocios y contextos de operación, así como a enfocar mejor la **gestión y comunicación con los grupos de interés**.

Tras un proceso de revisión tanto interna como externa, tomando como base los estándares y normas del Global Reporting Initiative, Dow Jones Sustainability Index, los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ISO 26000 entre otros, se concretaron **siete temas** en los que se trabajará en la Organización:



Gobierno corporativo y transparencia: busca mantener altos estándares de transparencia y generar valor en el relacionamiento con grupos de interés, promoviendo comportamientos deseables para la sociedad. Implementación de principios de actuación en la toma de decisiones.



Productos y servicios de calidad: desarrollo de productos y servicios eficientes seguros e innovadores, que mejoran los procesos de los clientes, facilitan sus negocios y promueven una operación más limpia.



Energías alternativas y cambio climático: implementación de estrategias y medidas para lograr la adaptación del negocio al cambio climático, gestionando los recursos renovables y no renovables, y ofreciendo soluciones de largo plazo a la problemática del calentamiento global.



Diversidad, equidad y talento humano: creación de un ambiente de trabajo inclusivo, diverso, equitativo, sano y bien remunerado, a través de prácticas y acciones que permiten el desarrollo personal y profesional de los empleados, y favorecen el crecimiento y adaptabilidad de la Compañía a los nuevos retos.



Salud y seguridad: prevención y control de los riesgos propios de la operación, implementando políticas y prácticas que ofrecen un entorno de trabajo seguro para los empleados, contratistas, clientes y comunidades vecinas.



Gestión de la cadena de suministro: fortalecer el relacionamiento con los proveedores, distribuidores y aliados con políticas y medidas que permiten fomentar comportamientos responsables con la sociedad y el medio ambiente. Además, se identifican y mitigan los riesgos generados en la operación que afectan al negocio y marca.



Relacionamiento con comunidades: contribución al progreso y bienestar de las comunidades de influencia mediante diversos programas y acciones y queremos evolucionar en nuestro relacionamiento para ser un aliado en su desarrollo, potenciando sus capacidades y propendiendo por su vinculación al mercado laboral.

De los avances que se han llevado a cabo en lo que va del 2021 de los temas anteriormente mencionados están:



Productos y servicios de calidad

Llega a Colombia la gasolina GT Extra 98.

El nuevo combustible color azul de Terpel se convierte en el primer combustible super premium del país y una de las gasolinas con mayor octanaje en la región. Además, entrará a competir en precio directamente con las gasolinas extra disponibles en el país cuyo octanaje y beneficios son menores. Se espera que a final de año esté disponible en 500 EDS y represente el 70% del volumen de la categoría. Con esta innovación estamos entregando a nuestros consumidores un combustible potente, experto y limpio, que genera una mejor experiencia de manejo a lo largo de las carreteras del país. Algunos de los beneficios que posee son:

-  Reducción en consumo hasta de **3,9%**
-  Mayor potencia hasta en un **3,5%**.
-  Reducción en emisiones de hidrocarburos sin quemar **80%**.

Nueva propuesta de valor en las tiendas Altoque

Las tiendas ahora son un minimercado donde los clientes pueden encontrar productos de todas las regiones del país y todo lo que necesitan para sus hogares, permitiendo que los clientes se lleven una parte de Terpel con ellos.



Con la nueva imagen, Altoque reitera que su propósito es acompañar la parada de los colombianos con amabilidad y sabor colombiano mientras se movilizan por las ciudades y carreteras del país. El cambio en la imagen del 100% de las tiendas en Colombia estará finalizado en este primer semestre del año

Al menú de comidas preparadas de las tiendas, se adiciona el sabor de Colombia en rollos y tazones. En estos, los clientes encuentran distintos sabores de la gastronomía de las regiones del país en un solo lugar.

Energías alternativas y cambio climático

Se inaugura la primera EDS de Gas Licuado de Petróleo en Colombia

GLP

Con la apertura de la EDS Doña Manuela en Cartagena, Terpel ofrece a sus consumidores todas las fuentes de energía disponibles para movilizarse: combustibles líquidos, GNV, GLP y energía eléctrica.

El GLP, o Autogás, emite **81%** menos de partículas contaminantes y **21%** menos dióxido de carbono, lo que lo hace un sustituto de las gasolinas más amigable con el medioambiente. Adicionalmente, el cliente percibe entre 30% y 35% de ahorro frente a los combustibles líquidos.

Transformación a GNV de la carga que mueve el país

GNV

A finales de 2020, con la apertura de la primera EDS de GNV en carretera dedicada a este segmento, Terpel dio el primer paso para la expansión de corredores verdes. La EDS Mulero en Bosconia vende en promedio 157 mil m³ para el consumo de empresas de carga u operadores logísticos.

Adicionalmente, Terpel ha vinculado nuevos clientes como lo es la empresa de Acueducto, Alcantarillado y Aseo "Triple AAA" en Barranquilla para el abastecimiento de GNV en sus camiones de basura



Diversidad Equidad y Talento Humano

Primera política de Diversidad, Equidad de Género e Inclusión

En abril, la Organización Terpel publicó la política de Diversidad, Equidad de Género e Inclusión. Busca establecer los lineamientos que promuevan una cultura de respeto y aceptación de grupos en situación de vulnerabilidad, y garantizar la igualdad de oportunidades para todos los empleados de la Compañía.

Entre los compromisos que se establecieron para cada tema están:

- **Diversidad:**
 - Respaldo y respeto a grupos minoritarios
 - Cultura organizacional inclusiva y diversa que se caracterice por el respeto a la diferencia.
 - Acciones libres de prejuicios y estereotipos.
- **Equidad de género:**
 - Equilibrio en los diferentes niveles
 - Compensación equitativa y competitiva
 - Beneficios que favorezcan tanto a hombres como a mujeres por igual
- **Inclusión:**
 - Espacios de inclusión laboral y social que potencien las capacidades de personas con discapacidad cognitiva y física.
 - Alternativas de empleo para las víctimas del conflicto, excombatientes y pospenados.





Resultados del primer trimestre

Resultados Consolidados	1T19	1T20	1T21	1T21 Vs. 1T20	Acum 20	Acum 21	Acum 21 Vs. Acum 20
Volumen (MM Gls)	696,7	675,2	661,7	-2,0%	675,2	661,7	-2,0%
Ingresos (\$ COP MM)	5.098.210	5.316.782	4.887.683	-8,1%	5.316.782	4.887.683	-8,1%
Utilidad Bruta (\$ COP MM)	483.375	423.657	587.311	38,6%	423.657	587.311	38,6%
EBITDA (\$ COP MM)*	221.316	154.625	326.612	111,2%	154.625	326.612	111,2%
UT.NETA (\$ COP MM)	58.028	1.862	133.242	7056,6%	1.862	133.242	7056,6%

La reactivación económica durante el primer trimestre del año benefició significativamente a la operación del negocio. Aunque las ventas fueron inferiores comparado con el primer trimestre del año anterior, el control de gastos y la eficiencia operativa permitieron que los resultados fueran mejores en la mayoría de países. En el **1T20** se comercializaron **661,7** millones de galones, un **decrecimiento de -2,0%** en comparación al **1T20** y del **-5,0%** frente al **1T19** explicado principalmente por la afectación en el segmento de aviación que todavía persiste. No obstante, excluyendo el volumen de aviación, el crecimiento es de **3,7%** frente a **1T20** y de **0,6%** frente a **1T19**. En **Colombia**, que participó con el **75,7%**, el volumen **decreció -0,1%** frente al mismo trimestre del año anterior y **-2,6%** frente al **1T19**. En **Panamá**, que contribuye con **9,0%** al volumen total, aunque el menor nivel de contagios de Covid-19 en el principio del año favoreció los resultados, se vendió un **-9,5% menos** que en el **1T20**, y **-16,2% menos** que en **1T19**. Las ventas de combustible en **Perú** se vieron afectadas por las restricciones decretadas para frenar la segunda ola de contagios, por lo que presentó un decrecimiento **-14,6%** frente a **1T20** y de **-14,0** frente al **1T19**. **Ecuador**, con un aporte de **11,7%** al total, creció **0,4%** frente a **1T20** y decreció **-3,3%** vs **1T19** por las menores ventas a clientes industriales. Por último, República Dominicana aportó **1,5%** del total, decreciendo un **-31,0%** frente al **1T20** y **-34,0%** vs **1T19** debido a la reducción en frecuencias de vuelos.

Los **ingresos** del **1T21** ascendieron a **COP \$4,9 billones** y presentaron un **decrecimiento** del **-8,1%** frente al **1T20** y del **-4,1%** frente al **1T19** explicado principalmente por el menor volumen y la disminución en precios de combustibles. **Colombia** que participó con el **75,7%**, **decreció -8,5%** frente al **1T20** y **-4,3%** frente al **1T19**. **Panamá**, con una participación del **10,7%** de los ingresos consolidados, tuvo un **decrecimiento** del **-8,5%** frente al primer trimestre del año anterior y del **-7,3%** frente al **1T19**. **Perú** y **Ecuador** participan en el **11,9%** dentro de los ingresos del trimestre, **variaron -0,5%** y **2,4%** respectivamente frente al **1T20** y **creciendo 2,8%** y **11,6%** frente al primer trimestre de **2019**. Los ingresos de **Republica Dominicana**, con una participación del **1,7%** del total, presentaron un decrecimiento de **-33,5%**, impactado por la recuperación gradual del turismo y menores precios combustibles. Frente al **1T19**, el decrecimiento fue del **-34,7%**.

La **utilidad bruta** del **1T20** cerró en **COP\$ 587.311 millones**, **38,6%** superior al del **1T20** y **21,5%** mayor frente al **1T19**. Se destaca **Colombia**, que concentró el **69,3%** del total y que creció **52,3%** frente al mismo trimestre de **2020** y **23,1%** frente al **1T19**.

El **EBITDA** del **1T21** de **COP \$326.612 millones** fue el más alto en la historia de la compañía,. Esto representa un incremento del **111,2%** frente al **1T20** y del **47,6%** frente al **1T19**. Se resalta que el EBITDA se duplicó en la mayoría de filiales frente al **1T19**, demostrando que los resultados son significativamente favorables incluso comparado con un año sin afectaciones por Covid-19.

Finalmente, la **utilidad neta** del trimestre cerró en **COP \$133.242 millones**, **la más alta en la historia**. Lo anterior equivale a un **crecimiento** del **7056,6%** frente al mismo periodo de **2020**, y del **129,6%** frente al **1T19**.



Resultados Operativos Colombia

Volumen

1T21:

501,2

MM galones

-0,1%

Crecimiento vs 1T20

-2,6%

Crecimiento vs 1T19

Los resultados en Colombia se vieron beneficiados por la reactivación económica del primer trimestre. Las ventas llegaron a ser un **-3,0%** inferior en marzo comparado el promedio de las ventas de 2020 antes del inicio de pandemia, mientras que frente a **2019**, estuvieron por encima.

De esta forma, al cierre de marzo, se comercializaron **501,2 millones** de galones, lo que representa un **-0,1% menos** frente al **1T20** y **-2,6%** frente al **1T19**. Excluyendo aviación el crecimiento sería de **6,0%** frente a **1T20** y de **4,6%** frente a **1T19**. La **utilidad bruta** de Colombia creció **52,3%** frente al **1T20** y **23,1%** frente al **1T19**, favorecida por un decalaje positivo de **COP\$ 53.754 MM** en lo que va del año.

En cuanto a la contribución al volumen por negocio, el **77,0%** fue distribuido a través de las estaciones de combustibles líquidos y el **3,0%** en estaciones de GNV y su variación frente al mismo trimestre del año anterior fue de **8,7%** y **-14,6%** respectivamente. Las estaciones de líquidos se han visto favorecidas por la mayor movilidad. La **utilidad bruta** del segmento de EDS líquidos, que representa el **54,5%**, presentó un **crecimiento** del **47,0%**, frente al **1T20**, mientras que GNV, que representa el **5,7%**, **creció** el **31,2%**. La contribución de GNV se ha visto favorecida por un menor costo producto del fin de contratos que se habían negociado a largo plazo.

El volumen de **Industria** representó el **7,5%** del total de las ventas del **1T21**, con un **decrecimiento** del **-8,1%**. El desempeño del negocio se vio afectado por menor consumo de clientes de sistemas de transporte integrados como resultado de la pandemia, y por menores consumos del sector minero. A nivel de **utilidad bruta**, la participación del negocio de **Industria** fue de **3,3%** y creció un **24,0%**.

El negocio de **Aviación** contribuyó con el **10,7%** del volumen, un **decrecimiento** del **-32,8%** frente al **1T20**. Se destaca una mayor recuperación en segmento de carga y la temporada de semana santa que favorecieron las ventas del negocio. Por su parte, el volumen comercializado en el negocio de **Marinos** creció un **0,2%** frente al **1T20**, contribuyendo un **0,6%** al volumen total debido a mayor demanda por parte de los clientes.



En cuanto a la contribución en la **utilidad bruta**, estos negocios aportaron el **10,1%** y el **0,2%** respectivamente, y sus variaciones frente a **1T20** fueron de **1214,4%** y de **95,5%**. El crecimiento en el segmento de aviación se explica por la variación (1T21 vs 1T20) en decalaje del negocio, de **COP\$49.142 MM**.

El negocio de **Lubricantes**, que contribuye con el **1,2%** del volumen y el **17,7%** de la utilidad bruta, **creció un 12,0% y 35,1%**, respectivamente. Adicional al mayor volumen, el negocio se vio favorecido por un incremento en precios durante el trimestre producto de la dinámica de mercado, y una mayor comercialización de productos premium cuyo margen es mayor.

Por último, **Servicios de Conveniencia** contribuyó un **1,1%** a la utilidad bruta, con un **aumento del 13,4%** frente al primer trimestre de **2020**. Esto gracias a las mayores ventas en tiendas interurbanas y de carretera en las temporadas de vacaciones y kioscos. Además, se resaltan los esfuerzos en eficiencias operativas, así como la implementación de una nueva propuesta de valor que ya se ha implementado en el 95% de la red. De esta forma se ha tenido mayor venta por ticket promedio, mejor margen y menores gastos.

COP\$ MM	1T19	1T20	1T21	Var. % (21-19)	Var. % (21-20)
Volumen (MM Glns)	515	502	501	-2,6%	-0,1%
Ingresos	3.870.380	4.047.685	3.702.032	-4,3%	-8,5%
Utilidad Bruta	330.580	267.082	406.835	23,1%	52,3%
Ut. Bruta x gln	642	532	812	26,4%	52,5%
% Mgn Bruto	8,54%	6,60%	10,99%	28,7%	66,5%
EBITDA	173.208	103.637	248.741	43,6%	140,0%
EBITDA x gln	337	206	496	47,5%	140,4%
Ut. Neta	58.028	1.862	133.242	129,6%	7056,6%



EBITDA
1T21:
248.741

COP \$ Millones

140,0%

Crecimiento vs 1T20

43,6%

Crecimiento vs 1T19

El EBITDA del primer trimestre de 2021 presentó un **crecimiento** de **COP \$145.105 millones** frente a 1T20 y de **COP \$75.533 millones** frente a 1T19, debido principalmente a los efectos mencionados a nivel de utilidad bruta.

El decalaje en el trimestre ascendió a **COP\$53.754 millones** por los mayores precios en los combustibles, comparado con un decalaje negativo en el mismo periodo 2020 de **COP\$-48.353 millones**.

Utilidad Neta (millones de pesos)



A nivel de Utilidad Neta, el mayor volumen en la mayoría de negocios relacionado a la reactivación en la economía, tuvo un impacto positivo en la contribución de **COP\$9.599 millones** y el impacto por mayor margen fue de **COP\$28.046 millones**. El efecto en la variación en los precios de los combustibles sobre los inventarios (decalaje) generó una variación de **COP \$102.108 millones** frente al impacto negativo en el mismo periodo del año anterior. Finalmente, cómo se ha comentado anteriormente, el control en gastos ha sido un pilar para la recuperación en resultados de la compañía, y su efecto en el trimestre fue de **COP\$5.352 millones**.

De otro lado, en el primer trimestre de 2020 se generó un ingreso no operacional de **COP\$19.266 millones** correspondiente a la recuperación de garantías de la venta de los activos de combustibles de ExxonMobil, a través de una de las filiales. Excluyendo este impacto, la variación a nivel de método de participación fue de **COP\$29.004 millones** producto de los resultados históricos en las filiales. Estos duplican los resultados presentados incluso en el mismo periodo de 2019. Las variaciones se deben en gran parte a la reactivación en los negocios a nivel regional y a la consolidación del negocio de lubricantes, de los que se detallará en los capítulos de cada país.

Adicionalmente, la variación entre la utilidad neta de los primeros trimestres de **2020** y **2021**, incluyen un mayor gasto por diferencia en cambio por **COP\$8.424 millones** en el año anterior que afectó los resultados del periodo.

Lo anterior resultó en la utilidad neta más alta en la historia de Terpel, presentando un crecimiento de **7056,6%** frente al primer trimestre de **2020** y de **129,6%** frente al mismo periodo en **2019**.



Resultados Operativos Panamá

Volumen

1T21:

59,4

MM galones

-9,5%

Crecimiento vs 1T20

-16,2%

Crecimiento vs 1T19

Panamá se ha beneficiado de la estrategia comercial de Terpel: el mejor servicio, la mejor infraestructura y los mejores precios, lo que han hecho de Terpel la segunda empresa distribuidora de combustibles en este país. De acuerdo al último *brand equity* realizado en el país, la marca Terpel y las tiendas Va&Ven crecen de forma importante en el último año en el *top of mind* de los clientes.

A marzo de **2021**, en **Panamá** se comercializaron **59,4 millones** de galones, que representan un **-9,5%** menos que el volumen del **1T20** y **-16,2%** que el volumen del **1T19**.

Durante el primer trimestre del año se flexibilizaron las medidas asociadas a la emergencia sanitaria gracias a un menor nivel de contagio, lo cual contribuyó a la recuperación del negocio. El segmento de estaciones de servicio aportó el **76,3%** de la utilidad bruta, con un aumento del **17,9%** y una contribución en el volumen del **71,7%**, que **disminuyó** en un **-8,7%** comparado con lo comercializado durante el mismo trimestre de **2020**. Se destacan los mayores descuentos en la compra de combustibles que favorecieron los resultados de las EDS, aún con un menor volumen comercializado.

Servicios de Conveniencia, que aporta el **13,8%** de la **utilidad bruta**, gracias a mayores ventas en tiendas de carretera, y mayores márgenes por mayores ventas de comidas preparadas, sumado al control de gastos, llevaron a que el **EBITDA** de **Servicios de Conveniencia**, duplicara el resultado obtenido en **2019**.

Industria contribuyó en volumen con el **23,3%**, **decrecimiento** del **-2,3%** con respecto al **1T20**. La principal causa de la disminución fue el hecho de que la recuperación de la mayoría de sectores que atiende este segmento han tenido una recuperación lenta principalmente los relacionados con gobierno, mientras que el principal cliente presenta una mejoría importante en consumo (Minera Panamá). En cuanto a **utilidad bruta**, **Industria** aportó el **4,6%**, y fue superior en un **34,3%** que los resultados en el **1T20**. Lo anterior explicado también por los mayores descuentos en el combustible.



El segmento de **Aviación** tuvo un aporte en volumen de **1,3%**. Las restricciones aéreas adoptadas por varios países a raíz de las variantes del virus, llevaron a que el consumo de las aerolíneas más grandes fuera inferior a lo esperado. Por esto su decrecimiento fue de **-69,7%** frente al **1T20**. Por otra parte, la participación de **Marinos** en el volumen es del **3,4%** y en utilidad bruta aporta el **1,9%**. Frente al **1T20**, la caída en volumen fue del **-2,2%**, sin embargo, el aporte a la **utilidad bruta aumentó** en un **35,6%**.

El negocio de **Lubricantes** contribuyó al volumen en un **0,3%**, creciendo un **21,8%** con respecto al **1T20**. Es importante destacar que la venta de lubricantes en la red de EDS ha incrementado significativamente, como respuesta a una menor reactivación en los otros segmentos donde se comercializan y se ganó una licitación *spot* para suministrar Lubricantes a la ACP (Canal de Panamá). En cuanto a la utilidad bruta, el segmento aportó en un **2,3%**, con un **crecimiento** del **25,7%** frente al mismo trimestre de **2020**, debido a que los márgenes en venta en estaciones son más altos.

La utilidad bruta fue **COP \$85.621 millones**, un **crecimiento** de **17,5%** frente a **1T20** y del **16,4%** frente a **1T19**, explicado por lo ya comentado. La utilidad bruta por galón incrementó un **29,2%** frente al año anterior, debido a los mayores descuentos en el costo de combustibles.

COP\$ MM	1T19	1T20	1T21	Var. % (21-19)	Var. % (21-20)
Volumen (MM Glns)	71	66	59	-16,2%	-9,5%
Ingresos	562.367	569.707	521.160	-7,3%	-8,5%
Utilidad Bruta	73.589	72.857	85.621	16,4%	17,5%
Ut. Bruta x gln	1.037	1.109	1.440	38,8%	29,9%
% Mgn Bruto	13,09%	12,79%	16,43%	25,6%	28,5%
EBITDA	26.581	26.723	41.894	57,6%	56,8%
EBITDA x gln	375	407	705	88,1%	73,2%
Ut. Neta	8.822	-1.571	16.733	89,7%	1065,3%



EBITDA

1T21:

41.894

COP \$ Millones

56,8%

Crecimiento vs 1T20

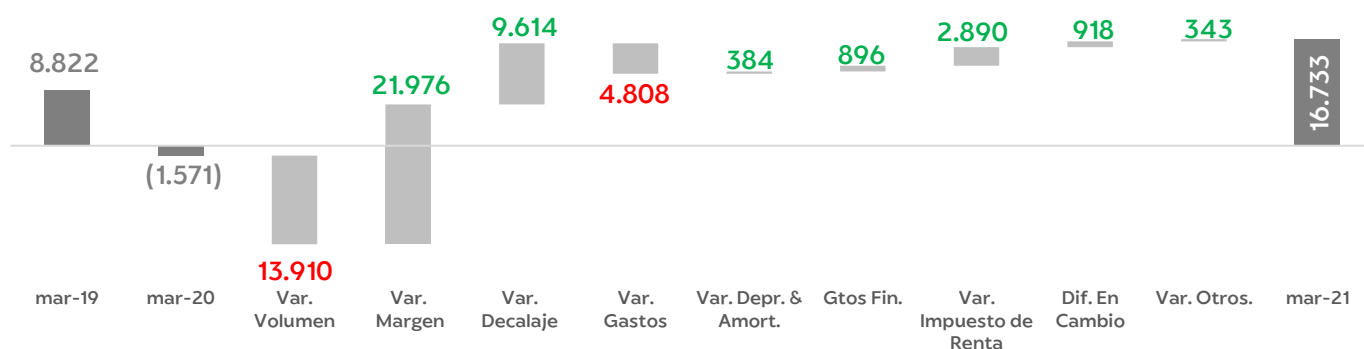
57,6%

Crecimiento vs 1T19

El EBITDA creció **COP \$15.171 millones** frente al mismo trimestre del año anterior por los efectos mencionados a nivel de utilidad bruta, y fue **superior** al del **1T19** en un **57,6%**. El EBITDA por galón tuvo un incremento de **73,2%** frente al 1T20 y de **88,1%** frente al 1T19.

El decalaje en el trimestre fue de **COP\$2.363 millones** comparado con un decalaje en el mismo periodo del año anterior de **COP\$-7.380 millones**.

Utilidad Neta (millones de pesos)



A nivel de **Utilidad Neta**, el crecimiento fue de **COP \$18.303 millones** de los cuáles **COP \$918 millones** corresponden al efecto en la conversión de tipo de cambio al consolidar los resultados en pesos colombianos.

El efecto en el aumento de los precios de los combustibles resultaron en una variación de decalaje de **COP \$9.614 millones** frente al presentado en el **1T20**. Adicionalmente, se dieron menores gastos financieros, debido al comportamiento de las tasas de referencia internacionales que frente al año anterior son menores. Lo anterior representó un ahorro de **COP \$896 millones**. La menor provisión del impuesto de renta en el trimestre, se debe al registro de **COP\$3.725 millones** asociado al impuesto diferido por perdidas fiscales en el **2020**, que se registró este año.



Resultados Otros Países

Volumen

Perú

1T20:

14,1

MM galones

-14,6%

Crecimiento vs 1T20

-14,0%

Crecimiento vs 1T19

Perú:

En Perú se comercializaron **14,1 millones** de galones al cierre de marzo, **decreciendo** en un **-14,6%** frente a **1T20** y **-14,0%** frente a **1T19**. Lo anterior se explica principalmente por las restricciones a la movilidad que se implementaron en el trimestre para hacer frente a la segunda ola de contagios.

Estaciones tuvo una participación del **60,1%** en el volumen, siendo **GNV** el que más aportó en el volumen total con un **29,6%**. **GLP** presentó un **decrecimiento** del **-29,4%** debido a las mayores restricciones en movilidad que se instauraron desde febrero. Cabe anotar que la utilidad bruta de líquidos presentó un **crecimiento** de **17,4%** frente a **1T20** explicado por los mejores descuentos en compras y el crecimiento en el volumen de **10,3%**.

La comercialización a **clientes industriales**, que empezó a operar en Perú en marzo del **2020**, contribuyó al **volumen** en **0,9%**, y **0,07%** en **utilidad bruta**. La **utilidad bruta** de **Servicios de Conveniencia** **decreció** un **-12,3%** comparado con **1T20** dado que las restricciones afectaron directamente el flujo de personas en tiendas. Sin embargo, se han llevado a cabo estrategias para seguir incrementando las ventas por *delivery*, las cuales alcanzaron un 21% de las ventas.

La venta de combustibles de **Aviación** y la **Operación de Aeropuerto** Jorge Chavez de Lima, siguen siendo dos de los negocios más afectados debido a la gradual recuperación del turismo. Además, los rebrotes en Europa y Brasil impactaron el volumen comercializado, y este cayó en un **-61,1%** frente al mismo período del año anterior. La contribución de la operación del aeropuerto **decreció 55,5%** explicado también por lo ya mencionado, sin embargo, se ha compensado parcialmente con un mejor margen por la devaluación del sol (márgenes en dólares).



EBITDA Perú 1T21:

26.458

COP \$ Millones

73,4%

Crecimiento vs 1T20

136,2%

Crecimiento vs 1T19

Finalmente, **Lubricantes** creció un **27,2%** en volumen, jalonado por una mayor recuperación del negocio a diferencia de la comercialización de combustibles. Lo anterior, sumado a las mejoras negociaciones de materias primas, se tradujo en **crecimiento** de la **utilidad bruta** de **51,5%**.

La **utilidad bruta** de Perú cerró en **COP \$63.883 millones**, lo que presenta un crecimiento del **27,5%** frente a **1T20** y del **24,4%** frente a **1T19**, producto principalmente de lo ya comentado por negocio. El **EBITDA** presentó un incremento de **73,4%** y la **utilidad neta** de **235,9%** frente al **1T20**.

COP\$ MM	1T19	1T20	1T21	Var. % (21-19)	Var. % (21-20)
Volumen (MM Glns)	16	17	14	-14,0%	-14,6%
Ingresos	204.640	211.286	210.303	2,8%	-0,5%
Utilidad Bruta	50.099	51.339	63.883	27,5%	24,4%
Ut. Bruta x gln	3.049	3.103	4.519	48,2%	45,6%
% Mgn Bruto	24,48%	24,30%	30,38%	24,1%	25,0%
EBITDA	11.201	15.258	26.458	136,2%	73,4%
EBITDA x gln	682	922	1.872	174,6%	102,9%
Ut. Neta	1.770	4.191	14.075	695,1%	235,9%

Volumen Ecuador 2020:

77,1

MM galones

0,4%

Crecimiento vs 1T21

-3,3%

Crecimiento vs 1T19

Ecuador:

En el primer trimestre de **2021** se comercializaron **77,1 millones** de galones, un **crecimiento** del **0,4%** frente al **1T20** y un **decrecimiento** del **-3,3%** frente al **1T19**.

El negocio de **EDS** presentó un **aumento** del **3,1%** en volumen ya que se operan **3** nuevas estaciones y se implementaron estrategias comerciales en las principales provincias para incrementar las ventas del segmento..



EBITDA Ecuador 1T21:

6.956

COP \$ Millones

45,6%

Crecimiento vs 1T20

95,4%

Crecimiento vs 1T19

Los resultados de esta estrategia han sido positivos, y como resultado se han obtenido mejores márgenes debido al mayor volumen comercializado de combustibles de un mayor octanaje (extra).

El negocio de **Tiendas de Conveniencia**, que en Ecuador operan bajo la marca Va&Ven, representó un **2,2%** de la utilidad bruta, con **decrecimiento** del **-24,8%** frente al **1T20**.

El negocio de **Industria** tuvo una caída en ventas del **-6,6%** debido a una disminución en la demanda y pérdida de clientes en 2020; sin embargo, en marzo **2021** se vio un cambio en la tendencia, con la inclusión de nuevos clientes. Como resultado, el aporte a la utilidad bruta **disminuyó** en un **-18,2%** en el **1T20**. Finalmente, el negocio de Lubricantes ha tenido un desempeño sobresaliente, que refleja la estrategia desde que se tomó la operación directa, creciendo en ventas un **115,6%**, debido a la vinculación de nuevos clientes y la demanda en segmentos de mayor margen. Lo anterior se refleja en un aumento en la contribución de la **utilidad bruta** del **117,1%** frente a **1T20**.

La **utilidad bruta** fue de **COP \$19.529 millones**, un aumento del **27,5%** frente al **1T20**, resultó en un **EBITDA** de **COP \$6.956 millones**, creciendo un **45,6%** frente al **1T20** y **95,4%** frente al **1T19**.

COP\$ MM	1T19	1T20	1T21	Var. % (21-19)	Var. % (21-20)
Volumen (MM Glns)	80	77	77	-3,3%	0,4%
Ingresos	330.892	360.555	369.335	11,6%	2,4%
Utilidad Bruta	10.013	15.319	19.529	95,0%	27,5%
Ut. Bruta x gln	125	199	253	101,8%	26,9%
% Mgn Bruto	3,03%	4,25%	5,29%	74,7%	24,5%
EBITDA	3.560	4.778	6.956	95,4%	45,6%
EBITDA x gln	45	62	90	102,1%	45,0%
Ut. Neta	378	129	699	84,9%	441,0%



Volumen Rep. Dom. 1T20:

9,8
MM galones
-31,0%
Crecimiento vs 1T20
-34,0%
Crecimiento vs 1T19

EBITDA Rep. Dom. 2020:

5.939
COP \$ Millones
-75,8%
Crecimiento

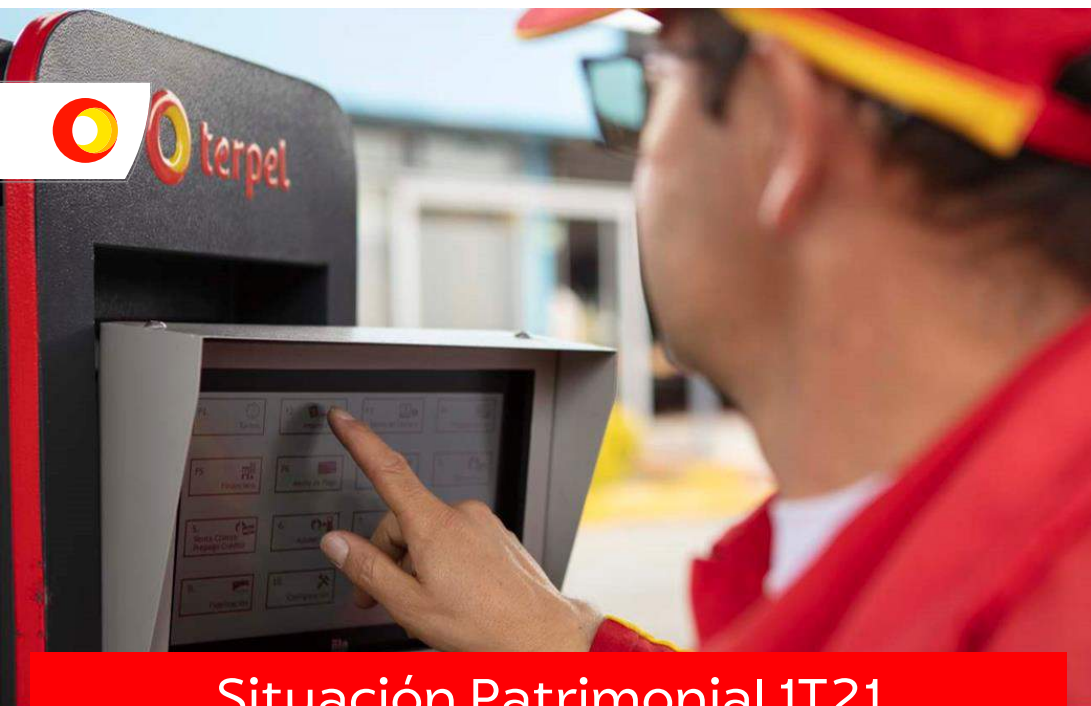
República Dominicana:

Los resultados de Terpel en República Dominicana han sido los más afectados desde que inició la pandemia. En el primer trimestre del año, se ha visto una recuperación gradual por la reactivación del turismo y una relajación de medidas por parte del gobierno. En términos de volumen se comercializaron **9,8 millones de galones**, con una disminución frente al **1T20** de **-31,0%** y del **-34,0%** frente al **1T19**. Lo anterior se explica por la fuerte participación de **Aviación** dentro de las ventas totales de esta filial, que a **marzo de 2021** representaban el **82,1%**. Por otra parte, se destaca el crecimiento de **39,8%** del volumen de **Industria** durante este trimestre frente al 1T20. Este mitigó en parte la caída en las ventas de Aviación y participó en el total con un **17,9%**.

La utilidad bruta cerró en **COP \$11.442 millones**, un decrecimiento de **-32,9%**, principalmente por los efectos de la emergencia sanitaria comentado a nivel de volumen, y los efectos del decaje (**COP \$534 millones**).

El **EBITDA decreció COP\$ -1.666 millones**, por lo ya comentado a nivel de utilidad bruta, lo que equivale a **-39,4%** frente al **1T20** y **-62,1%** frente al **1T19**.

COP\$ MM	1T19	1T20	1T21	Var. % (21-19)	Var. % (21-20)
Volumen (MM Glns)	15	14	10	-34,0%	-31,0%
Ingresos	129.931	127.549	84.853	-34,7%	-33,5%
Utilidad Bruta	19.094	17.059	11.442	-40,1%	-32,9%
Ut. Bruta x gln	1.281	1.196	1.163	-9,2%	-2,7%
% Mgn Bruto	14,70%	13,37%	13,48%	-8,2%	0,8%
EBITDA	6.765	4.229	2.563	-62,1%	-39,4%
EBITDA x gln	454	296	260	-42,6%	-12,1%
Ut. Neta	3.807	1.806	1.258	-67,0%	-69,7%



Situación Patrimonial 1T21

mar-21

ACTIVOS
CONSOLIDADOS

7,3^{COP}
billones

PASIVOS
CONSOLIDADOS

5,1^{COP}
billones

PATRIMONIO
CONSOLIDADO

2,2^{COP}
billones

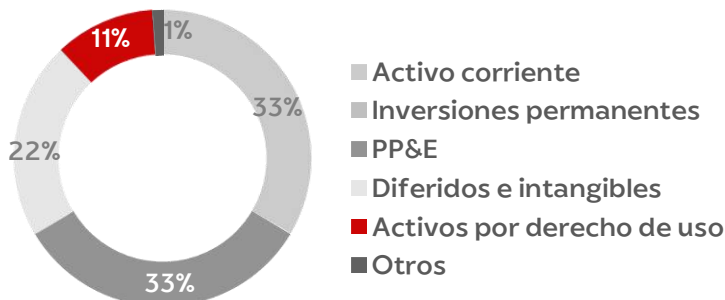
El valor en libros de los **activos** consolidados de Organización Terpet a **marzo 2020** es de **COP \$7,3 billones**, un decrecimiento de **-0,03%** principalmente por la disminución de los saldos de activos denominados en dólares por menor TRM (1T21 COP\$3.555 vs 1T20 COP\$4.065) que se ve compensado por el mayor saldo de caja.

En términos de composición, los **activos corrientes** representan el **32,9%**, las **PP&E** representa el **32,9%** y los **activos diferidos e intangibles** el **21,6%**.

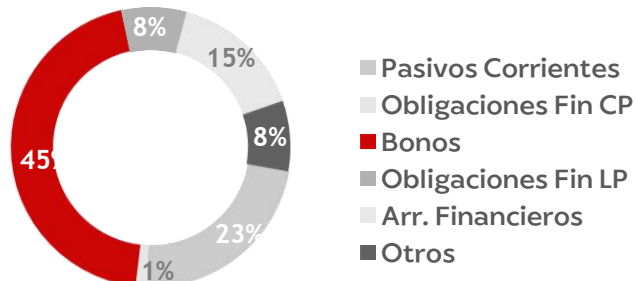
Los **pasivos**, que corresponden al **69,7%** de los activos, están compuestos principalmente por los bonos que representan el **44,9%**, los pasivos corrientes que equivalen al **22,7%** y las obligaciones financieras de Panamá y Ecuador el **9%**.

Adicionalmente, incluyen los pasivos por arrendamientos financieros que son resultado de la implementación de la norma **NIIF 16** y representan **15,5%** del pasivo. Finalmente, el valor en libros del **patrimonio** a marzo de **2021** es de **COP \$2,2 billones**, decreciendo frente al saldo de marzo de **2020** por los efectos en los resultados del último año y la revaluación.

Composición Activos



Composición Pasivos





Flujo de Caja y Deuda Consolidada

Flujo de Caja Consolidado 2021

(COP\$ mil millones)

Saldo Inicial (dic-20)	605
EBITDA	327
Arrendamientos NIIF 16	23
Capital de Trabajo	256
Impuestos	23
Capex	53
FCL	29
Financiación	18
Intereses	31
Dividendos Recibidos	1
Dividendos Pagados	0
Var. Tasa de Cambio	14
Otros	14
Saldo Final (mar-21)	564

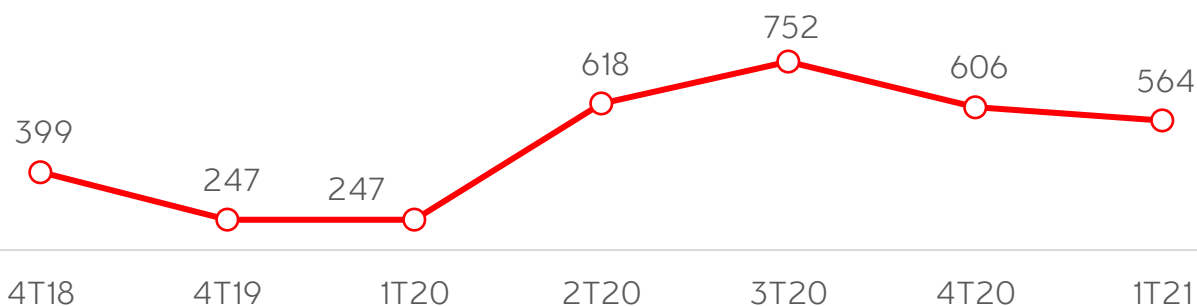
La caja de la compañía a marzo de **2021** cerró en **COP \$564 mil millones**, lo que representa un crecimiento de **128,1%** frente al saldo en marzo de **2020**.

Durante el año, la generación de EBITDA de **COP \$304 mil millones** (incluyendo los arrendamientos NIIF 16) fue la fuente más relevante de caja.

Lo anterior financió en gran parte el capital de trabajo por los mayores precios y volumen y el plan de inversión de la compañía en proyectos estratégicos, que ascendieron a **COP \$256 mil millones y COP\$53 mil millones**. Además, cubrió los desembolsos en impuestos operacionales, e intereses financieros. De esta forma el flujo de caja libre fue de **COP\$-29 mil millones**.

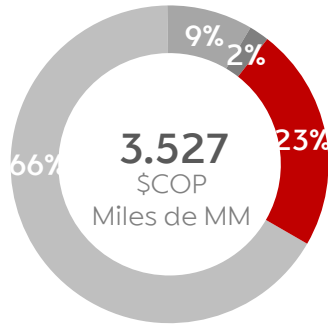
Como resultado del plan de expansión en Ecuador, se tomó una obligación por **COP\$ 18 mil millones** de pesos para fortalecer la caja en el país.

La posición de caja consolidada sigue siendo alta en comparación a años anteriores, aún cuando la reactivación en las economías requiere de un mayor esfuerzo en capital de trabajo.



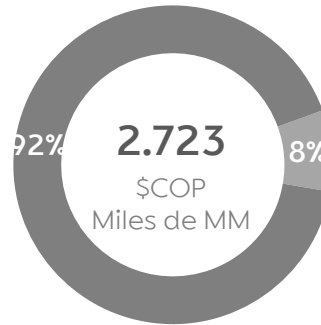


Composición Pasivos Fin.



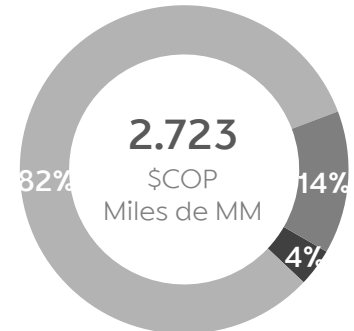
■ Colombia ■ Panamá ■ Ecuador ■ Arr. Financieros

Composición Plazo



■ CP ■ LP

Composición Tasa



■ FIJA ■ IPC ■ LIBOR

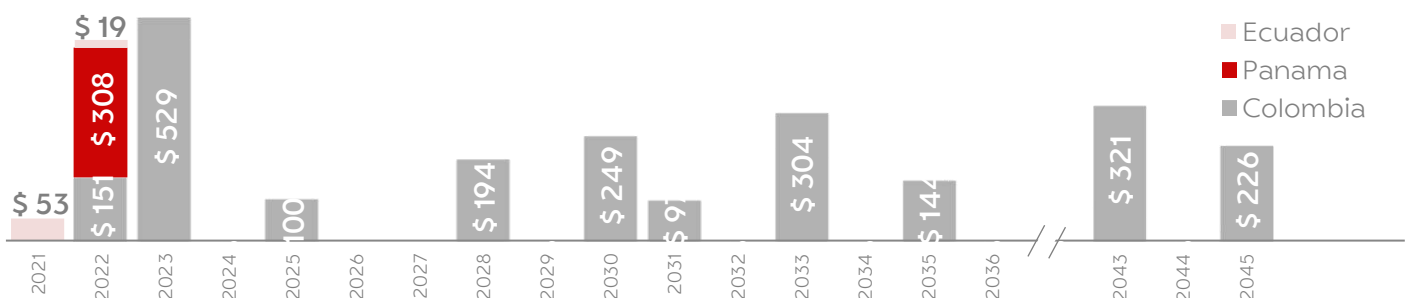
El total de la deuda (excluyendo NIIF 16) a **marzo 2021** es **COP \$2,7 billones** y se encuentra compuesta por obligaciones en **Colombia, Panamá, y Ecuador**. La deuda de **Colombia** corresponde a los Bonos emitidos en 2020 por **COP \$470 mil millones**, en 2018 por **COP \$1,1 billones**, los bonos emitidos en 2013 y en 2015 **COP\$744 mil millones**, y a obligaciones financieras de Panamá y Ecuador.

El **92%** de la deuda tiene vencimientos de largo plazo. Los vencimientos de corto plazo corresponden al saldo de una obligación en **Ecuador** que se ha venido tomando para financiar el plan de crecimiento que asciende a **COP \$71 mil millones**, la deuda de Panamá por **COP\$308 mil millones** y a un vencimiento de una serie de los bonos emitidos en 2015 por **COP\$151 mil millones**. El resto de la deuda tiene vencimientos significativos en **2023** por **COP \$529 mil millones**, y entre **2025** y **2045** por un total de **COP \$1,6 billones** que corresponden a lo emitido en bonos. La vida media de la deuda de Terpel es de **9,2 años**.

El **82%** del costo de la deuda está atado a IPC (asociada a los bonos), y el 4% tiene tasa fija mientras que la deuda de Panamá y Ecuador está indexada a la Libor (**14%**). De esta forma, las menores tasas de referencia, principalmente por la menor inflación colombiana, llevaron a un menor pago de intereses.

En cuanto a los indicadores de solidez financiera de la compañía, se destaca el desapalancamiento en último trimestre, donde la **deuda** corresponde a **4,1x** veces el EBITDA (Excluyendo el Efecto de NIIF 16). Recordemos en que año pasado alcanzó la **6x**. **Es importante mencionar que, al incluir el saldo de caja por COP\$ 563.698 millones, el indicador Deuda Neta/EBITDA asciende a 3,3x**. Referente a la cobertura, el EBITDA equivale a **4,3x** veces el costo de la deuda (intereses).

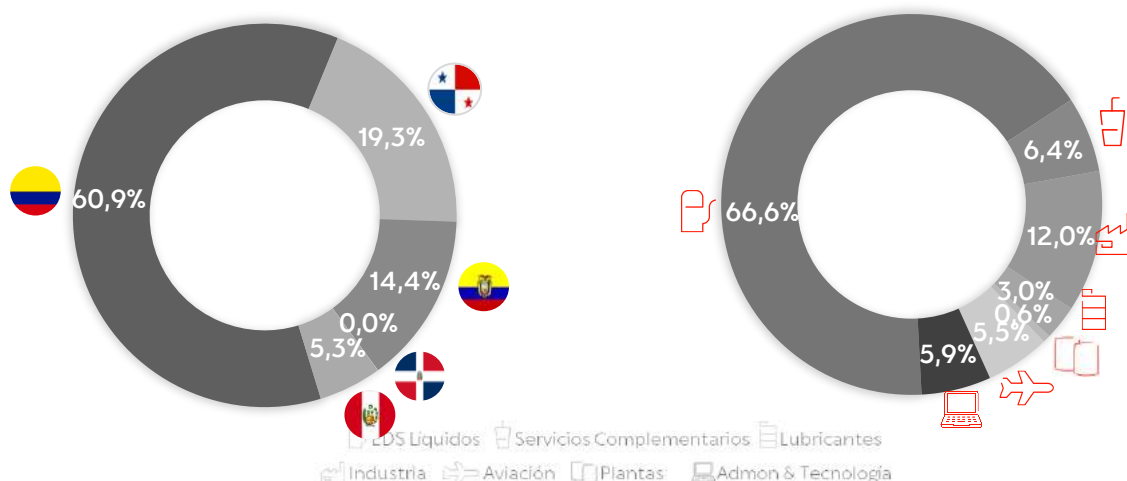
Perfil de Vencimiento Deuda (COP \$ Millones)



Los COP \$3,5 billones incluyen intereses y pasivos por Arrendamientos Financieros, mientras que los COP \$2,7 billones incluyen intereses.



Capex 1T21



Las inversiones a **marzo 2021** suman **COP \$53.370 millones** y corresponden principalmente a proyectos enfocados en la modernización y expansión de la red de EDS y Servicios de Conveniencia, así como otros proyectos estratégicos. Se destaca:

7 nuevas EDS a nivel regional para complementar la red de Terpel.

2 nuevas tiendas de conveniencia para seguir fortaleciendo el portafolio de Terpel.

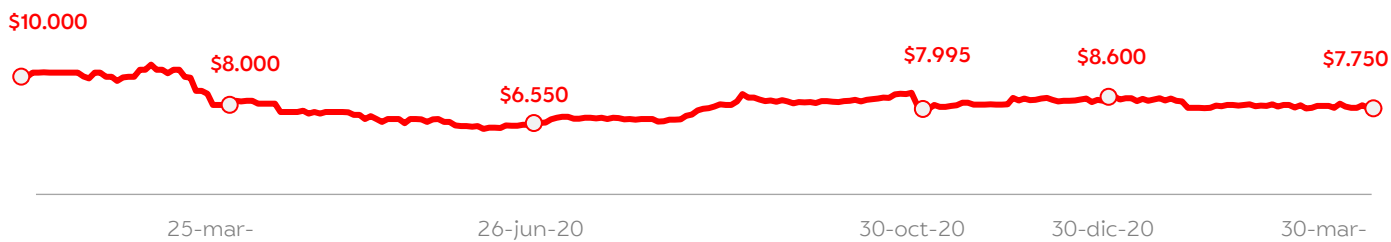
\$400MM del Capex destinado a proyectos de transformación digital.

El **60,9%** de esta inversión ha estado enfocada en **Colombia** y lo restante se ha destinado al plan de expansión que se está desarrollando en **Ecuador, Perú y Panamá**. El **73,0%** de la inversión se ha realizado en la expansión y mantenimiento de la red de **EDS** y **Servicios de Conveniencia**, mejoramiento de infraestructura y conversiones de vehículos a **GNV**. Esto incluye el cambio de imagen de la red de tiendas de conveniencia con la nueva propuesta de valor de la marca Altoque. En **Industria, Aviación y Lubricantes** se ha invertido el **20,5%** en proyectos que dan cumplimiento a la norma de plantas y aeropuertos. En la transformación digital de la compañía se ha invertido para la renovación de la infraestructura tecnológica y expansión de redes inalámbricas por **COP\$400 millones de pesos**, de un monto destinado que supera los **\$40.000 millones**.



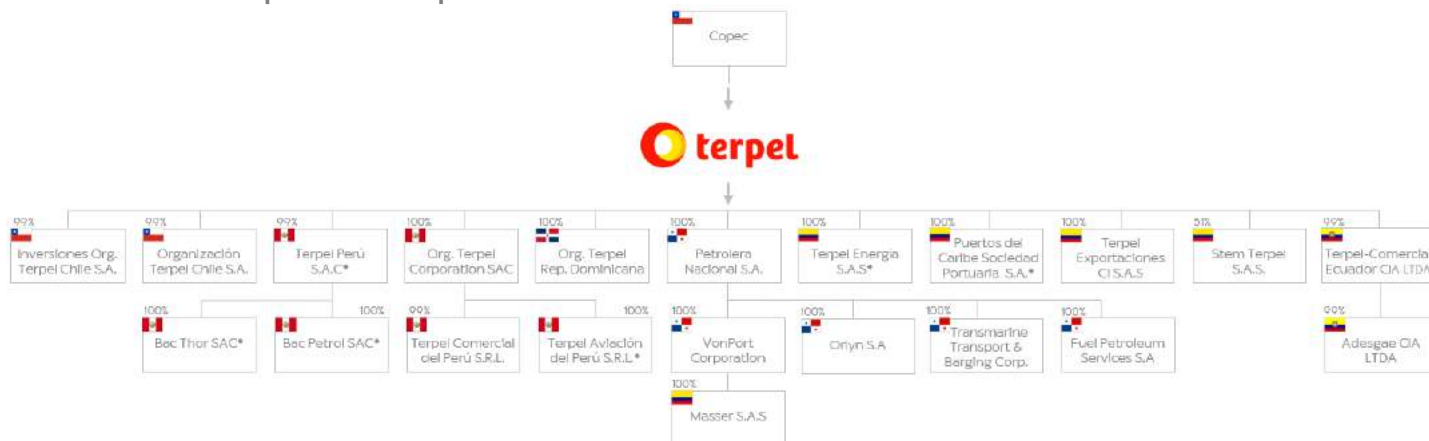
Acción & Estructura Corporativa

Evolución de precios de cierre de la acción de Terpel



En 2014, como resultado del proceso de la fusión re-organizativa, se registraron acciones en la Bolsa de Valores de Colombia a nombre de Organización Terpel. El título tuvo un precio de cierre en diciembre de 2020 de **COP\$8.600** y a cierre de marzo disminuyó **-9,8%**. A marzo, se transó un monto de **COP\$ 81,3 mil millones** en **9,8 millones** de acciones. Al finalizar marzo 2021 la capitalización de mercado de Organización Terpel fue de COP\$ 1,4 billones.

Estructura Corporativa Terpel





Resultados Operativos Consolidados

Resultados Consolidados	1T19	1T20	1T21	1T21 Vs. 1T20	Acum 20	Acum 21	Acum 21 Vs. Acum 20
Volumen (MM Gls)	696,7	675,2	661,7	-2,0%	675,2	661,7	-2,0%
Colombia	514,6	501,9	501,2	-0,1%	501,9	501,2	-0,1%
Panamá	70,9	65,7	59,4	-9,5%	65,7	59,4	-9,5%
Perú	16,4	16,5	14,1	-14,6%	16,5	14,1	-14,6%
Ecuador	79,8	76,8	77,1	0,4%	76,8	77,1	0,4%
Rep. Dom.	14,9	14,3	9,8	-31,0%	14,3	9,8	-31,0%
Ingresos (\$ COP MM)	5.098.210	5.316.782	4.887.683	-8,1%	5.316.782	4.887.683	-8,1%
Colombia	3.870.380	4.047.685	3.702.032	-8,5%	4.047.685	3.702.032	-8,5%
Panamá	562.367	569.707	521.160	-8,5%	569.707	521.160	-8,5%
Perú	204.640	211.286	210.303	-0,5%	211.286	210.303	-0,5%
Ecuador	330.892	360.555	369.335	2,4%	360.555	369.335	2,4%
Rep. Dom.	129.931	127.549	84.853	-33,5%	127.549	84.853	-33,5%
Utilidad Bruta (\$ COP MM)	483.375	423.657	587.311	38,6%	423.657	587.311	38,6%
Colombia	330.580	267.082	406.835	52,3%	267.082	406.835	52,3%
Panamá	73.589	72.857	85.621	17,5%	72.857	85.621	17,5%
Perú	50.099	51.339	63.883	24,4%	51.339	63.883	24,4%
Ecuador	10.013	15.319	19.529	27,5%	15.319	19.529	27,5%
Rep. Dom.	19.094	17.059	11.442	-32,9%	17.059	11.442	-32,9%
EBITDA (\$ COP MM)*	221.316	154.625	326.612	111,2%	154.625	326.612	111,2%
Colombia	173.208	103.637	248.741	140,0%	103.637	248.741	140,0%
Panamá	26.581	26.723	41.894	56,8%	26.723	41.894	56,8%
Perú	11.201	15.258	26.458	73,4%	15.258	26.458	73,4%
Ecuador	3.560	4.778	6.956	45,6%	4.778	6.956	45,6%
Rep. Dom.	6.765	4.229	2.563	-39,4%	4.229	2.563	-39,4%
UT. NETA (\$ COP MM)	58.028	1.862	133.242	7056,6%	1.862	133.242	7056,6%

La información financiera y los resultados operacionales presentados en este documento corresponden a la Organización Terpel y sus filiales, en cumplimiento con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). La información de las filiales es reportada con las eliminaciones intercompañía, por lo cual, la suma de los resultados individuales puede que no corresponda a los resultados consolidados.

La información contenida en este documento no compromete ni sugiere alguna decisión de inversión.