



INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2016



TERPEL PUBLICA SU OCTAVO INFORME DE SOSTENIBILIDAD



GRI **G 4-17** **G 4-20** **G 4-21**

La compañía presenta el desempeño económico, social y ambiental de Colombia, Ecuador, México, Panamá, Perú y República Dominicana, para sus líneas de negocio Estaciones de Servicio (EDS), Gas Natural Vehicular, Lubricantes, Aviación, Marinos, Industria y Servicios Complementarios, correspondiente al periodo del

1º de enero al 31 de diciembre de 2016, en un reporte que es la Comunicación de Progreso (COP) para el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y que ha sido estructurado según los criterios de conformidad para la opción Esencial de la guía Global Reporting Initiative (GRI). La información fue verificada de manera independiente por Deloitte & Touche Ltda.

Para ampliar información sobre la gestión del modelo de gestión sostenible o todo lo relacionado con los informes de sostenibilidad de Terpel, se puede comunicar con Tatiana Orjuela Cabrera Tatiana.Orjuela@terpel.com o consultar <https://www.terpel.com/en/Sostenibilidad/> y <https://www.terpel.com/Global/Sostenibilidad/rs-ot-2016.pdf>

CONTENIDO

4

EDITORIAL

6

**TERPEL ACTÚA
CON UN ENFOQUE
DE SOSTENIBILIDAD**

14

**EXPERIENCIAS
MEMORABLES Y
CONSOLIDACIÓN DE RED**

33

**BUEN GOBIERNO
CORPORATIVO**

38

**CRECIMIENTO
DEL EQUIPO TERPEL**

61

**DESARROLLO DE
LOS PROVEEDORES**

71

**PROTECCIÓN
DEL AMBIENTE**

84

**BIENESTAR DE
LAS COMUNIDADES**

96

**ÍNDICE DE CONTENIDO
GRI G4**

Editorial



LOS HECHOS QUE ENGRANDECEN NUESTRA MARCA TERPEL

EN 2016, LOGRAMOS TRANSFORMACIONES positivas y de alto significado, que nos permiten seguir caminando con paso firme para ser la marca # 1 en el corazón de los colombianos.

Iniciamos nuevos mecanismos de compra de gas y energía (insumos esenciales), ingresamos a nuevos negocios de aviación en Colombia y en filiales, dimos los primeros pasos en la importación de

combustibles, hicimos presencia con nuestros activos de abastecimiento y la amplia cobertura de red con nuestros afiliados en momentos coyunturales, entramos exitosamente en el negocio

Editorial

de minería en lubricantes y, en este segmento, logramos la patente de un producto nuevo que sólo nosotros podemos comercializar, implementamos innovaciones en el negocio de combustibles como las de *Mi Empresa* (red de servicios con pago anticipado para las PYMES), *PagoClick* (pago por celular) y los lavaderos exclusivos para el segmento de motociclistas.

A lo anterior se suman iniciativas que nos permiten ser más ágiles y cercanos en la atención de nuestros clientes y afiliados a través de nuevos activos para la ampliación de capacidad de abastecimiento, mejores e innovadores programas de capacitación, sistemas modernos de telecomunicación, servicios agregados como la factura electrónica y el *Centro de Recaudo* para los franquiciados y afiliados a la marca, entre otros.

Asimismo, en el marco de la campaña *Vive el Colombianismo*, resaltamos no solo la diversidad y riqueza del país, sino el origen nacional de la compañía y el amplio conocimiento que tenemos de las regiones a lo largo y ancho de Colombia. Renovamos la imagen en más de la mitad de la red de estaciones en todo el país y contamos hoy, en esas maravillosas estaciones de servicio, con la red más grande de tiendas de conveniencia en

diferentes formatos, que son pioneras en ofrecer productos regionales de acuerdo con los gustos y costumbres de las diferentes regiones en las que se han instalado.

Como resultado del segundo ejercicio de evaluación llevado a cabo con el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), ingresamos al anuario mundial de buenas prácticas en sostenibilidad (*Year Book*) de RobecoSam y fuimos distinguidos con el *Bronze Class* (categoría bronce) y como *Industry Mover* (movilizadora de la industria), debido a nuestro compromiso, gestión y evolución en torno a nuestro enfoque de desarrollo sostenible.

En el marco de una estrategia pensada en las personas y de nuestro compromiso con el desarrollo sostenible y con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, continuamos en nuestro propósito de ser innovadores, fomentar el liderazgo, crecer de la mano de quienes conforman la red de EDS, generar empleo de calidad, afianzar relaciones con los proveedores, ser buenos vecinos, proteger el medio ambiente, contribuir con el fortalecimiento de la calidad de la educación y crear valor a los accionistas.

En este mismo sentido, las operaciones de Ecuador, México, Panamá, Perú y República Dominicana siguen engrandeciendo nuestra marca a través de su gestión ambiental, social y económica.

Seguiremos avanzando en nuestro constante reto de superarnos cada día a nosotros mismos. Estamos convencidos de que la innovación es el motor para cumplir el reto propuesto de ser la mejor opción en infraestructura, precio y servicio, a la vez que promovemos el crecimiento de todos quienes hacen parte de Terpel y de nuestros aliados, el desarrollo de los entornos de operación y el cuidado ambiental.

Sylvia Escovar Gómez

Presidente Organización Terpel S. A.

**LAS OPERACIONES
DE ECUADOR, MÉXICO,
PANAMÁ, PERÚ Y REPÚBLICA
DOMINICANA SIGUEN
ENGRANDECIENDO NUESTRA
MARCA A TRAVÉS DE SU
GESTIÓN AMBIENTAL, SOCIAL
Y ECONÓMICA**

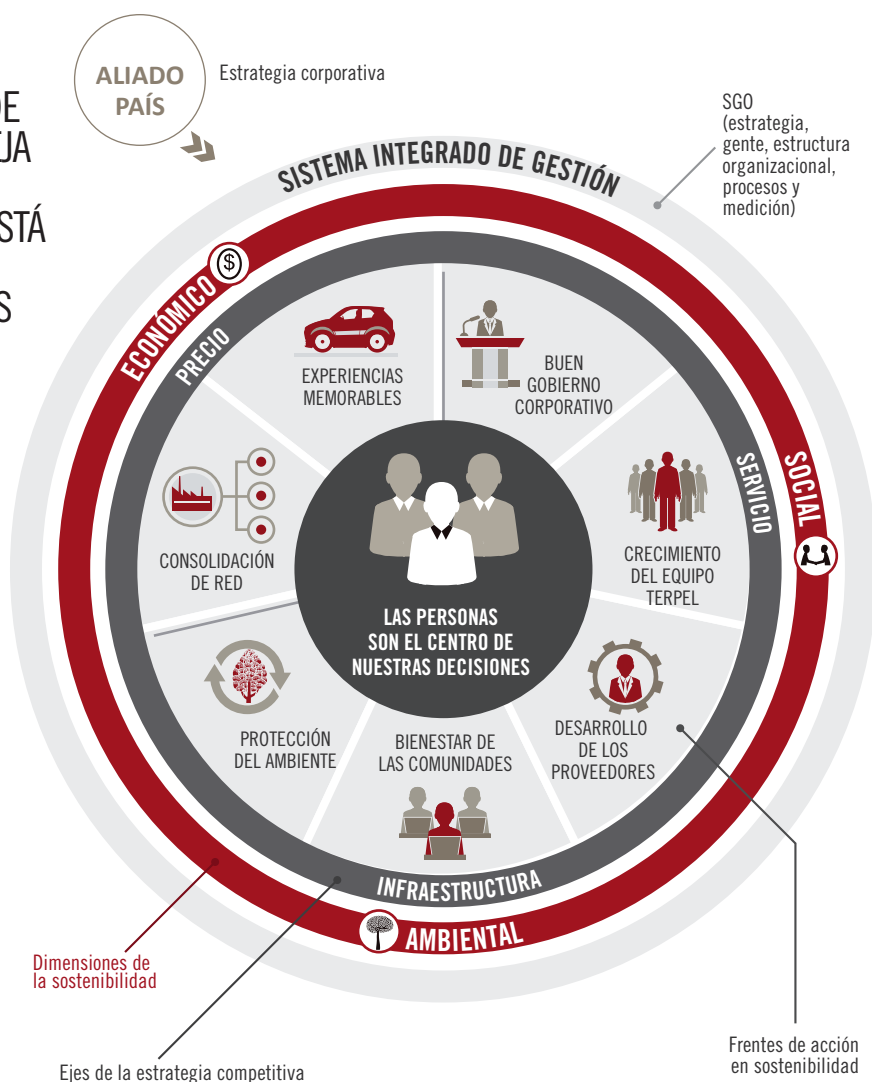
Terpel actúa con un enfoque de sostenibilidad

El enfoque de desarrollo sostenible hace parte de la estrategia de negocio de la compañía y orienta tanto la toma de decisiones como sus acciones.

GRI 4-18 4-19 4-27

EL MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE DE TERPEL REFLEJA QUE SU ESTRATEGIA ESTÁ CENTRADA EN LAS PERSONAS

Los frentes de acción en sostenibilidad son los asuntos materiales para Terpel y sus grupos de interés. Con base en estos frentes de acción la organización estructura anualmente su ejercicio de rendición de cuentas y para cada uno de ellos ha identificado asuntos significativos en los cuales enfoca su gestión.



Terpel mantiene su compromiso de hacer dinámico cada uno de los elementos que conforman su modelo de gestión sostenible, de establecer metas y de trabajar constantemente para cumplirlas.



Daniel Perea Villa, Vicepresidente de Asuntos Corporativos y Legales, describe el modelo

¿Cómo explica la relación entre la estrategia de negocio de Terpel y su relación de trabajo con el modelo de sostenibilidad?

Nuestra estrategia de negocio está permeada por el enfoque de sostenibilidad y por esta razón hace parte del modelo de gestión sostenible. La estrategia competitiva está enfocada en

ofrecer al consumidor un servicio diferenciado, una infraestructura moderna y amigable y el precio más competitivo para seguir consolidando nuestro objetivo de ser la marca # 1 en el corazón de los consumidores.

Asimismo, bajo nuestra premisa Aliado País, antepone los intereses de los lugares en

donde operamos a los nuestros y buscamos movilizar desarrollo en donde hacemos presencia, generando empleos de calidad, contribuyendo al progreso de las comunidades vecinas, aportando a la educación de calidad a través de los programas de educación de la Fundación Terpel y preservando el ambiente.

¿En qué consisten los frentes de acción en sostenibilidad?

Los frentes de acción en sostenibilidad son los focos de trabajo para crear valor a nuestros 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 # 1 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, así como con la reducción de la huella ambiental.

GRI 4-24 4-25 4-26

En Terpel las personas son el centro de la estrategia

Terpel prioriza a sus grupos de interés, de acuerdo con variables como: sus líneas de negocio, los contextos donde opera y la relación de influencia e impacto entre la compañía y las partes interesadas.

La comunicación con los grupos de interés se da bajo principios de oportunidad, transparencia, confianza, disponibilidad, legalidad y efectividad; para ello Terpel cuenta con diversas instancias de relacionamiento a través de las cuales se informa, rinde cuentas y recibe insumos para la toma de decisiones y la gestión.

GRI 4-24



GRI 4-19 4-27

Terpel enfoca su gestión en los asuntos materiales

Los asuntos clave se relacionan con la estrategia de negocio, las expectativas de los grupos de interés, las tendencias del sector y las especificidades de los lugares de operación de Terpel. Estos asuntos están divididos en tres niveles según el grado

de influencia que tienen sobre las decisiones de la empresa, las evaluaciones de los grupos de interés y el impacto que estos temas representan en el desempeño económico, social y ambiental de la compañía.

Para segmentarlos, Terpel lleva a cabo el siguiente proceso:

de influencia que tienen sobre las decisiones de la empresa, las evaluaciones de los grupos de interés y el impacto que estos temas representan en el desempeño económico, social y ambiental de la compañía.

GRI 4-18



ASUNTOS MATERIALES

GRI 4-19 4-27



COBERTURA Y LÍMITE

GRI 4-18 4-20 4-21

ASUNTOS MATERIALES (NIVEL 1)	COBERTURA: ÁMBITO DE IMPACTO DE LOS TEMAS SIGNIFICATIVOS		INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2016
	DENTRO DE TERPEL	FUERA DE TERPEL	
Rentabilidad		Accionistas Inversionistas	Terpel crea y distribuye valor
Buen gobierno corporativo y transparencia	Empleados	Accionistas Inversionistas Proveedores	Buen gobierno corporativo
Relaciones y condiciones laborales justas	Empleados	Proveedores	Crecimiento del equipo Terpel Desarrollo de los proveedores
Condiciones seguras de operación	Empleados	Afiliados Clientes	Crecimiento del equipo Terpel
Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores	Empleados	Afiliados Clientes Consumidores Proveedores	Experiencias Memorables Crecimiento del equipo Terpel
Cambio climático: huella de carbono		Proveedores Comunidades vecinas a la operación Sociedad en general	Protección del ambiente
Derrames y residuos		Proveedores de transporte Afiliados Comunidades vecinas a la operación y a las vías donde se transporta el combustible	Protección del ambiente
Educación de calidad		Comunidades cubiertas por la Fundación Terpel Comunidades vecinas a la operación	Bienestar de las comunidades
Reconciliación		Personas en proceso de reintegración Sociedad en general Afiliados	Bienestar de las comunidades

El respeto a los Derechos Humanos hace parte de las bases de trabajo en Terpel

En aras de establecer un reto mayor y en línea con el Principio Rector 15 sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, la organización revisó su Política de Derechos Humanos, que está alineada con los principales instrumentos internacionales sobre este tema: la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos.

Principios del Pacto Mundial 1/2

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

PILARES

GENERALES

Principios del Pacto Mundial 1 y 2

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

PRÁCTICAS LABORALES

Principios del Pacto Mundial 3, 4, 5 y 6

- 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 a la discriminación, en especial en materia de empleo y ocupación.
- Censura a conductas arbitrariamente discriminatorias basadas en aspectos raciales, religiosos, políticos, de preferencias sexuales, edad, nacionalidad o estado civil.
- 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

Principios del Pacto Mundial 7, 8 y 9

- 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 opera Terpel, mediante el cuidado del ambiente y la implementación de iniciativas orientadas a mitigar el impacto de la cadena de producción.
- Compromiso frente a la lucha contra el cambio climático y a la reducción de la huella ambiental.

CADENA DE SUMINISTRO

Principios del Pacto Mundial 1, 2 y 10

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

COMUNIDADES

Principios del Pacto Mundial 1 y 2

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

TERPEL AVANZÓ EN UN EJERCICIO PARA ESTABLECER EL PROCESO DE DEBIDA DILIGENCIA EN DERECHOS HUMANOS

Con la participación de los responsables de gestionar el relacionamiento con los distintos grupos de interés y de liderar procesos clave en la compañía, se identificó y se evaluó la naturaleza de las consecuencias negativas actuales y potenciales sobre los derechos humanos. A partir de este ejercicio se identificaron los niveles de riesgo, los impactos negativos directos e indirectos y se evaluaron los mecanismos de denuncia con los que cuenta la empresa. El ejercicio permitió concluir que Terpel actualmente no tiene riesgos críticos en derechos humanos e identifica oportunidades de mejora.

En este sentido, en 2017 se realizarán planes de acción para prevenir impactos reales y potenciales sobre derechos humanos en la cadena de valor, priorizando transportadores y empleados indirectos de la red propia de EDS.

Terpel, una empresa que se mide con los estándares más altos en sostenibilidad

Como resultado de su segundo ejercicio de evaluación llevado a cabo con el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), Terpel se sumó a la lista de empresas colombianas líderes en sostenibilidad a nivel global. La compañía fue incluida en *el RobecoSAM Sustainability Yearbook 2017* (Anuario de Sostenibilidad de RobecoSam), una de las publicaciones más completas y reconocidas sobre buenas prácticas en sostenibilidad corporativa en el mundo. La compañía fue reconocida

con el *Bronze Class* (categoría bronce) y como *Industry Mover* (movilizadora de la industria), debido a su desempeño y gestión en esta materia.

Hacer parte de las empresas más sostenibles del mundo en el sector de combustibles es un reconocimiento frente al cual Terpel se motiva para seguir trabajando de la mano con sus grupos de interés para aportar al desarrollo del país, a la conservación del medio ambiente y al logro de sus metas económicas.

TERPEL SE RETA EN 2017 A:

- Socializar entre los empleados el proceso de debida diligencia en derechos humanos.
- Afianzar el modelo de sostenibilidad en Panamá.
- Fortalecer el relacionamiento con los grupos de interés.

GRI 6 4-19 6 4-20 6 4-21 6 4-27

Asunto material: Rentabilidad

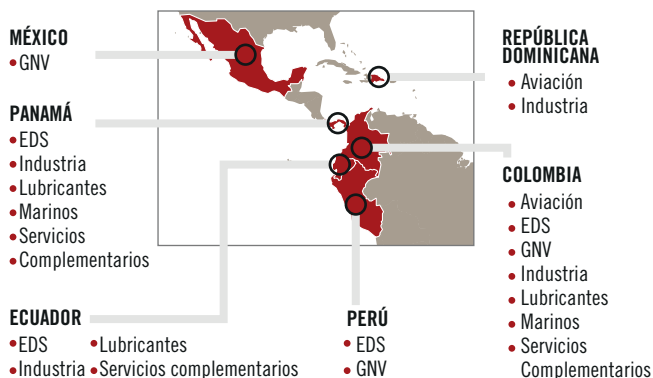
Terpel crea y distribuye valor¹

¿Cómo explica Terpel su gestión?

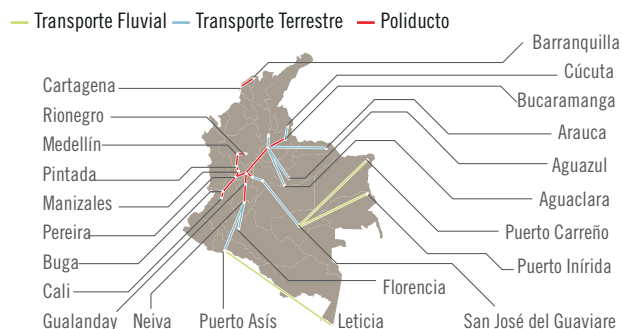
Distribuimos y comercializamos combustibles y lubricantes, a la vez que creamos valor compartido y generamos experiencias memorables. Movilizamos a las personas por tierra, mar y aire a través de nuestra red de estaciones, plantas de abastecimiento, aeropuertos y puertos.

Considerar a las personas como el centro de la estrategia ha orientado a Terpel para seguir avanzando en la transformación del sector de combustibles. Aliados, accionistas, empleados y proveedores han contribuido a movilizar ese cambio que se refleja en un mejor servicio para ser la marca # 1 de los colombianos.

LÍNEAS DE NEGOCIO



PLANTAS EN COLOMBIA



DIVISIÓN POR REGIONES EN COLOMBIA



1. Cifras consolidadas de Terpel y sus subordinadas (Colombia, Ecuador, México, Panamá, Perú y República Dominicana).

EBITDA

659.627

millones de pesos

VOLUMEN DE VENTAS

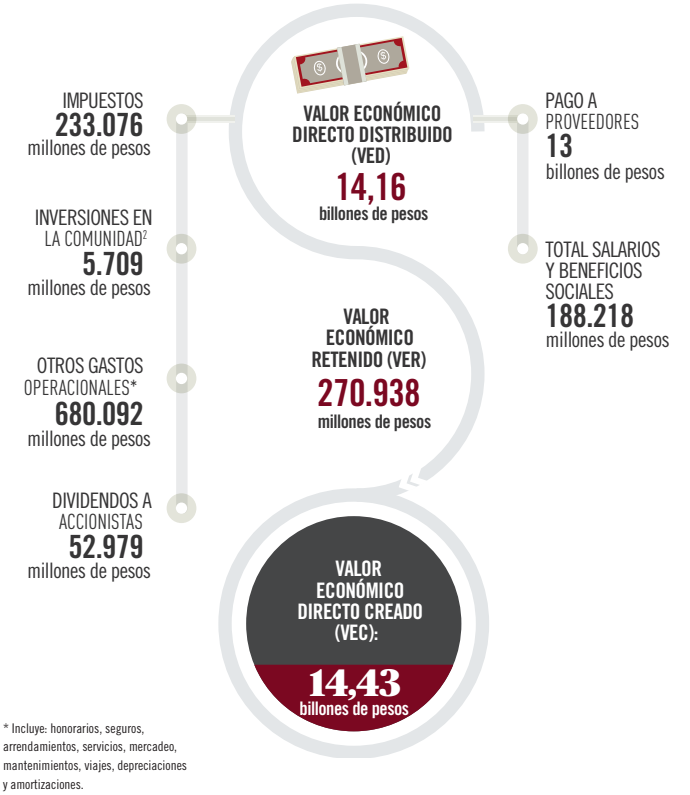
2.452

millones de galones

UTILIDAD NETA

196.516

millones de pesos



COLOMBIA	META 2016	AVANCE 2016	CUMPLIMIENTO	META 2017
Ebitda	490.478 millones de pesos	557.479 millones de pesos	114%	545.983 millones de pesos
Volumen	1.887.632 miles de galones	1.953.371 miles de galones	103%	2.032.360 miles de galones
Gasto por galón	201,6 pesos por galón	197,7 pesos por galón	102%	207,7 pesos por galón
Utilidad Neta	127.888 millones de pesos	196.516 millones de pesos	154%	166.760 millones de pesos
CAPEX en EDS	100%	91,4%	91,4%	100%
Imagen	4,5 calificación encuestas	4,2 calificación encuestas	94%	4,5 calificación encuestas
Servicio	4,0 calificación encuestas	3,83 calificación encuestas	96%	4,0 calificación encuestas
Satisfacción de clientes	8,8 calificación encuestas	8,49 calificación encuestas	96,5%	8,8 calificación encuestas

2. Cifra reportada solo para Colombia.

Evolución

GRI 6 4-19 6 4-20 6 4-21 6 4-27

Asuntos materiales:

- Rentabilidad
- Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores

EXPERIENCIAS MEMORABLES Y CONSOLIDACIÓN DE RED



¿Cuál es el compromiso de Terpel con respecto a la generación de experiencias memorables y la consolidación de red?

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.

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.

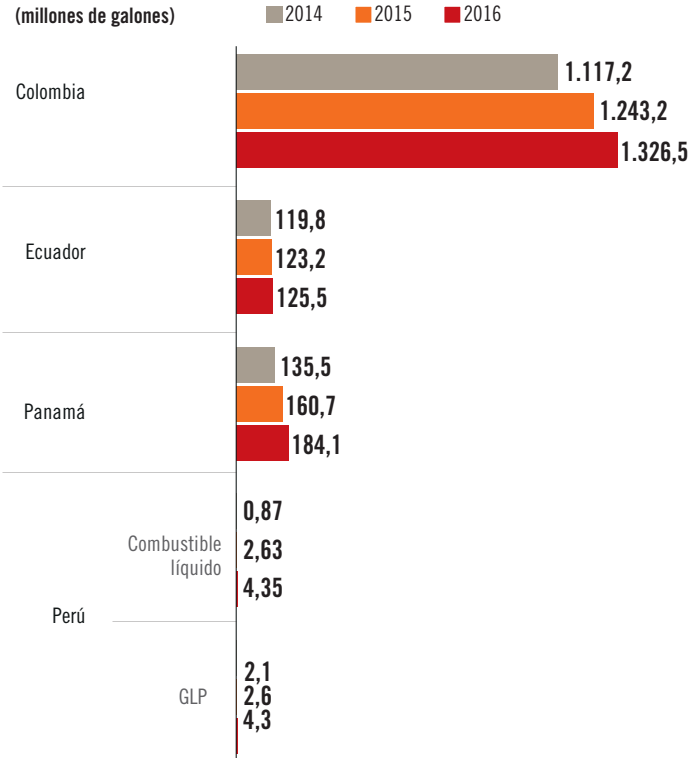
Los clientes y consumidores son la esencia de nuestra motivación para romper esquemas, innovar y superar expectativas.

GRI 6 4-19 6 4-20 6 4-21 6 4-27

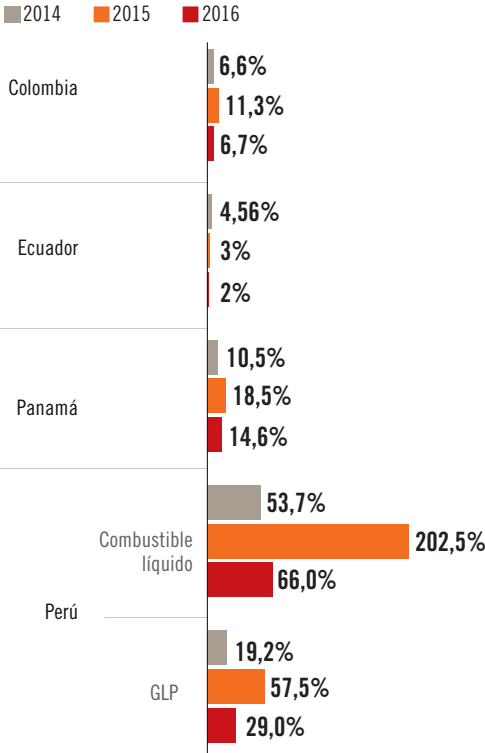
Asunto material: Rentabilidad

LAS CIFRAS DE TERPEL EN LAS EDS DE COLOMBIA, ECUADOR, PANAMÁ Y PERÚ

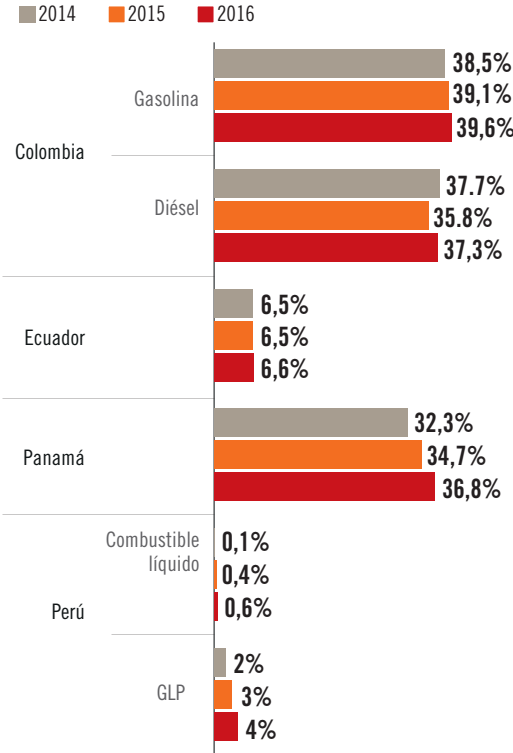
VOLUMEN EN VENTAS (millones de galones)



CRECIMIENTO EN VENTAS (porcentaje)



PARTICIPACIÓN DE MERCADO (porcentaje)



3 La participación de mercado en Panamá incluye la red de EDS y las tiendas de conveniencia.

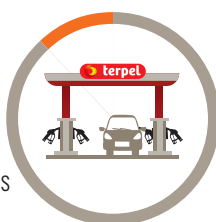
En Colombia, Terpel sigue revolucionando el mercado de EDS

Gracias a los aliados que hacen parte de la red de EDS y a los colombianos que prefieren a Terpel, la compañía crece en las regiones. Uno de sus propósitos es transmitir los valores de la marca para que a través de los afiliados y los franquiciados éstos lleguen al consumidor final.

MÁS DE 1.800 EDS

224 EDS
propias:
17
nuevas
EDS

1.652 EDS
afiliadas
26
nuevas EDS



TIENDAS ALTOQUE

11 Nuevas



32 En total



BAÑOS
REMEDIADOS



29 nuevos

287 EN TOTAL

EDS CON
NUEVA IMAGEN



324 nuevos

896 EN TOTAL

46.731 tarjetas de crédito activas

2014



2015



2016



* Resultados evaluación de satisfacción de clientes industria 2016 elaborado por Brand Strat.

GRI 4-19 4-27

Asunto material: Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores

Terpel es una construcción colectiva: *Red de Empresarios Terpel (RET)*

En Terpel los valores de marca se fomentan colectivamente. El relacionamiento con sus afiliados y franquiciados es lo que les ha permitido generar desarrollo para las regiones y ofrecer un servicio diferenciador a los consumidores.

A través del programa RET, cuyo objetivo es contribuir a

que 737 empresarios de las EDS aliadas de Terpel trabajen en equipo, compartan conocimientos técnicos y novedades de la industria, reciban formación y se integren entre ellos y con la marca, para fortalecer los lazos que unen a los aliados de Terpel en las regiones:

78 AFILIADOS en el taller de liderazgo *Rompe tus Límites*, basado en valores, desarrollo y alineación del equipo humano.

2 REUNIONES para reforzar conocimientos sobre programas de Terpel y para abordar inquietudes sobre aspectos logísticos, operativos y comerciales de su relación con la compañía.

14 AFILIADOS participantes del proceso de transición a nuevas generaciones para asumir el manejo de EDS que por años han sido su negocio familiar.

GRI 4-19 4-27

Asunto material: Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores

TERPEL PROMUEVE LAS RELACIONES DE DOBLE VÍA CON SUS ALIADOS

7 RUEDAS DE RELACIONAMIENTO REGIONALES con 630 participantes que representan a más de 500 EDS, en las que se pone en contacto directo a los aliados con los proveedores de programas, convenios, productos y servicios, para el beneficio de quienes pertenecen a la *RET*.

6 COMITÉS REGIONALES en Antioquia, Bucaramanga, Norte, Occidente, Sabana y Sur, con la participación de 120 aliados, para exponer y retroalimentar la propuesta de valor de Terpel.

LÍDERES EN TIENDAS DE CONVENIENCIA

Terpel se consolidó como la red más importante de tiendas de conveniencia en el canal de EDS a nivel nacional, con un total de 32 tiendas altoque en Colombia.

Tienda Terpel una plataforma para operar con excelencia

Con un crecimiento que alcanzó el 47% con respecto al año anterior, esta plataforma electrónica puesta en funcionamiento en 2014, ofrece insumos necesarios

para una correcta operación técnica en las EDS, en ella se encuentran desde uniformes, hasta respuestas a diversas preguntas sobre la operación.

Ampliación de red de EDS franquiciadas demuestra la confianza de los clientes

Empresarios independientes tienen a su cargo las 140 EDS franquiciadas de Terpel que se encuentran distribuidas en todo el territorio nacional.

Kioscos de una recibió el premio Lápiz de Acero en categoría POP

Este importante reconocimiento al diseño fue otorgado por los espacios con la mejor promoción de productos en punto de venta, teniendo en cuenta identidad, calidad, armonía, funcionalidad e innovación.

Mototribu, una misma pasión

205 mil moteros hacen parte de esta nueva comunidad creada por Terpel para compartir los intereses de quienes tienen un estilo de vida que los identifica.

PAGO DE COMBUSTIBLE DESDE SU CELULAR CON SOLO UN CLICK

Con *PagoClick* los clientes solo necesitan un teléfono inteligente, un plan de datos activo y una tarjeta de crédito para acceder a esta nueva, ágil y segura forma de pago.

Ziclos Motos,

EL PRIMERO DE SU TIPO
EN LATINOAMÉRICA

Terpel lanzó este innovador formato de lavado automatizado de motos en Cali y Pereira.

En Ecuador, Súper Terplus brinda más beneficios para los consumidores

Terpel Ecuador lanzó para toda la red de EDS del país la gasolina con aditivos Súper Terplus, la cual se caracteriza por sus cualidades detergentes y anti-fricción, generando beneficios en la limpieza del motor, mejor

carburación y por consiguiente menores emisiones al medio ambiente. Para impulsar la venta de este nuevo producto, la compañía realizó el sorteo *Súper Tanqueada de la Suerte*, que entregó 3 vehículos cero

kilómetros a los clientes e incrementó las ventas de gasolina Súper Terplus en un 6% con respecto al mismo periodo durante el año inmediatamente anterior.

EDS en total

58



31% EDS propias

69% EDS afiliadas

TERPEL,
conmemoró
10 años
ofreciendo
servicio a los
Ecuatorianos

2014

3,64

SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE EDS EN ECUADOR

2015

4,42

SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE EDS EN ECUADOR

2016

4,21

SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE EDS EN ECUADOR

En Panamá, EDS de Terpel transforman el mercado

La compañía avanzó en la construcción y operación de EDS más amplias, cómodas e iluminadas, mejorando el formato de sus tiendas e infraestructura de baños y demás zonas que benefician y satisfacen las necesidades de las personas que transitan las vías y carreteras de Panamá. Estos cambios han convertido a Terpel en un referente de alto estándar para el país, logrando posicionarse como la marca líder en la mente del consumidor y han potenciado el incremento de sus ventas en casi un 15%. En 2016 un total de 69 EDS contaron con nueva imagen corporativa.

TIENDA DE CONVENIENCIA VA&VEN GANÓ PREMIO MAGNO

La tienda *Va&Ven Terpel Travel Center Colón* ubicada en la Autopista Alberto Motta Cardoze en Panamá no solo ofrece las comodidades que el cliente desea, sino que también cuenta con infraestructura ejemplar y meritoria a la excelencia, lo que le mereció el *Premio Magno Concurso Mejor Obra de Arquitectura (MOA)* en la Categoría Comercial 3A, al grupo de arquitectos diseñadores y un reconocimiento a los colaboradores que participaron como parte del equipo de diseño, ejecución, administración e inspección de la obra.

PET un programa de eficiencia operacional

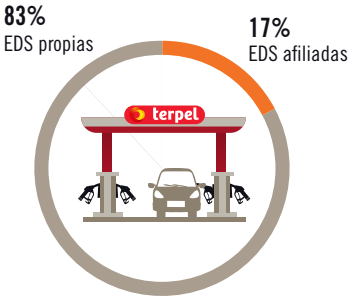
La compañía desarrolló el *Proyecto de eficiencia Terpel (PET)* que busca generar mejores condiciones de operación al identificar e implementar acciones de mejora que permitan afrontar los retos y el crecimiento de la empresa. Con un

equipo integrado por 50 personas entre líderes de procesos y funcionales, consultores y personal de Colombia, se lograron mejoras en aspectos como gestión de compras, administración de presupuesto, flujos de pedido, entre otros.

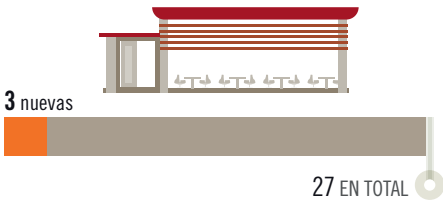
ENTÉRESE donde están ubicadas las EDS de Terpel Panamá. Encuétrenos en las pantallas gigantes y guía turística para viajeros.

127

EDS de combustible líquido



TIENDAS VA&VEN



AUTOLAVADOS WASH AND GO



2014

0 100

87

SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE EDS EN PANAMÁ

2015

0 100

96

SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE EDS EN PANAMÁ

2016

0 100

96

SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE EDS EN PANAMÁ

En Perú, Terpel incrementó sus ventas de combustible líquido en un 66%

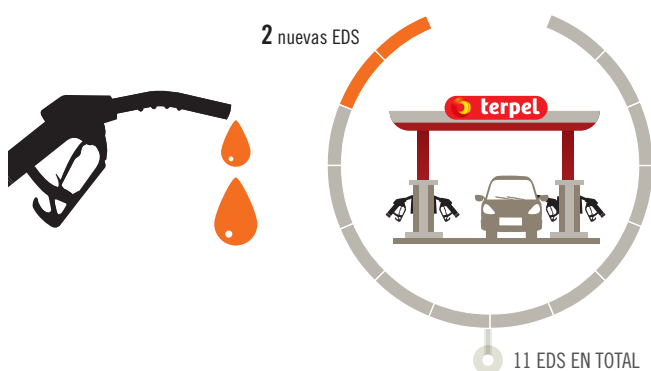
La compañía mejoró su estrategia de negociación de compra de producto con los proveedores, lo que le permitió brindar mejores condiciones de venta y con ello lograr la captación de un mayor número de clientes

de flotas, asimismo realizó un trabajo riguroso en su apuesta por ofrecer precios competitivos a través de su red de EDS, permitiéndole ganar mayor volumen en ventas.

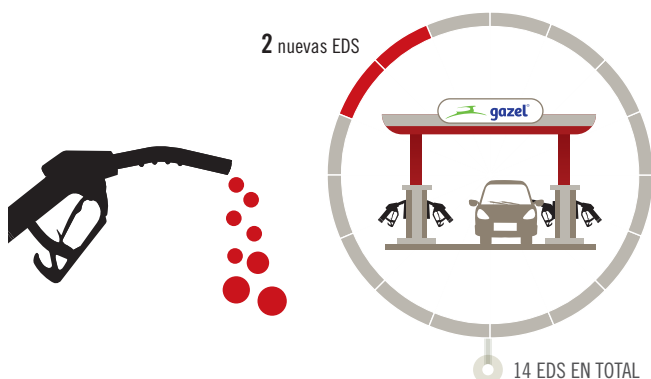
MOTIVACIÓN AL BUEN SERVICIO

La compañía incorporó a su personal de tiendas en el programa *PITS*, el cual reconoce el servicio, trabajo constante, liderazgo, compromiso e innovación de los isleros y administradores; lo anterior redundó en mejor servicio, menor rotación de personal y crecimiento en las ventas.

EDS DE COMBUSTIBLE LÍQUIDO



EDS DE GAS LICUADO DE PETRÓLEO (GLP)



2015

0 100

80%

SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE EDS EN PERÚ

2016

0 100

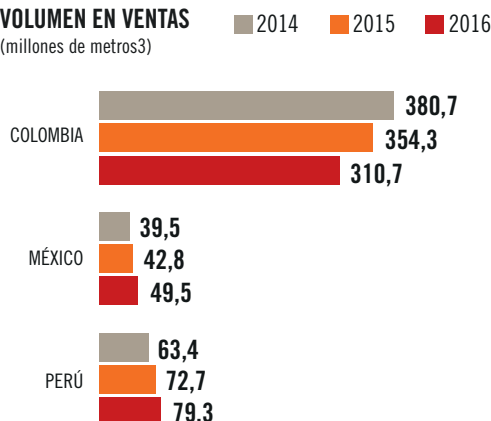
81%

SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE EDS EN PERÚ

Las cifras de Terpel en GNV de Colombia, México y Perú

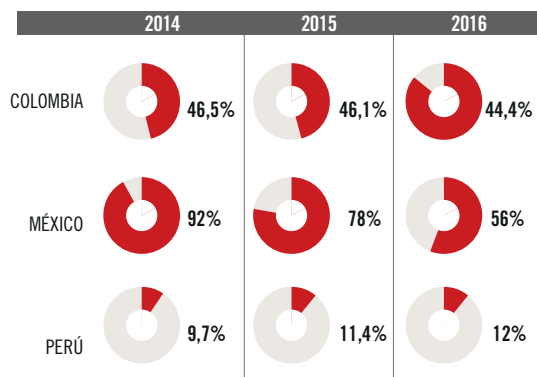
VOLUMEN EN VENTAS

(millones de metros³)



PARTICIPACIÓN DE MERCADO

(porcentaje)



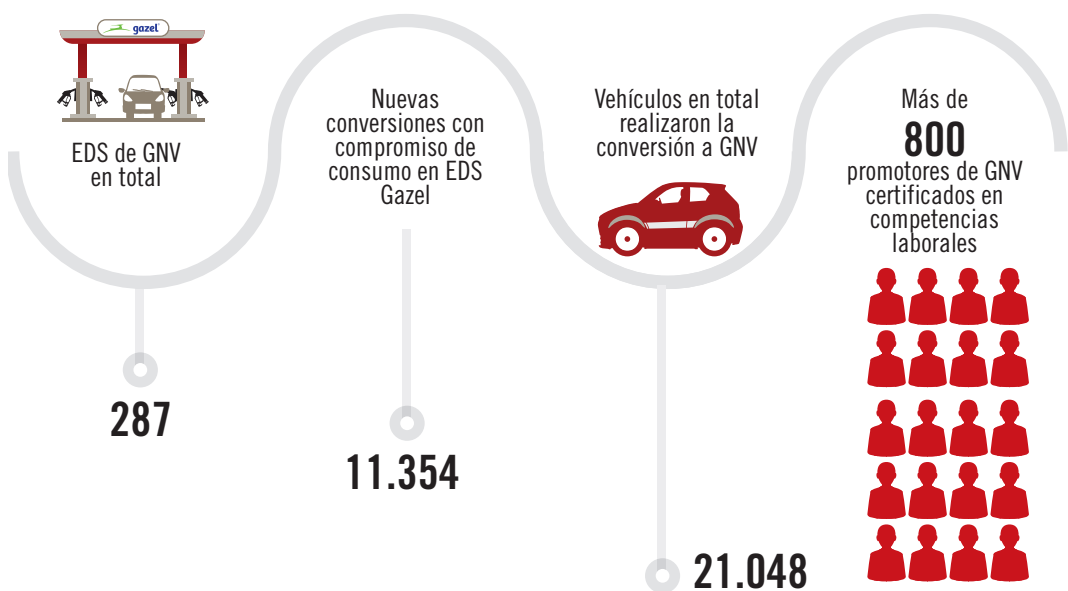
En Colombia, Terpel es un actor relevante en el desarrollo y la madurez del sector de GNV

Terpel facilitó el proceso de conversiones de vehículos a GLP Autogas

El equipo de ingeniería recibió capacitación para fortalecer sus habilidades técnicas y convertirse en multiplicadores de los procesos de conversión de vehículos a GLP Autogas en Colombia.

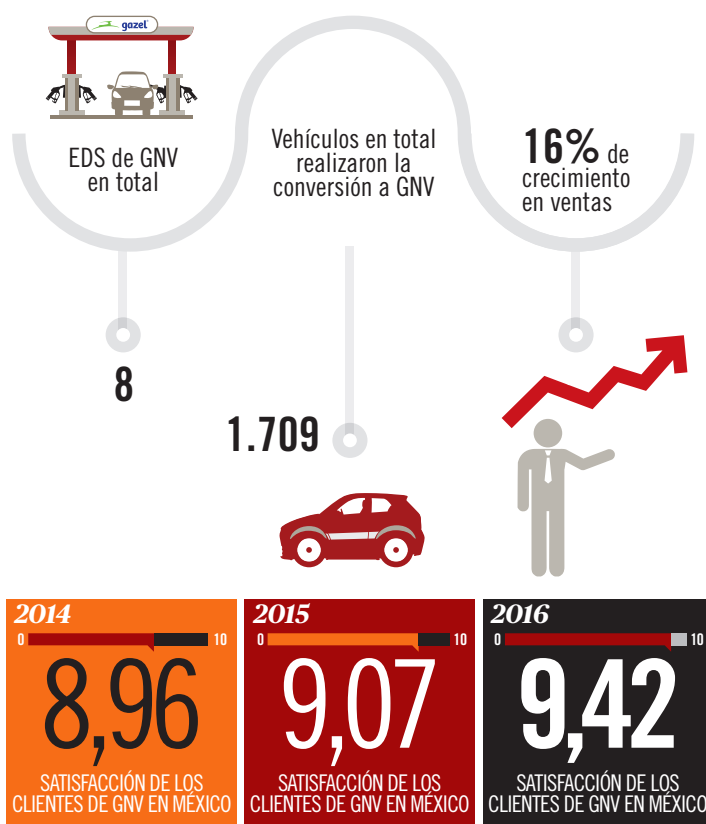
TUPAL Y TRANSCARIBE, SOCIOS COMERCIALES EN GNV

El negocio de GNV amplió su cobertura de transporte masivo gracias al inicio de la operación del proyecto Tupal Transporte Unificado de Palmira (Valle del Cauca), con un total de 40 buses dedicados a GNV. Además, se consolidó la operación de Transcaribe en Cartagena debido a la operación de 140 buses —de un total de 650—, donde se alcanzaron ventas por 500 mil m³ mensuales en su primer aniversario.



En México, Gazel es un referente para la industria del GNV

El crecimiento del negocio en este país se da gracias al posicionamiento de Gazel como un experto conocedor de la industria de gas natural vehicular y gracias a la madurez alcanzada en las EDS existentes. Año a año, la compañía realiza esfuerzos para estar a la vanguardia en el conocimiento del sector, de tal manera que hoy lidera los capítulos de GNV en la Asociación Mexicana de Gas Natural y de Energía de la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), organismo empresarial que agrupa alrededor de 600 empresas en el Distrito Federal y que busca contribuir al establecimiento de condiciones para la prosperidad de los mexicanos; asimismo participa constantemente en ruedas de prensa y congresos sobre la industria.



LAS COMUNIDADES VECINAS SON UN ALIADO PARA EL NEGOCIO

El desarrollo de nuevos proyectos fortalece el relacionamiento y conocimiento de las comunidades cercanas a la operación. A partir de este interés, Gazel México realizó durante 2016,

acercamientos y reuniones formales con la comunidad del estado de Jalisco, para la socialización del proyecto de construcción de la EDS San Pedro. Como producto de estas

reuniones, se llevó a cabo la donación de un terreno para la comunidad, el cual será utilizado para beneficio de todos sus habitantes.

En Perú, programa *Pits* un incentivo para el personal de las EDS

Este programa, que lleva 8 años de implementación en este país, premió a 3 administradores por año y 1 representante

de servicio de cada estación, así como de tiendas de conveniencia por su buen desempeño en ventas, servicio e imagen.

MÁS BENEFICIOS PARA INSCRITOS A CLUB GAZEL

A través de este programa la compañía logró fidelizar un 25% más de clientes con respecto a 2015 y aumentó el plan de beneficios para sus afiliados. Estos hechos se reflejaron en el 81% de satisfacción de clientes afiliados, el cual aumentó un punto frente al año anterior.

7.690

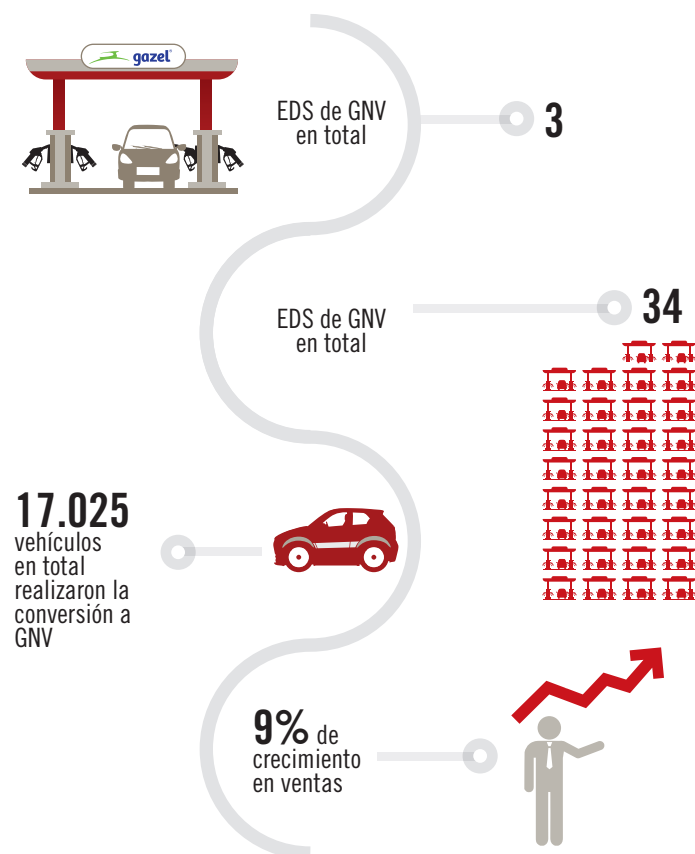
ALIADOS QUE REDIMIERON PREMIOS

23.052

PREMIOS REDIMIDOS

56.651

CLIENTES QUE ADQUIRIERON SEGURO DE SALUD



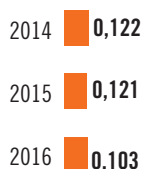
Lubricantes con tecnología mundial de última generación en Colombia, Ecuador y Panamá

VOLUMEN EN VENTAS (millones de galones)

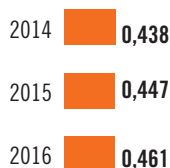
COLOMBIA



ECUADOR



PANAMÁ



En Colombia, Terpel se destaca en el mercado

TERPEL CELERITY RECIBIÓ PATENTE DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO (SIC)

Tras varios años de investigación del equipo de Innovación y Desarrollo de Lubricantes Terpel, la SIC otorgó a Terpel la patente de invención para la creación titulada *Composición lubricante*

de base sintética que permite generar un mayor rendimiento para motor, Terpel Celerity 10W40, para los motores de motocicletas de cuatro tiempos.

“

Ofrecer a los clientes un lubricante de base sintética que optimice el desempeño de las motos cuatro tiempos, incrementa la duración del motor y disminuya las emisiones al ambiente, fue el principal objetivo.”

JUAN PABLO GIRALDO
VICEPRESIDENTE DE
LUBRICANTES DE TERPEL.

RECONOCIMIENTO A LA EXCELENCIA OPERACIONAL

El sobresaliente desempeño en el suministro de lubricantes y la operación de almacenamiento y distribución de combustibles y lubricantes, hicieron merecedora a Terpel del *Premio Gigantes Cerrejón* por su trabajo durante el primer año de contrato con Carbones del Cerrejón.

Lubricantes Terpel son producto de la evolución

La recertificación en el Sistema Integrado de Gestión, ISO 9001, 14001, OSHAS 18001, NORSOK, los 30 productos recertificados con Calidad Icontec, el Laboratorio de Control de Calidad acreditado por ONAC conforme

a la norma NTC SIO / IEC 17025 y la homologación de productos por fabricantes de motores (OEM), son muestra del avance en tecnología y compromiso con la calidad.

TERPEL PRESENTÓ su nuevo producto Terpel Maxter 15W40 Avanzado con la certificación API CK-4, del Instituto Americano de Petróleo (API). Un producto especializado para motores diésel de última generación, que promete estar a la vanguardia por cumplir los más altos estándares internacionales de calidad y exigencias en materia ambiental.

GRI 64-19 64-27

Asunto material: Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores

Programa Tesos sigue fidelizando

Más de 1.800 Tesos activos en el programa de fidelización representan el fortalecimiento de los lazos que como aliados mantiene Terpel con los isleros, lubricadores, mecánicos y almacenistas que recomiendan sus lubricantes. El programa cerró el año con 1.125 puntos de venta con presencia de Tesos e impactó a 8.732 Tesos de todo el país.

700

Tesos, de 9 ciudades del país, fueron capacitados en temas de liderazgo, cumplimiento de metas y empoderamiento, a través de la charla *Desde el Arco*, dirigida por el deportista Faryd Mondragón.

MASTERLUB MÁS CERCA DE LOS COLOMBIANOS

Entró en operación el nuevo formato de los centros de lubricación *Masterlub Motos*, en la ciudad de Neiva. Un lugar exclusivo para motociclistas y especializado en el cambio de lubricante para motos, ubicado en las estaciones de servicio Terpel; donde se vive una agradable experiencia con un servicio profesional de expertos. En total, Colombia cuenta con 3 centros de lubricación *MasterLub*.

MÁS DE

7.200PUNTOS DE VENTA DE LUBRICANTES
TERPEL EN COLOMBIA**120**

CLIENTES DE INDUSTRIA DE LUBRICANTES



GRI G 4-19 G 4-27

Asunto material: Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores

En Ecuador, Terpel capacitó a clientes de lubricantes

112 clientes del negocio de lubricantes recibieron durante 10 horas charlas sobre mecánica automotriz, lo que les permitió conocer las bondades de la marca y

aumentar las ventas a 1.371 galones, asimismo los clientes obtuvieron un mayor conocimiento de los lubricantes diferenciados y sus características.

442PUNTOS DE VENTA DE
LUBRICANTES TERPEL
EN ECUADOR**79**PUNTOS DE VENTA DE
LUBRICANTES TERPEL
EN PANAMÁ

En Panamá, cambios en el negocio de Lubricantes

El negocio de lubricantes Terpel tuvo un crecimiento del 4% en el mercado de Panamá, indicador que se vio influenciado por la pro-

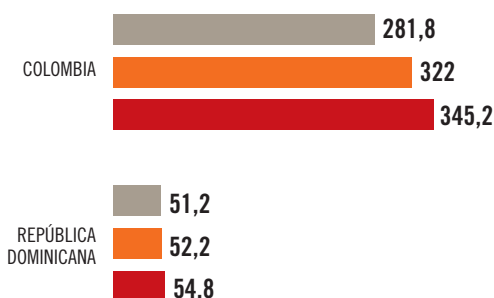
yección del cambio de marca Accell a la marca Terpel, que según encuesta de IPSOS se presenta como la marca #1 en Panamá.

El negocio de Aviación de Terpel mantiene su liderazgo por todo lo alto en Colombia y República Dominicana

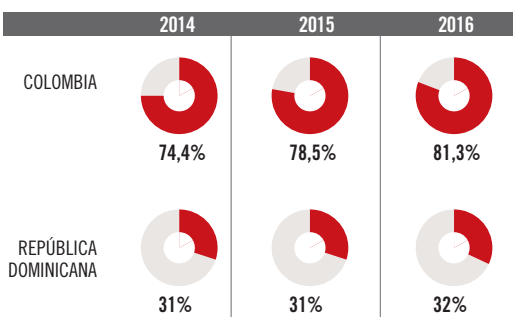


VOLUMEN EN VENTAS
(millones de galones)

■ 2014 ■ 2015 ■ 2016



PARTICIPACIÓN DE MERCADO
(porcentaje)



En Colombia, el negocio de aviación sigue desplegando sus alas

Terpel vendió 345 millones de galones y alcanzó una participación de mercado del 81,3%;

puso en marcha iniciativas como la ampliación de su operación en el aeropuerto Jorge

Enrique González de San José del Guaviare, la facturación electrónica especializada de aviación XML según modelo IATA, la implementación del estándar internacional *Joint Inspection Group* (JIG's) en procesos e infraestructura y obtuvo la recertificación ISO 9001, 14001, 18001 y Norsok en todos los aeropuertos del país.

TERPEL
atendió 21
aeropuertos a
nivel nacional.

GRI 4-22



En República Dominicana, Terpel celebra su quinquenio

Orgullosos por el aporte al crecimiento y servicio prestado a la industria aeronáutica, Terpel celebró su quinto año de operaciones en República Dominicana. La consolidación de este negocio se refleja en un

crecimiento en ventas del 7%, cifra que superó el volumen vendido en años anteriores y que posiciona el negocio de Aviación en este país con un tercio de su participación en el mercado.

ACTUALMENTE

Terpel opera 5 aeropuertos y resalta que para 2016 dio respuesta efectiva al crecimiento de consumo del 22% en el aeropuerto de Puerto Plata.



Terpel también transporta combustible marino en Colombia y Panamá

VOLUMEN EN VENTAS

(millones de galones)

■ 2014 ■ 2015 ■ 2016



EN COLOMBIA, Terpel movilizó 7,4 millones de galones de combustible marino para barcos cargueros y barcazas en 6 puertos y en 16 terminales marítimas y atendió a 107 clientes internacionales de marine diésel.

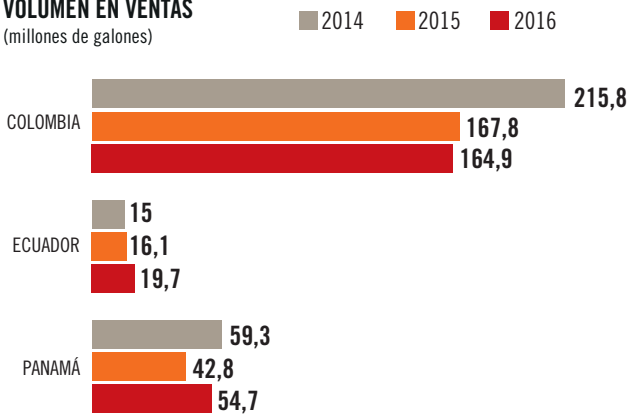


EN PANAMÁ, Terpel creció un 12% con respecto a 2015 en el número de clientes internacionales de marine diésel atendidos a través de las 6 terminales marítimas y 26 puertos que sirve Terpel en este país.

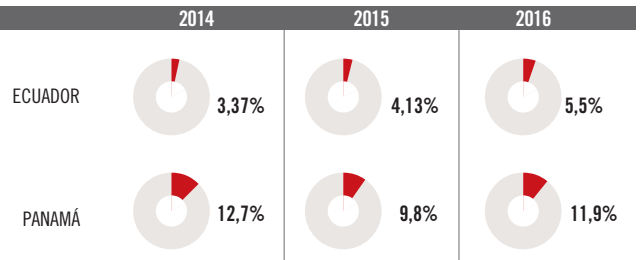
Las industrias en Colombia, Ecuador y Panamá siguen confiando en Terpel



VOLUMEN EN VENTAS
(millones de galones)



PARTICIPACIÓN DE MERCADO
(porcentaje)



GRI 4-19 4-27

Asunto material: Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores

En Colombia, Terpel sigue ofreciendo valores agregados

INICIATIVAS COMO *Mi Empresa*, que llega a 39 clientes en 235 EDS a nivel nacional; el Diplomado de Herramientas de Conducción que graduó a 225 conductores; el Modelo de Autogestión que se implementó con 102 clientes; y la Herramienta de Administración Web que se entregó a 835 clientes, son algunas de las estrategias que *Rumbo Terpel* implementó para sus clientes como valor agregado.

403 CLIENTES de combustible líquido y 2 clientes de GNV recibieron el servicio de suministro de combustible al interior de sus instalaciones, permitiendo asegurar y agilizar la operación.

8,4

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DEL PROGRAMA *RUMBO TERPEL*.

528

EDS DE COMBUSTIBLE LÍQUIDO Y 279 EDS DE GNV SE ENCUENTRAN INTERCONECTADAS EN EL PROGRAMA.

EN LA ESCUELA de Industria, 385 personas fueron capacitadas en campo, a través de 62 sesiones que permitieron fortalecer sus conocimientos sobre el manejo de combustibles para garantizar procesos más seguros y acciones ambientales preventivas.

2014



7,95

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE INDUSTRIA EN COLOMBIA

2015



8,60

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE INDUSTRIA EN COLOMBIA

2016



8,80

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE INDUSTRIA EN COLOMBIA

En Ecuador, creció el negocio de Industria

Mientras el mercado industrial decreció en ventas a nivel nacional en Ecuador, el negocio de Industria de Terpel creció en un 22% en relación con 2015. Estos resultados son fruto del esfuerzo constante para ofrecer a los clientes propuestas dife-

renciadoras que atienden sus necesidades específicas y generan confianza en la operación. Como parte de esos buenos resultados, durante 2016, la compañía firmó dos contratos que fortalecieron el crecimiento del negocio. Por un lado, el

suministro de combustibles en consignación para la empresa Cervecería Nacional de Ecuador, por 250.000 galones al mes y por otro lado, el acuerdo comercial con la productora camaronera Omarsa por 220.000 galones mensuales.

En Panamá, negociaciones de gran envergadura fortalecen la gestión de Terpel

El negocio de industria desarrolló proyectos con diversos actores del sector que fortalecieron su gestión operativa y comercial: proyecto Minera de Panamá, que representa una de las minas de cobre con mayor producción en el mundo; suministro de búnker a 2 plantas de generación térmica para la ampliación vial Santiago-David; y venta de combustible para el proyecto Línea 2 del metro en ciudad de Panamá.

CONÉCTESE CON TERPEL A TRAVÉS DE NUESTRAS REDES SOCIALES



Twitter (@TERPELCOLOMBIA)
a cierre de 2016:
más de 11.400 seguidores



Facebook (/TERPELCOLOMBIA)
a cierre de 2016:
nos acercamos a los
66.000 seguidores

TERPEL SE RETA EN 2017 A:

Colombia

EDS

- ▶ Continuar con la implementación de la nueva imagen, aumentando en un 38% la transformación de las estaciones.
- ▶ Aumentar la cantidad de baños remodelados en un 10%.
- ▶ Continuar consolidando el modelo de autolavados *ziclos*, tanto para autos como para motos, llevando esta experiencia a nuevas ciudades.
- ▶ Ampliar el formato de islas exclusivas para motos a todas las regionales del país, llegando a 69 EDS.
- ▶ Ampliar la red de tiendas altoque, llegando a nuevas regiones del país.
- ▶ Consolidar el sistema de *PagoClick* para brindar una experiencia memorable a los consumidores.

Industria

- ▶ Aumentar la cobertura de interconexión de EDS a 80 puntos para brindar nuevas opciones a clientes de *Rumbo Terpel* y el programa *Mi Empresa*.
- ▶ Implementar una estrategia digital que agilice los procesos para el segmento de *Rumbo Terpel* y una herramienta para el programa de fidelización.
- ▶ Consolidar el programa *Mi Empresa* a nivel nacional.

Lubricantes

- ▶ Fortalecer la red de centros de lubricación para ofrecer los mejores productos y el mejor servicio a los clientes.

Aviación

- ▶ Certificar el negocio en la nueva versión de ISO (9001, 14001, 18001) y Norsok.
- ▶ Desarrollar la herramienta VOL-ARTE para el soporte operacional en los aeropuertos de Colombia.

Transparencia

GRI 6 4-19 6 4-20 6 4-21 6 4-27

Asunto material:Buen gobierno corporativo
y transparencia

BUEN GOBIERNO CORPORATIVO



¿Cuál es el compromiso de Terpel con respecto al buen gobierno corporativo?

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 para el ejercicio de los derechos de todos nuestros

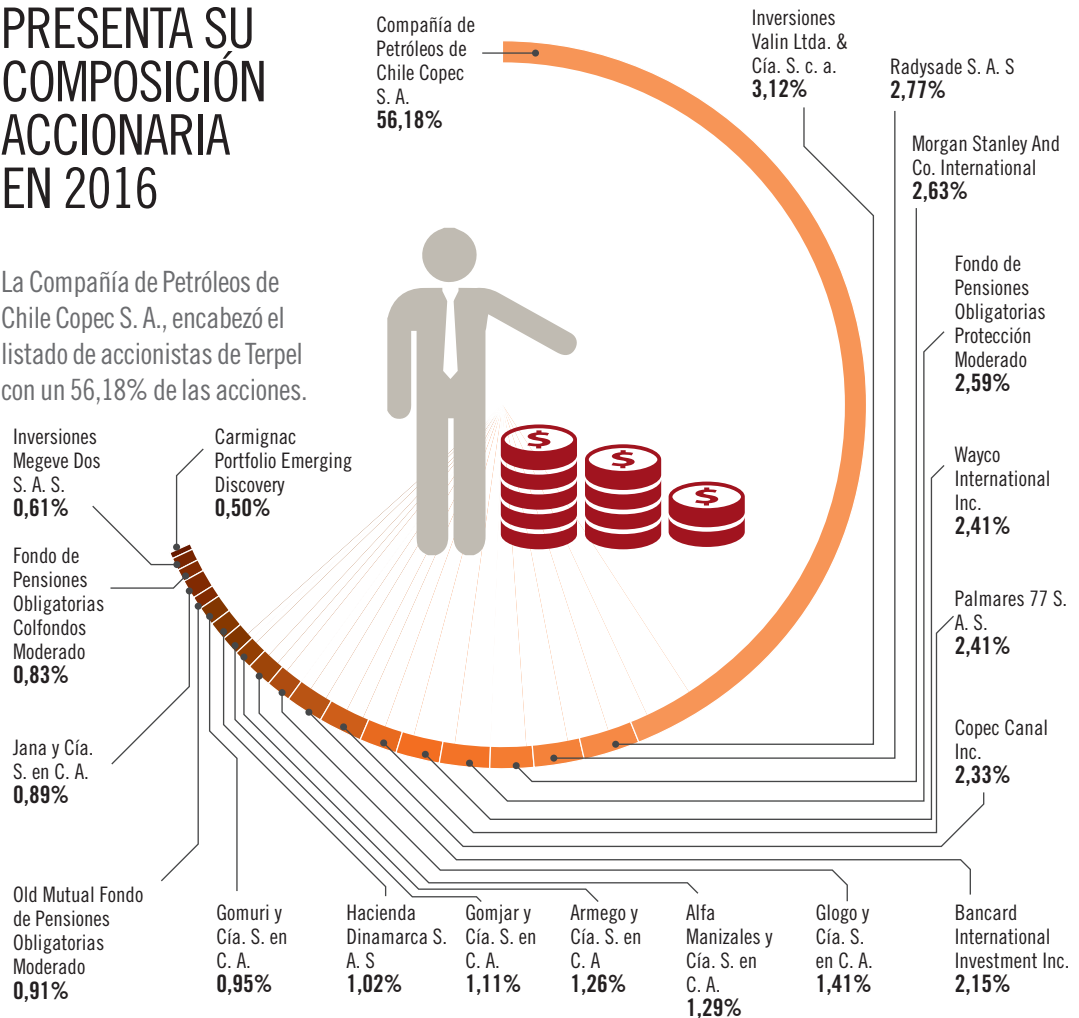
accionistas, con la definición de reglas claras, transparentes y públicas sobre el funcionamiento de la Asamblea de Accionistas, la Junta Directiva y demás órganos de administración y control, con una arquitectura que permite identificar y administrar los diferentes riesgos de la compañía y con la entrega de 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.

TERPEL PRESENTA SU COMPOSICIÓN ACCIONARIA EN 2016

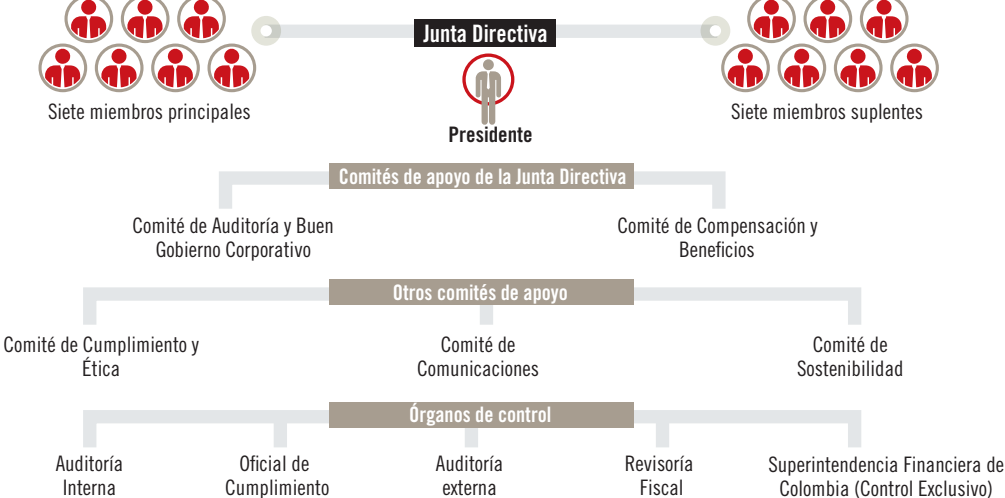
La Compañía de Petróleos de Chile Copec S. A., encabezó el listado de accionistas de Terpel con un 56,18% de las acciones.

COMPOSICIÓN ACCIONARIA 2016



CONOZCA LA ESTRUCTURA DE GOBIERNO DE TERPEL

ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS



La Junta Directiva de Terpel una muestra de buenas prácticas

En línea con las obligaciones legales de Terpel en su calidad de emisor de valores, el 25% de los miembros que integran la Junta Directiva tiene la calidad certificada de independientes. Igualmente, la totalidad de los miembros independientes de la Junta Directiva, compone el Comité de Auditoría, órgano colegiado que igualmente se encuentra presidido por un miembro que cumple las calidades legales de independencia.

PRINCIPALES	SUPLENTES
Lorenzo Gazmuri Schleyer, Presidente	Frederic Chaveyriat Roca
Jorge Andueza Fouque	Eduardo Navarro Beltrán
Ramiro Méndez Urrutia	Jorge Andrés Garcés Jordán
Leonardo Ljuretic Garib	Rodolfo Castillo García
Jorge Bunster Betteley	Arturo Natho Gamboa
José Óscar Jaramillo Botero (independiente)	Gabriel Jaramillo (independiente)
Bernardo Dynner Rezonzew (independiente)	Tulio Rabinovich Manevich (independiente)

GRI 6 4-19 6 4-27

Asunto material: Buen gobierno corporativo y transparencia

Autorregulación para una inversión segura

Terpel cuenta con diversos órganos y mecanismos de buen gobierno corporativo para garantizarles a sus inversionistas y demás grupos de interés, la seguridad en las operaciones y el buen manejo de los recursos. Códigos, reglamentos y políticas le permiten a la compañía expresar los valores, principios, estándares y normas de comportamiento:

Principios del Pacto Mundial 10

- Estatutos Sociales
- Código de Buen Gobierno Corporativo⁷
- 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 Conducta⁸
- 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.reportesconfidencialesterpel.com/>
- Reporte de Mejores Prácticas Corporativas Encuesta Código País⁹

7. 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>.

8. Para consultar nuestro Código de Conducta ingrese a <https://www.terpel.com/Global/Accionistas/Codigo%20de%20etica.pdf>.

9. Para consultar la Encuesta Código País 2015, ingrese a <http://www.terpel.com/Global/Accionistas/Gobierno-corporativo/descargables/encuesta-codigo-pais%202015.pdf>.



TERPEL CAPACITÓ
A SU EQUIPO
EN PREVENCIÓN
DE LAVADO
DE ACTIVOS
Y PRÁCTICAS
ANTI-SOBORNO

Principios del Pacto Mundial 10

La compañía brindó capacitación a 86% de sus empleados de Colombia en temas relacionados con cumplimiento, lavado de activos y soborno, esto con el objetivo de prevenir acciones que vayan en contra de los valores de la empresa, así como en el detrimento de sus activos.

Terpel es reconocida
por su compromiso
y buenas prácticas
con los inversionistas

Por cuarto año consecutivo, la Bolsa de Valores de Colombia entregó el reconocimiento IR (*Investor Relations*) que resalta el desempeño de Terpel frente a la publicación transparente,

oportuna y veraz de su información jurídica, financiera y comercial a través de la cual los inversionistas toman decisiones informadas.

Principios del Pacto Mundial 10

Operaciones
evaluadas en
riesgos con
corrupción

Anualmente Terpel evalúa sus centros de trabajo para prevenir riesgos de corrupción que se puedan presentar en sus operaciones:

CENTROS DE OPERACIÓN EVALUADOS EN RIESGOS CON CORRUPCIÓN	2014	2015	2016
Estaciones de servicio (EDS)	0	0	0
Plantas	4	3	1
Oficinas Regionales	5	5	5
Dirección General	1	1	1

Índice Merco, testigo de la buena reputación de Terpel

El monitor de reputación Merco Empresas y Líderes 2016, reconoció a Terpel y a su presidente Sylvia Escovar, entre las primeras 20 empresas y líderes con mejor reputación a nivel nacional. La compañía subió ocho puestos frente a la

medición del año 2015 y paralelo a estos resultados, se ubicó en el puesto número 2 del *ranking* sectorial de petroleras y distribución de hidrocarburos.

El índice consideró dentro de su evaluación las variables de calidad de la oferta comercial,

reputación interna, ética corporativa, responsabilidad social y los resultados económicos y financieros de las empresas participantes e incluyó en 2016 la variable de eficacia e innovación en comunicación digital, ética-honestidad y transparencia.

TERPEL FUE RECONOCIDA POR SER UNA INVERSIÓN ESTABLE Y SOSTENIBLE

La calificadora de riesgo *Fitch Ratings* otorgó a Terpel una calificación “AAA” porque cuenta con un perfil de riesgo que se caracteriza por su estabilidad operativa y por ser una inversión segura y sostenible.

TERPEL SE RETA EN 2017 A:

- ▶ Unificar, implementar y socializar el programa de prevención de soborno y corrupción en Terpel y su grupo empresarial.
- ▶ Consolidar una política para combatir el soborno transnacional, así como una matriz de riesgos en esta materia.
- ▶ Mantener el reconocimiento IR.

Liderazgo

GRI 6 4-19 6 4-20 6 4-21 6 4-27

Asunto material:

- Relaciones y condiciones laborales justas
- Condiciones seguras de operación

CRECIMIENTO DEL EQUIPO TERPEL



¿Cuál es el compromiso de Terpel con respecto al Crecimiento del equipo?

Sabemos que personas y organizaciones se escogen mutuamente para trabajar por objetivos comunes, compartir valores y generar dinámicas de crecimiento mutuo. 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.

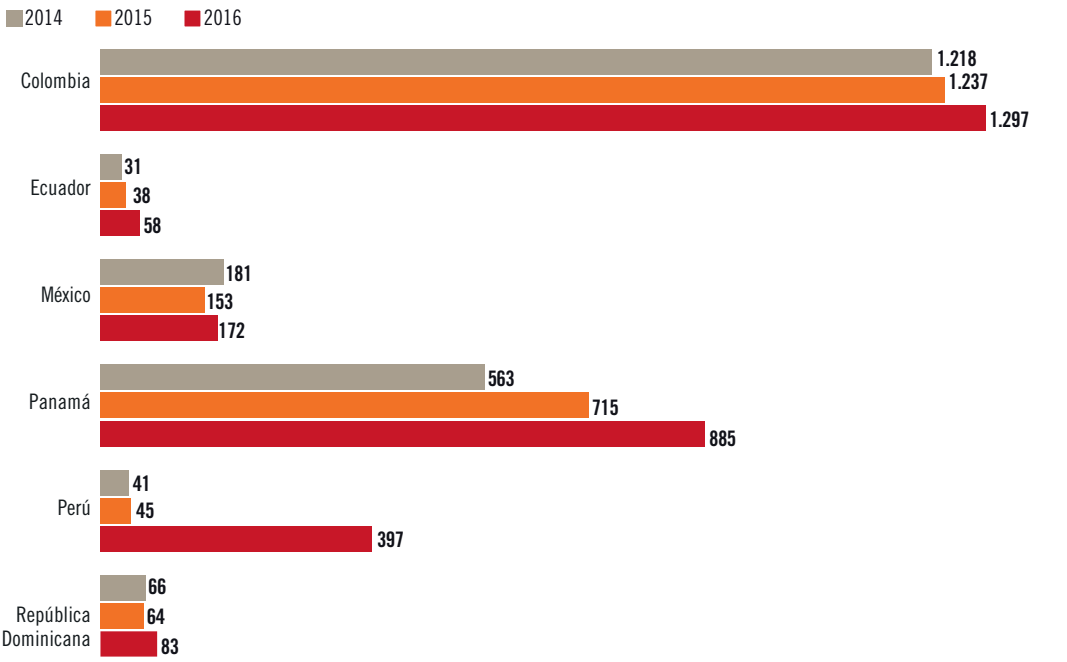
Datos de empleabilidad en Terpel

Los siguientes datos se enmarcan dentro de lo que la compañía considera como un trabajo digno y de rechazo

a cualquier tipo de discriminación, sea de género, raza, orientación política o creencias religiosas, procurando siempre

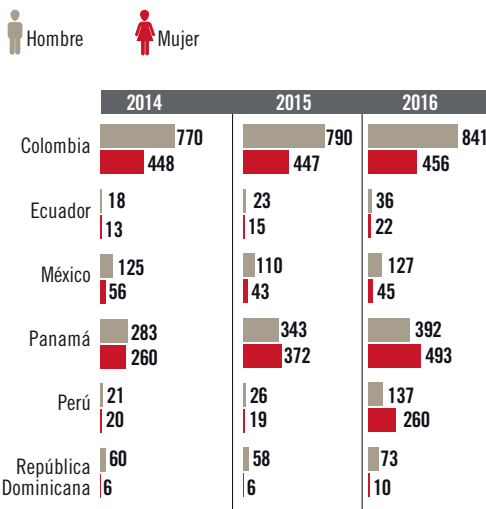
brindar condiciones óptimas para la calidad de vida y bienestar de sus empleados.

NÚMERO DE EMPLEADOS DIRECTOS

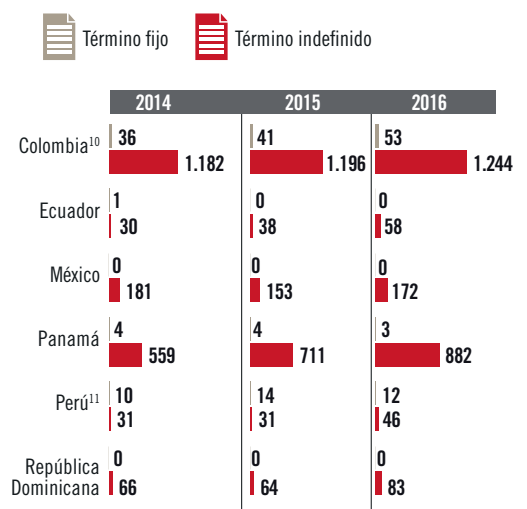


NÚMERO DE EMPLEADOS DIRECTOS

Según país y género



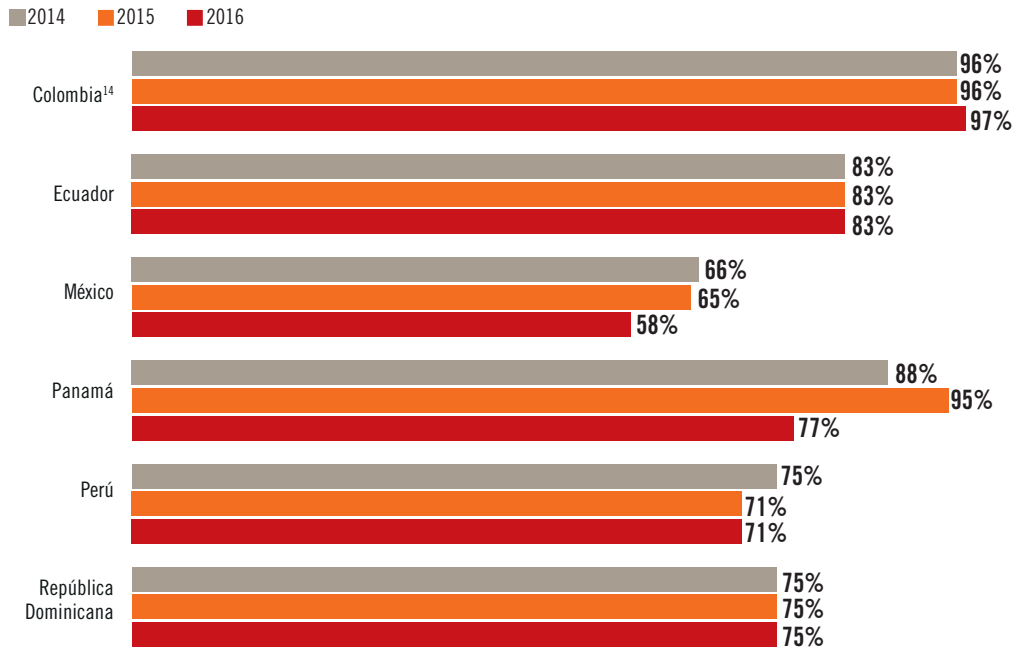
Según tipo de contrato y país



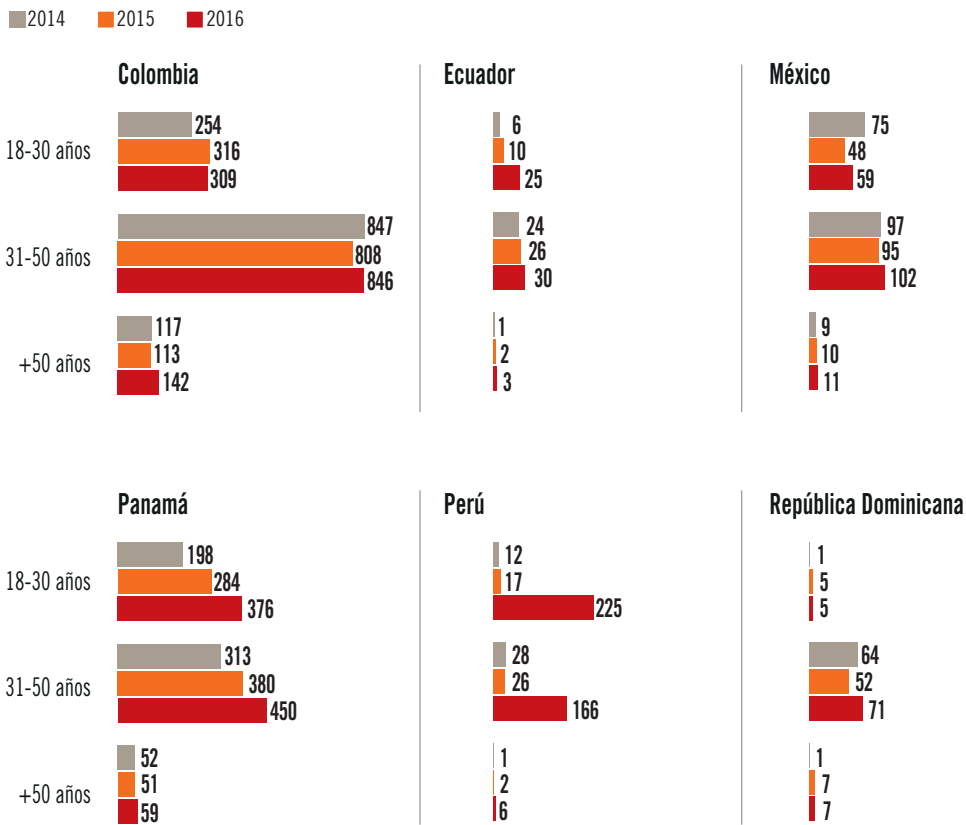
10. En adelante, la información de Colombia se refiere a planta ocupada, sin vacantes. No incluye empleados expatriados, de Fundación Terpel, de aliados comerciales como OPESE, franquiciados, aprendices, ni temporales.

11. Perú presentó en 2016 contrato modal con 339 empleados.

PORCENTAJE DE EMPLEADOS DE LA ALTA DIRECCIÓN DE PROCEDENCIA LOCAL¹² SEGÚN PAÍS¹³



DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA SEGÚN RANGOS DE EDAD (NÚMERO DE PERSONAS)



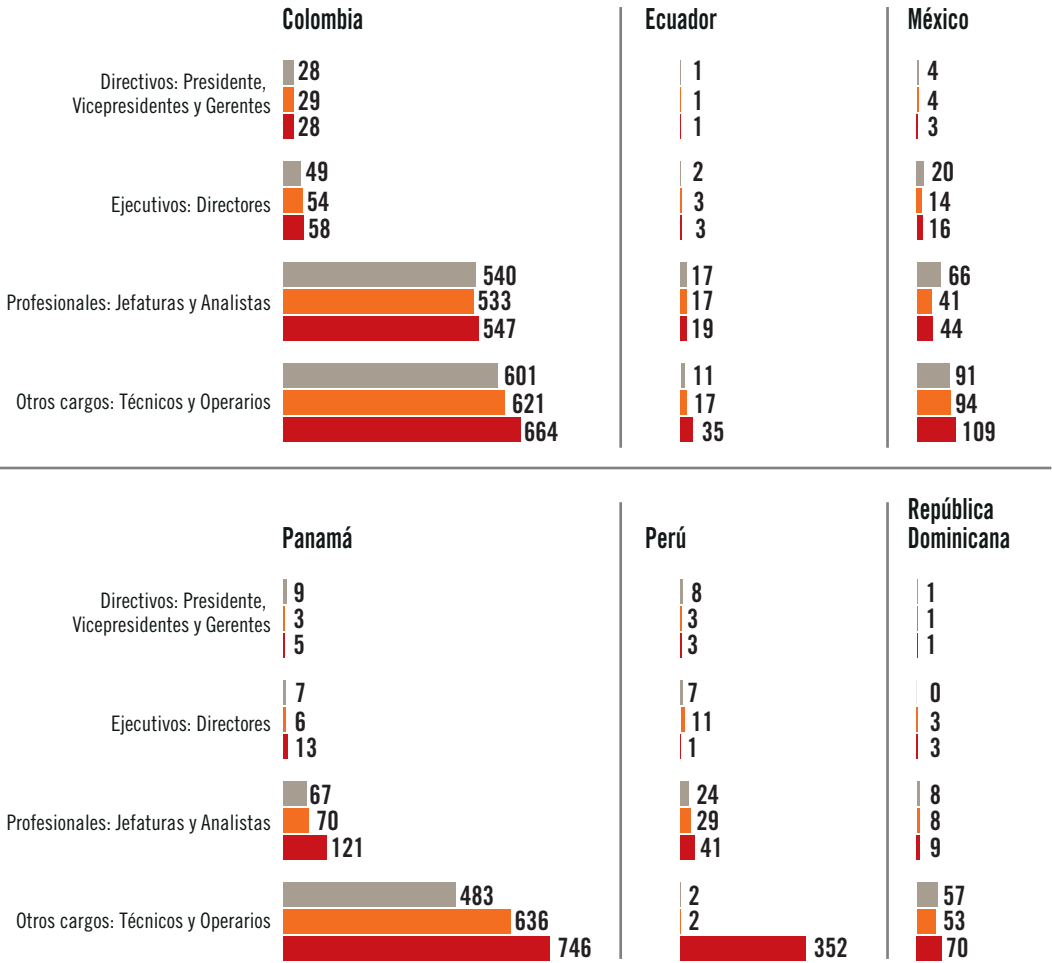
12. Nacidos en los países donde opera Terpel.

13. Cargos considerados de alta dirección en países diferentes a Colombia: Gerentes, Directores y Jefaturas.

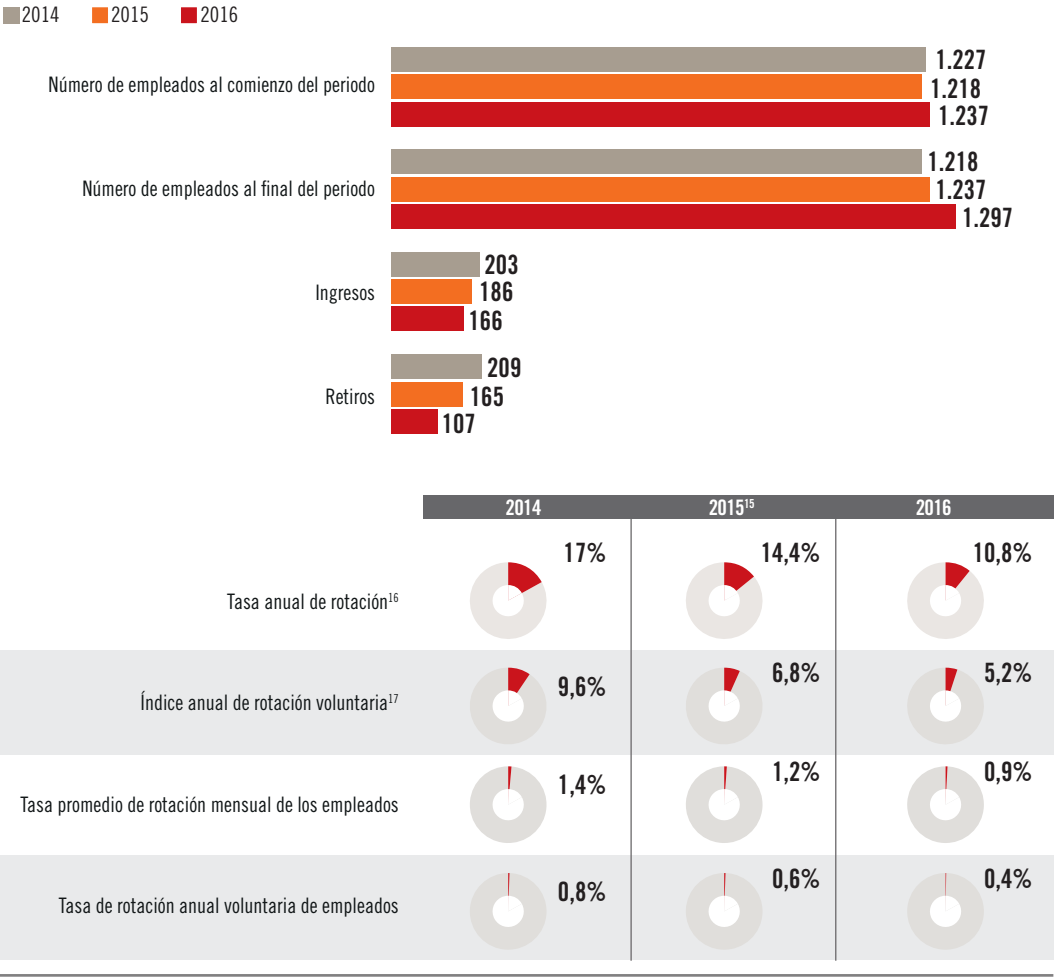
14. Cargos considerados de alta dirección en Colombia: Presidente, Vicepresidente, Gerentes y Directores.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA SEGÚN CARGOS (NÚMERO DE PERSONAS)

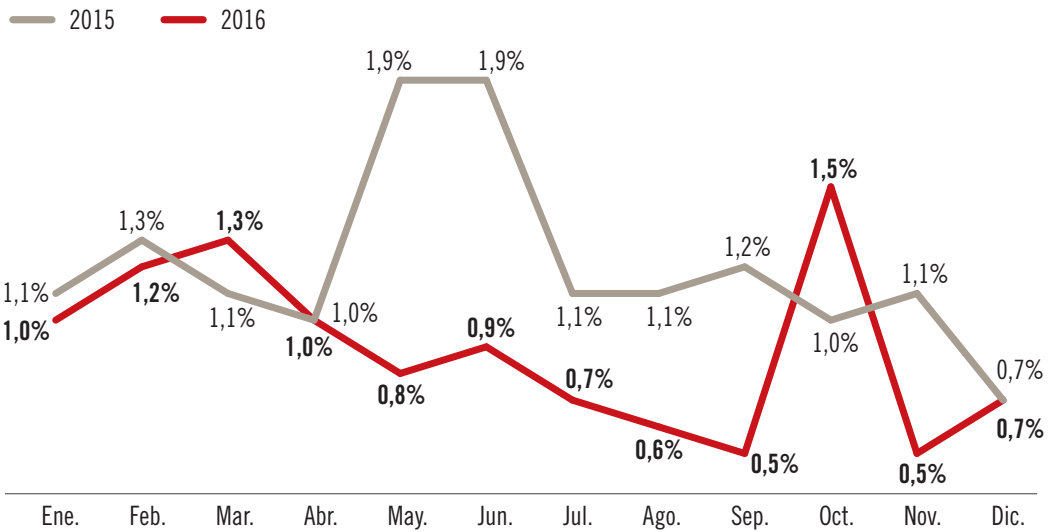
2014 2015 2016



TASA DE CONTRATACIÓN Y RETENCIÓN EN COLOMBIA



TASA DE ROTACIÓN MENSUAL EN COLOMBIA

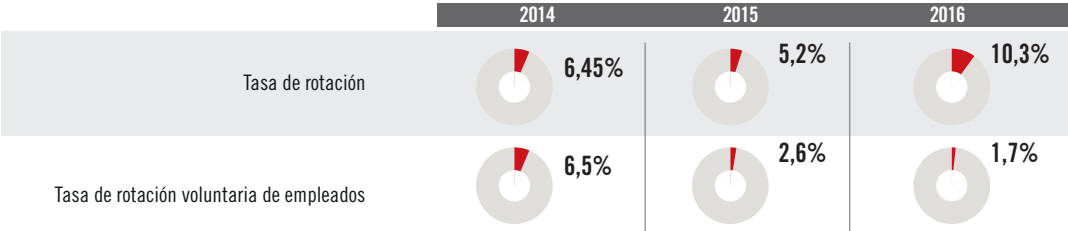
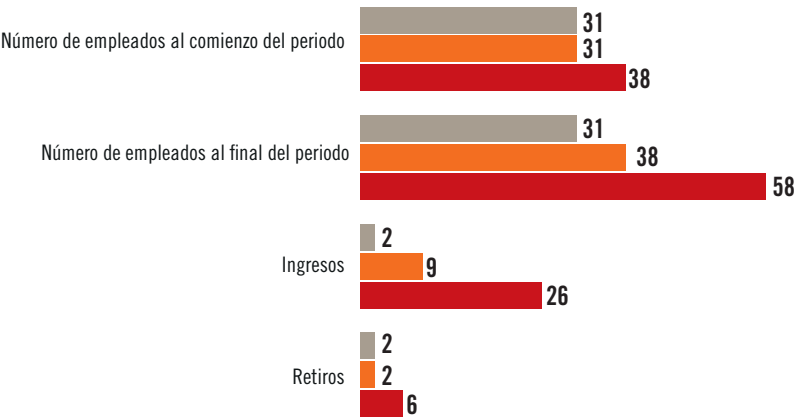


15. Incluye empleados directos de Terpel, sin OPESE.
16. Tasa anual de rotación: promedio ingresos + retiros / promedio de planta al inicio del periodo + planta al final del periodo X 100.
17. Índice anual de rotación voluntaria: Retiros voluntarios en el año / la planta promedio del año X 100.

TASA DE ROTACIÓN ANUAL

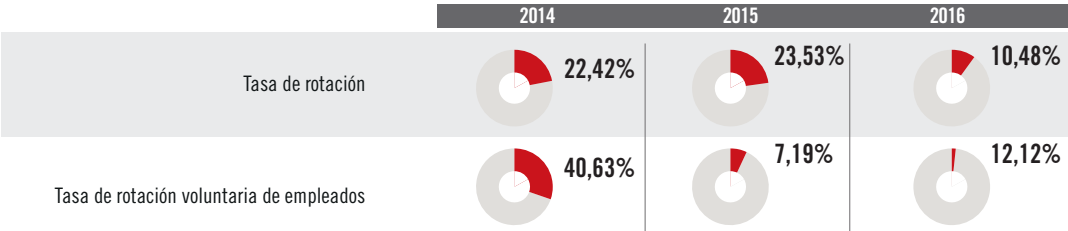
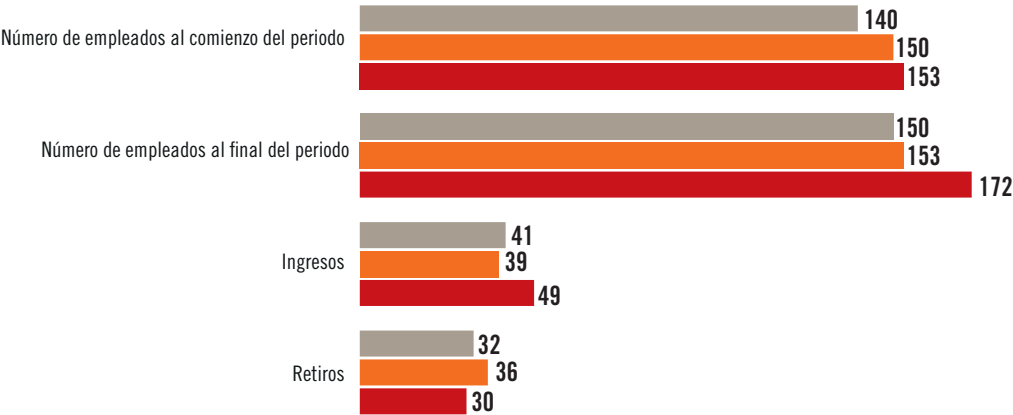
■ 2014 ■ 2015 ■ 2016

Ecuador



■ 2014 ■ 2015 ■ 2016

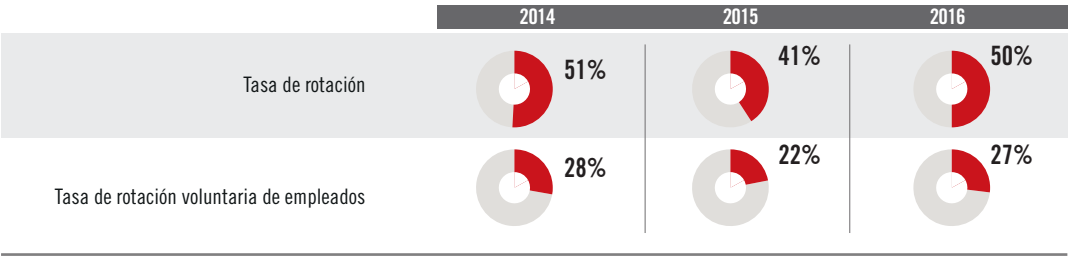
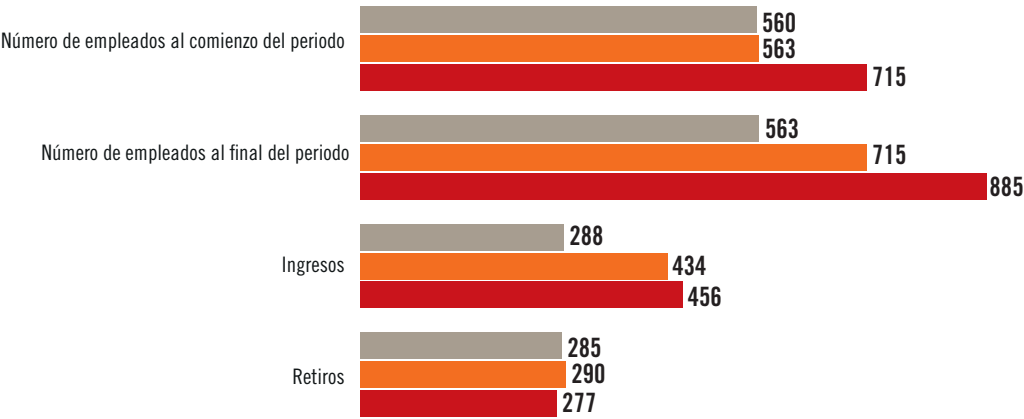
México



TASA DE ROTACIÓN ANUAL

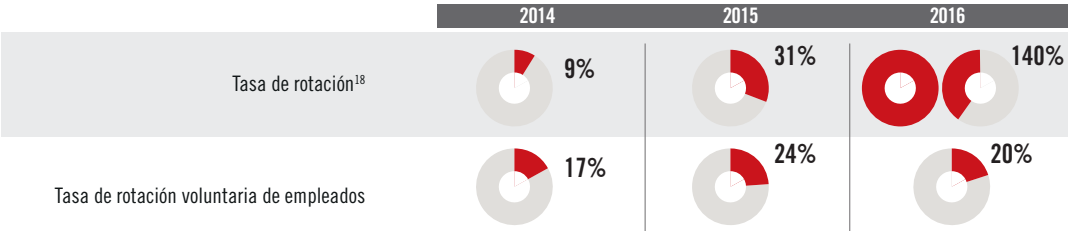
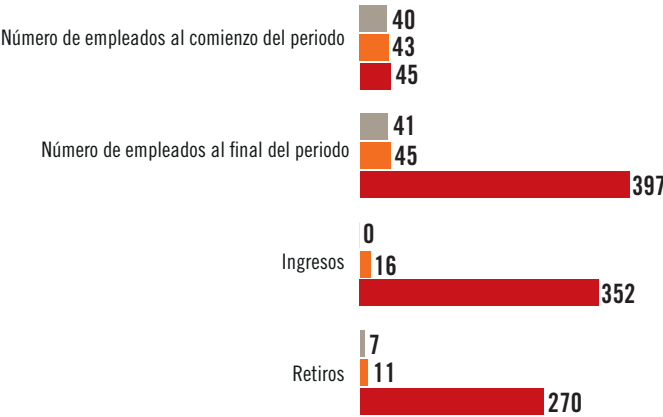
■ 2014 ■ 2015 ■ 2016

Panamá



■ 2014 ■ 2015 ■ 2016

Perú

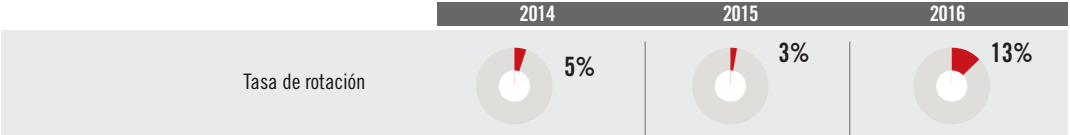
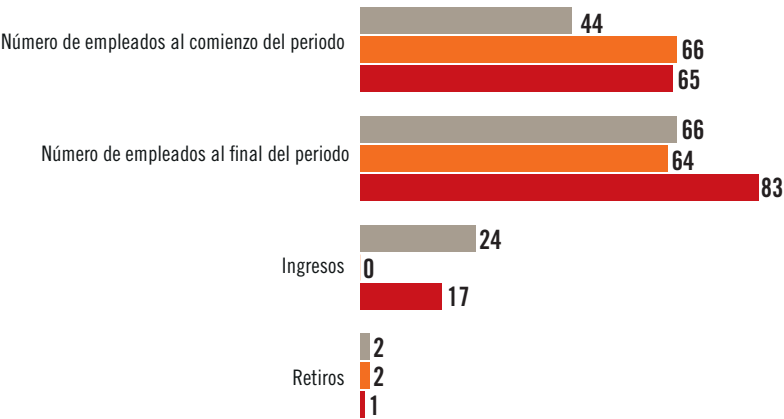


18. Se rectificó la tasa de rotación de los años 2014 y 2015 debido a un cambio en la fórmula.

TASA DE ROTACIÓN ANUAL

2014 2015 2016

República Dominicana



PERSONAS QUE DEJARON SU EMPLEO SEGÚN CAUSA

2014 2015 2016

	Colombia	Ecuador	México	Panamá	Perú	República Dominicana
Despido		0 1 3			60	
Mutuo acuerdo	57 31 3	0 0 0	5 4 3	46 22 20	0 1 2	1 0 1
Renuncia	115 84 66	2 1 1	13 11 20	155 153 154	2 6 82	1 1 1
Jubilación	2 0 0	0 0 0	0 0 0	0 0 0	0 0 0	0 0 0
Fallecimiento	1 1 0	0 0 0	1 1 0	0 0 2	0 0 0	0 1 0
Otros ¹⁹	34 49 38	0 0 2	13 20 7	8 115 101	5 4 126	0 0 0
Total	209 165 107	2 2 6	32 36 30	285 290 277	7 11 270	2 2 2

19. Este ítem incluye las terminaciones de contrato con o sin justa causa y periodos de prueba.

PROMOCIÓN DE PERSONAL, PRIMERA FUENTE DE INCORPORACIÓN

PERSONAS QUE RECIBIERON ASCENSOS
(número)

	2014	2015	2016
Colombia	77 	83 	74 
Ecuador		1 	2 
México		9 	9 
Panamá		14 	3 
Perú		8 	24 
República Dominicana		3 	2 

PUESTOS VACANTES OCUPADOS POR PERSONAL INTERNO
(porcentaje)

	2014	2015	2016
Colombia	 25,81%	 34,19%	 50,8%
Ecuador		 0%	 33%
México		 44%	 20,4%
Panamá		 23%	 2,54%
Perú		 4%	 11%
República Dominicana		 100%	 0%

EN COLOMBIA, TERPEL LE APUESTA A LA INCLUSIÓN LABORAL

- En el marco de su compromiso con la Inclusión, Terpel llevó a cabo una alianza con la Fundación Best Buddies para ampliar las oportunidades laborales a personas con discapacidad.
- Otra de las iniciativas durante 2016, fue la vinculación de la compañía al programa *40 mil Primeros Empleos* que impulsa el Gobierno Nacional, a través del cual se brinda la oportunidad a jóvenes entre 18 y 28 años de edad y sin experiencia laboral, para que la adquieran dentro de un ambiente de trabajo real.

EN PERÚ, TERPEL ES EJEMPLO DE BUEN EMPLEADOR

Pensando en el bienestar de los empleados de las EDS, la compañía vinculó a este grupo a través de contratación directa, ofreciéndoles excelentes condiciones laborales y programas de bienestar para ellos y sus familias.

Por consiguiente, se creó el programa *Marca Empleadora*, generando bolsas laborales a través de medios en línea como: LinkedIn, Aptitus y Bumeran. Además se adelantaron alianzas con gobiernos locales, para generar empleo en la zona de apertura de las EDS y reforzar las relaciones institucionales.

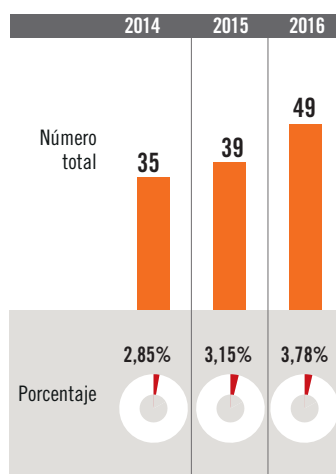
Plena libertad de asociación para los empleados de Terpel

Principios del Pacto Mundial 3

La organización aseguró a sus trabajadores el ejercicio libre y sin restricciones de su derecho a asociarse.

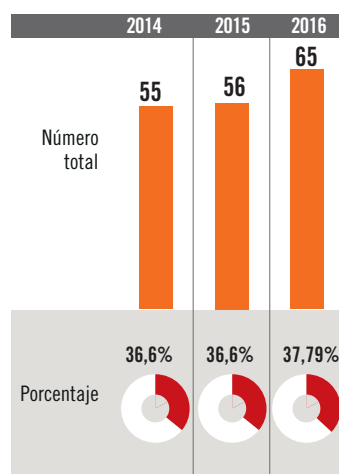
EMPLEADOS SINDICALIZADOS

Colombia



EMPLEADOS SINDICALIZADOS

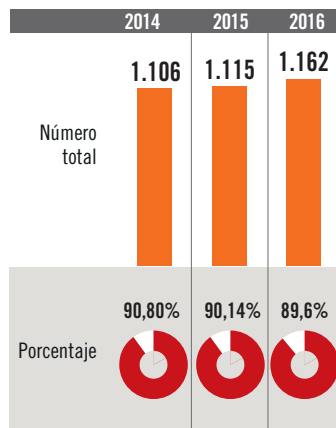
México



TERPEL COLOMBIA firmó nuevo Pacto Colectivo con vigencia de dos años.

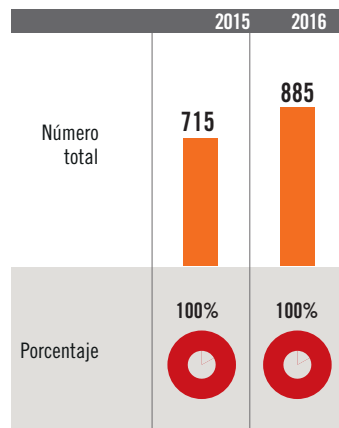
EMPLEADOS CUBIERTOS POR EL PACTO COLECTIVO

Colombia



EMPLEADOS CUBIERTOS POR EL PACTO COLECTIVO

Panamá



Terpel fortaleció su evaluación de desempeño

La compañía desarrolla a sus trabajadores a través de la evaluación de desempeño, generando planes de acción individuales y por equipos, que potencian el intercambio de saberes, las mejores prácticas, la generación de conocimiento y el crecimiento.

En Colombia, 1.157 empleados recibieron evaluación de desempeño, lo que equivale al 89,2% de la plantilla de personal de este país. A continuación se presentan las cifras de esta evaluación según su cargo y género:

EN ECUADOR, la compañía divulgó la política de evaluación del desempeño con un enfoque cualitativo y cuantitativo, lo que dio paso a definir la metodología a utilizar, los parámetros y la escala de medición para implementar la primera evaluación al año siguiente.

EN REPÚBLICA DOMINICANA se realizó por primera vez la evaluación 360° con el 100% de los empleados de la operación y posterior a este proceso, hizo retroalimentación a las personas y estructuró parte del plan de trabajo para continuarlo en 2017.

PERSONAL QUE PRESENTÓ EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO EN COLOMBIA					
Hombres Mujeres		2014	2015	2016	
Directivos		0	18	20	
		0	7	7	
Ejecutivos		0	28	31	
		0	23	26	
Profesionales		18	206	246	
		10	211	247	
Otros cargos		171	151	438	
		2	110	142	
Total de personas que recibieron evaluaciones de desempeño		201	754	1.157	

Terpel está comprometido con el crecimiento integral de las personas

La actitud de servicio, la orientación a resultados y la disciplina estratégica, fueron los propósitos que inspiraron los procesos de capacitación y desarrollo para quienes hacen parte del equipo Terpel, en donde promueven espacios de capacitación que les permite 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.

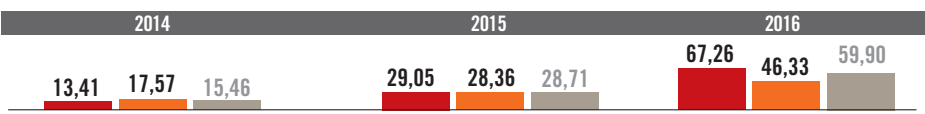
CIFRAS DE FORMACIÓN EN TERPEL

	INVERSIÓN EN FORMACIÓN (PESOS)		
	2014	2015	2016
Colombia	848.226.334	1.963.065.516	2.267.543.208
Ecuador	17.452.000	19.926.114	46.787.070,32 ²⁰
México	970.600.000	26.600.142	40.136.236,66 ²¹
Panamá	201.587.736	412.997.298	567.095.180,77 ²²
Perú	21.704.739	64.030.927	19.984.550,51 ²³
República Dominicana	39.598.000	150.869.008	129.600.000

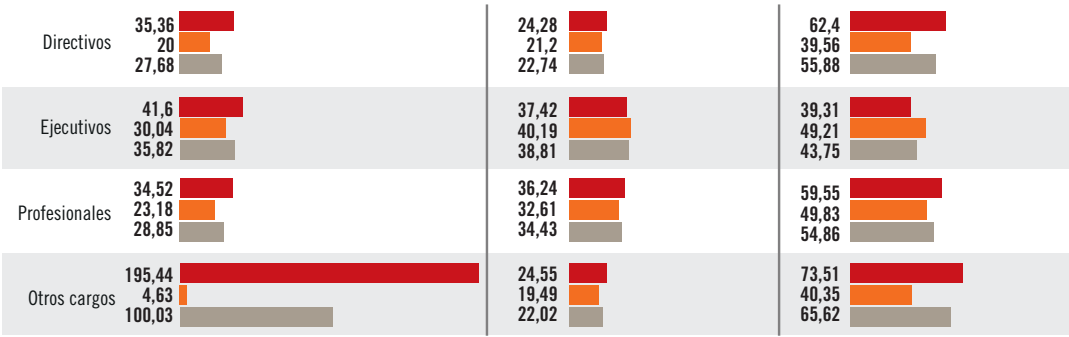
20. Convertido de 15.592 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2016 de: 3.000,71
21. Convertido de 13.375,58 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2016 de: 3.000,71
22. Convertido de 188.987 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2016 de: 3.000,71
23. Convertido de 22.444 nuevos soles a dólares según TRM promedio (Perú) 2016 de: 3,37 y a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2016 de: 3.000,71.

PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN GÉNERO, COLOMBIA

Hombres Mujeres Total

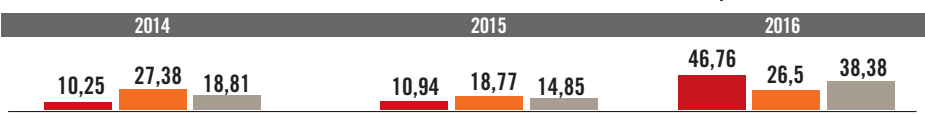


PROMEDIO HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO, ECUADOR

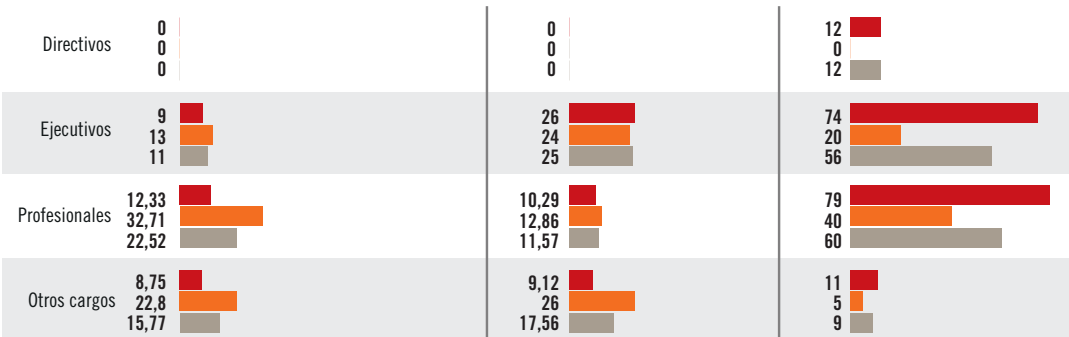


PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN GÉNERO, ECUADOR

Hombres Mujeres Total

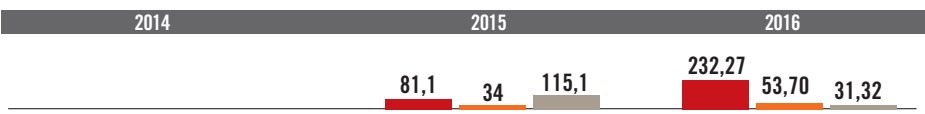


PROMEDIO HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO, ECUADOR

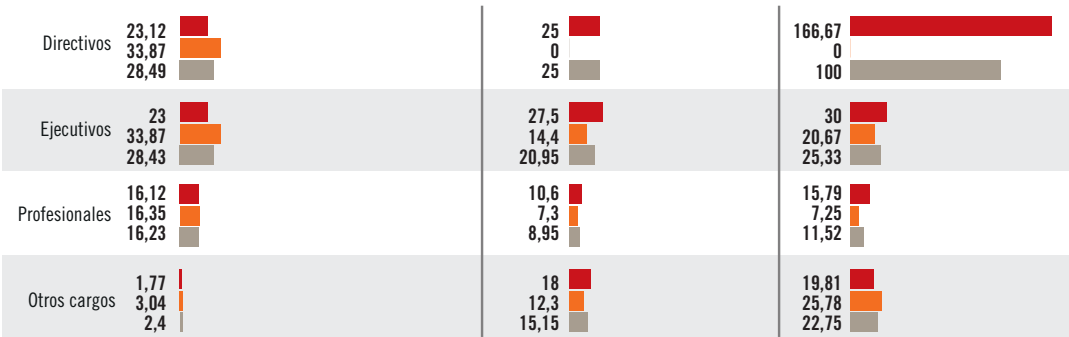


PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN GÉNERO, MÉXICO

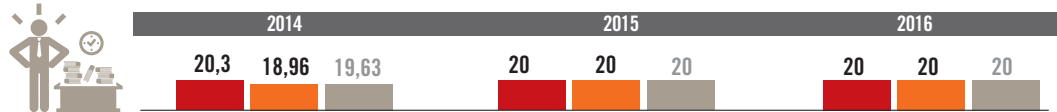
Hombres Mujeres Total



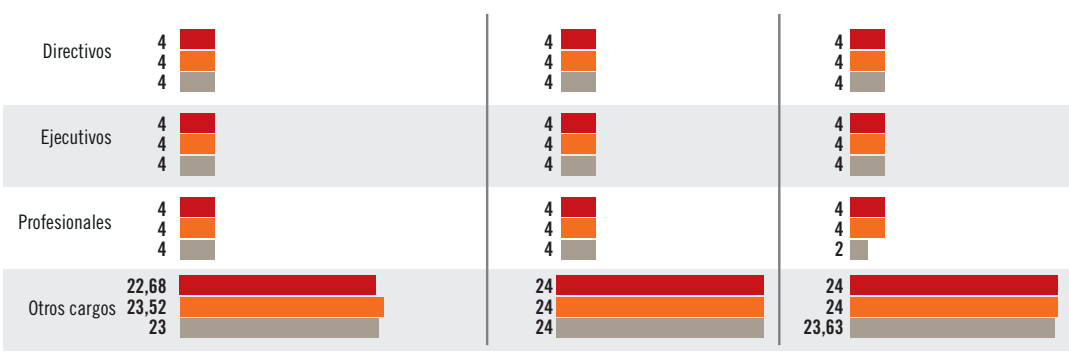
PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN GÉNERO, MÉXICO



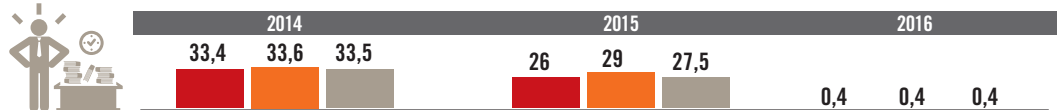
PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN GÉNERO, PANAMÁ



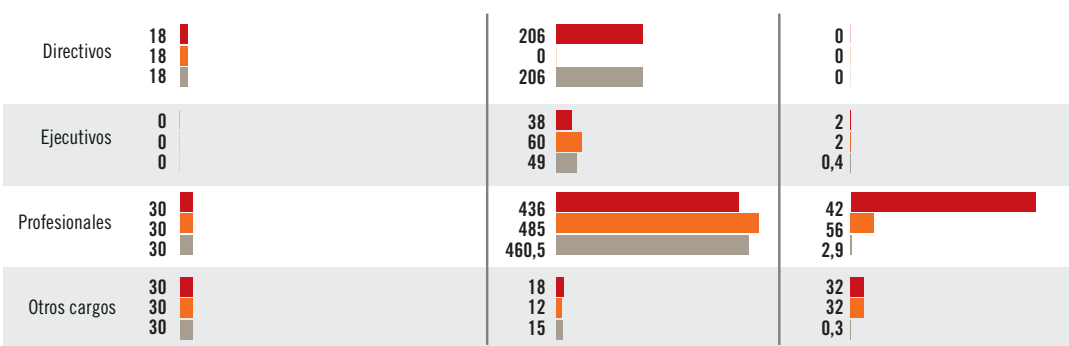
PROMEDIO HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO, PANAMÁ



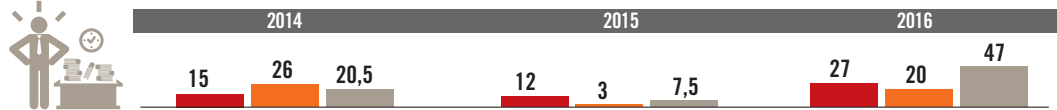
PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN GÉNERO, PERÚ



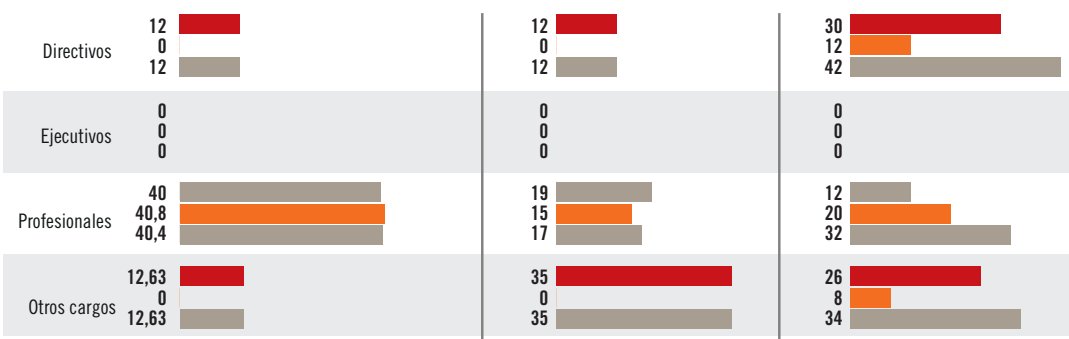
PROMEDIO HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO, PERÚ



PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN GÉNERO, REPÚBLICA DOMINICANA



PROMEDIO HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO, REPÚBLICA DOMINICANA



Formación Terpel en Colombia



Formación para el
99% de la planta interna del personal



68% de personal interno cubierto con auxilio educativo



Más de
77 mil horas de formación



2.267 millones de pesos invertidos en formación



Disposición de
3 mallas curriculares de contenido propio y homologables en instituciones de educación superior



Más de
7.000 personas capacitadas a nivel externo

TERPEL COLOMBIA afianzó las competencias de liderazgo de 67 empleados.

ClaseT más allá de los indicadores de cobertura

ClaseT promueve más de 50 cursos virtuales, con contenidos exigibles, de negocio y vocacionales, que los hace homologables en instituciones de educación superior, en aras de profesionalizar el talento en competencias laborales.

TERPEL RECIBIÓ SELLO DE BUENAS PRÁCTICAS POR SU CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

Icontec y la Cámara de Comercio de Bogotá reconocieron el trabajo de innovación desarrollado a través del Sistema de Gestión de Innovación, que cumple con el referente de la norma NTC 5801-5202 en Gestión de Investigación, Desarrollo e Innovación.

EN Súper-T SE RECONOCEN EL SERVICIO, LA INNOVACIÓN Y LA EXCELENCIA

Terpel reconoció a 554 empleados, que frente a labores y acciones clave para la compañía, se desempeñaron con excelencia y a quienes fueron excepcionales, es decir, aportaron más de lo esperado.

Terpel genera capacidades y fortalece habilidades laborales o de liderazgo en sus países de operación



EN ECUADOR, con el fin de tomar las mejores decisiones de manera oportuna y asertiva, se brindó capacitación a 5 asesores comerciales quienes fortalecieron sus competencias de cargo, desarrollaron habilidades para el análisis de problemas y plantearon soluciones a los mismos. El resultado evidenciado fue una gestión comercial más profesional y estructurada, así como el análisis y la solución de problemas con mayor efectividad.

EN MÉXICO, se capacitó a 30 empleados con personal a cargo haciendo énfasis en trabajo en equipo y la importancia



de la retroalimentación en los procesos.

EN PANAMÁ, se fomentó el liderazgo de los administradores de EDS y supervisores de turno a través de capacitación orientada a la gestión de competencias del personal en cada punto de venta.



Asimismo, entregó las herramientas necesarias a todo su personal para el desarrollo del *Proyecto de Eficiencia Terpel (PET)* permitiendo así la identificación

de mejoras a los procesos, políticas y oferta de capacitación. Finalmente, realizó cambios a la estructura de la *Escuela de Pisteros*, con el propósito de fortalecer el aspecto de servicio al cliente. En este sentido se incluyó el módulo *Échale Ganas*, que consiste en ofrecer un mejor servicio al cliente, mediante un exclusivo plan de incentivos y que invita a transmitir el orgullo de trabajar para la marca #1 de Panamá y así generar experiencias memorables a sus clientes. Los resultados se pueden ver a través del indicador de servicio que pasó de 51% en el 2015 a 62% 2016.

EN PERÚ, se estableció un plan de capacitación dirigido al personal de EDS, mediante una

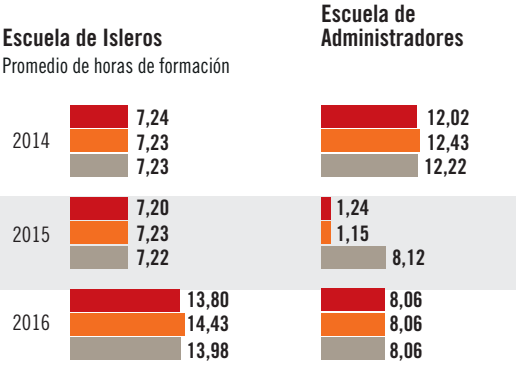
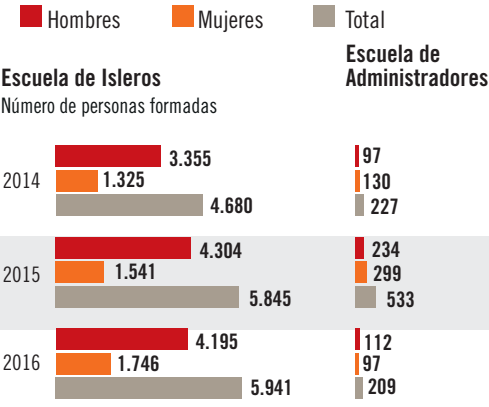
estructura modular que integró temas de procedimientos generales, alineación de cultura, gestión de personal y nuevos roles, protocolos de atención, sistemas de gestión, procesos de calidad y salud y seguridad; y para los jefes, coordinadores y personal operativo se desarrolló el entrenamiento *Somos Líderes en Servicio*. Como resultado, se logró reforzar en los empleados, la identidad con la organización, el manejo de equipos y la adquisición de herramientas para desplegar su liderazgo en las tareas encomendadas.



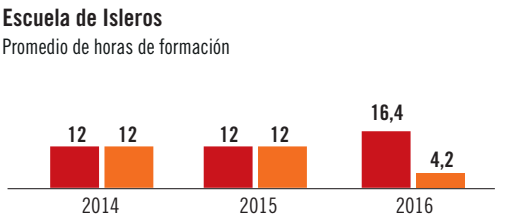
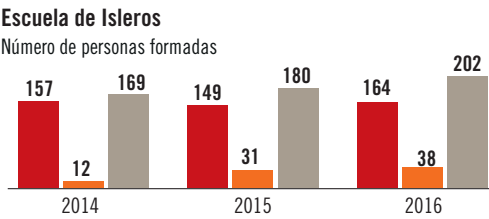
Escuelas Terpel un espacio de formación para aliados y clientes

Más de seis años ofreciendo formación integral, entrenando y compartiendo la pasión por el servicio en la Escuela de Isleros y la Escuela de Administradores.

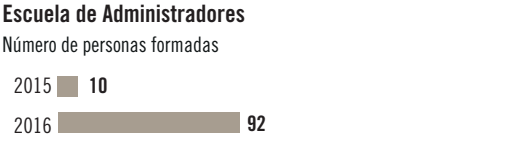
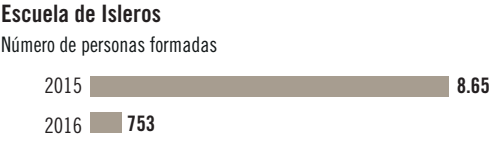
COLOMBIA



ECUADOR

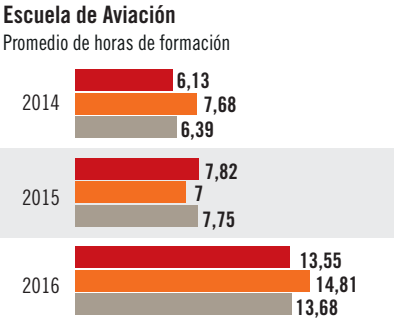
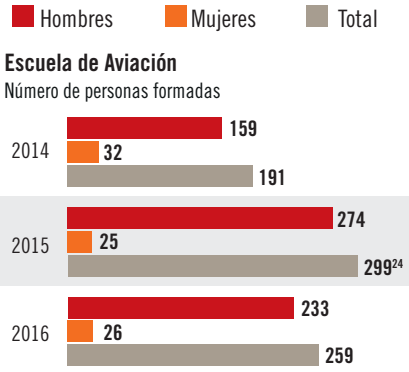


PANAMÁ



En la *Escuela de Aviación*, Terpel genera capacidades y comparte buenas prácticas sobre el negocio. En 2016 capacitó a 259 empleados de sus clientes.

COLOMBIA



REPÚBLICA DOMINICANA



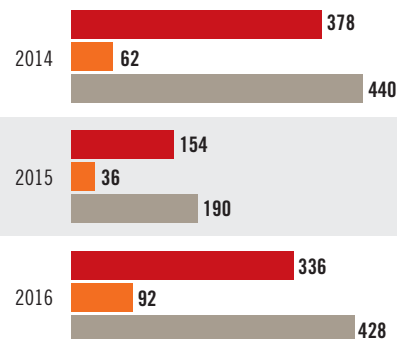
En la *Escuela de Industria*, Terpel comparte las mejores prácticas de operación y manejo de combustible y resalta la importancia del cuidado ambiental.

COLOMBIA

■ Hombres ■ Mujeres ■ Total

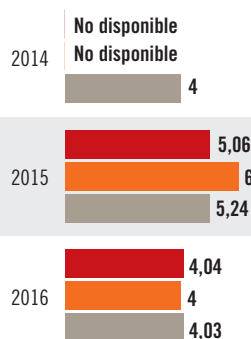
Escuela de Industria

Número de personas formadas



Escuela de Industria

Promedio de horas de formación



Terpel trabaja para proveer espacios de trabajo seguros y saludables

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

EN ECUADOR, se adelantaron diferentes acciones en pro de cuidar la salud y seguridad de sus empleados, entre éstas se destacan:

- Curso de manejo defensivo para evitar accidentes con el objetivo de reforzar las técnicas y conocimientos de conducción seguro.
- Difusión e implementación del programa de alcohol y drogas a través de 6 charlas emitidas por el médico ocupacional de la compañía.
- Renovación de la flota vehicular y cumplimiento del plan de mantenimiento de acuerdo con los kilómetros recorridos.

- Inspecciones periódicas en las EDS, por medio de una lista de chequeo operacional que incluye a las áreas de seguridad, medio ambiente e imagen, elaborando un acta por cada visita.

EN PANAMÁ, la compañía promovió la prevención y atención de emergencias, mediante el desarrollo de talleres con personal de oficina en primeros auxilios, manejo de extintores y bitácora ambiental.

EN PERÚ, un equipo multidisciplinario protege la salud y seguridad de los empleados. En 2016, se incorporó a un médico ocupacional y una trabajadora social como apoyo a las necesidades del personal en temas que requieran el cuidado físico y psicológico de los empleados.

Cifras que reflejan las prácticas para proteger la salud y seguridad

Terpel mantuvo la implementación de su Sistema de Salud, Seguridad, Ambiente y Calidad (SSAC) en todos los países.

COLOMBIA

	2014			2015			2016		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Fatalidades relacionadas con el trabajo (número total)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total índice de días perdidos de empleados (Tasa de siniestralidad (No. De días perdidos x 100) / Cantidad promedio de trabajadores)			13,47	4,61	4,63	4,62	8,42	23,08	13,73
Total índice de severidad de empleados (Número de ausencias en el año / total de trabajadores en el año) x 100	0,9	0,8		1,42	0,60	1,12	1,35	1,58	1,43
Total índice de accidentalidad de empleados (Número de eventos / horas hombre trabajadas) x 1'000.000			8,93	11,25	3,98	8,44	12,26	9,0	11,10
Total tasa de frecuencia de días perdidos por lesiones de empleados (Número de accidentes laborales incapacitantes x 1'000'000 / Horas Hombre Trabajadas)			3,28	5	1,99	3,84	4,60	5,54	4,93
Total tasa de frecuencia de enfermedad ocupacional en empleados OIFR (Número de enfermedades laborales reconocidas en el año / 1'000.000 de horas trabajadas)			0			1			0
Número de empleados cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad							355	33	388

CONTRATISTAS EN COLOMBIA

	2014	2015	2016
Fatalidades relacionadas con el trabajo (número total)	1	0	1 ²⁵
Tasa de accidentalidad: (Número de eventos x 100) / Cantidad total de trabajadores	0,029	0,26	0,18
Tasa de frecuencia de días perdidos por lesiones (TFDPL) (Número de días de incapacidad / millones de horas trabajadas)	4	2,4	1,26
Total contratistas cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevado de enfermedad			1.760

25. Caso reportado en la vía Mocoa – San Juan de Villalobos en el departamento de Putumayo, cuando un tracto camión que transportaba ACPM se salió de la vía, donde falleció su conductor.

ECUADOR

	2016		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Fatalidades relacionadas con el trabajo (número total)	0	0	0
Total índice de días perdidos de empleados <i>(Tasa de siniestralidad. No. De días perdidos x 100. / Cantidad promedio de trabajadores)</i>	0	0	0
Total índice de severidad de empleados <i>(Número de ausencias en el año / total de trabajadores en el año) x 100</i>	0	0	0
Total índice de accidentalidad de empleados <i>(Número de eventos / horas hombre trabajadas) x 1'000.000</i>	0	0	0
Total tasa de frecuencia de días perdidos por lesiones de empleados <i>(Número de accidentes laborales incapacitantes x 1'000'000 / Horas Hombre Trabajadas)</i>	0	0	0
Total tasa de frecuencia de enfermedad ocupacional en empleados OIFR <i>(Número de enfermedades laborales reconocidas en el año / 1'000.000 de horas trabajadas)</i>	0	0	0
Número de empleados cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad	0	0	0

Los buenos resultados en Ecuador son producto de las iniciativas de capacitación sobre manejo defensivo y charlas de seguridad con los empleados, acciones que permitieron evitar cualquier tipo de accidente.

MÉXICO

	2016		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Fatalidades relacionadas con el trabajo (número total)	0	0	0
Total índice de días perdidos de empleados <i>(Tasa de siniestralidad (No. De días perdidos x 100) / Cantidad promedio de trabajadores)</i>	81,81	5,45	87,26
Total índice de severidad de empleados <i>(Número de ausencias en el año / total de trabajadores en el año) x 100.</i>	51,98	22,77	74,75
Total índice de accidentalidad de empleados <i>(Número de eventos / horas hombre trabajadas) x 1'000.000</i>	16,52	5,51	22,03
Total tasa de frecuencia de días perdidos por lesiones de empleados <i>(Número de accidentes laborales incapacitantes x 1'000'000 / Horas Hombre Trabajadas)</i>	16,52	5,51	22,03
Total tasa de frecuencia de enfermedad ocupacional en empleados OIFR <i>(Número de enfermedades laborales reconocidas en el año / 1'000.000 de horas trabajadas)</i>	0	0	0
Número de empleados cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad	71	15	86

PANAMÁ

	2016		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Fatalidades relacionadas con el trabajo (número total)	0	1	1*
Total índice de días perdidos de empleados <i>(Tasa de siniestralidad (No. De días perdidos x 100) / Cantidad promedio de trabajadores)</i>	8,04	14,16	22,20
Total índice de severidad de empleados <i>(Número de ausencias en el año / total de trabajadores en el año) x 100</i>	7,65	12,78	20,43
Total índice de accidentalidad de empleados <i>(Número de eventos / horas hombre trabajadas) x 1'000.000</i>			3,70
Total tasa de frecuencia de días perdidos por lesiones de empleados <i>(Número de accidentes laborales incapacitantes x 1'000'000 / Horas Hombre Trabajadas)</i>			3,33
Total tasa de frecuencia de enfermedad ocupacional en empleados OIFR <i>(Número de enfermedades laborales reconocidas en el año / 1'000.000 de horas trabajadas)</i>			0
Número de empleados cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad			0

*La fatalidad se presentó en una caseta de cobro, cuando un sujeto impacta con arma de fuego a una colaboradora quien muere tras el hecho.

PERÚ

	2016		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Fatalidades relacionadas con el trabajo (número total)	0	0	0
Total índice de días perdidos de empleados (Tasa de siniestralidad (No. De días perdidos x 100) / Cantidad promedio de trabajadores)	0	126.25	126.25
Total índice de severidad de empleados (Número de ausencias en el año / total de trabajadores en el año) x 100	0	349.375	349.375
Total índice de accidentalidad de empleados (Número de eventos / horas hombre trabajadas) x 1'000.000	0	3.038	3.038
Total tasa de frecuencia de días perdidos por lesiones de empleados (Número de accidentes laborales incapacitantes x 1'000'000 / Horas Hombre Trabajadas)	0	0	0
Total tasa de frecuencia de enfermedad ocupacional en empleados OIFR (Número de enfermedades laborales reconocidas en el año / 1'000.000 de horas trabajadas)	0	0	0
Número de empleados cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad	-	-	320

REPÚBLICA DOMINICANA

	2016		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Fatalidades relacionadas con el trabajo (número total)			0
Total índice de días perdidos de empleados (Tasa de siniestralidad (No. De días perdidos x 100) / Cantidad promedio de trabajadores)	17.5	15	32.5
Total índice de severidad de empleados (Número de ausencias en el año / total de trabajadores en el año) x 100	12	2	14
Total índice de accidentalidad de empleados (Número de eventos / horas hombre trabajadas) x 1'000.000			0
Total tasa de frecuencia de días perdidos por lesiones de empleados (Número de accidentes laborales incapacitantes x 1'000'000 / Horas Hombre Trabajadas)			0
Total tasa de frecuencia de enfermedad ocupacional en empleados OIFR (Número de enfermedades laborales reconocidas en el año / 1'000.000 de horas trabajadas)			0

COMITÉS DE SALUD Y SEGURIDAD EN 2016

	COLOMBIA	ECUADOR ²⁶	MÉXICO ²⁷	PANAMÁ	PERÚ ²⁸	REPÚBLICA DOMINICANA
Número de empleados que participan	8	6	30	13	4	9
Número de directivos que participan	8	6	2	0	2	0
Porcentaje de trabajadores representados	100%	100%	100%	100%	100%	100%

26. Comité Paritario conformado de acuerdo con las exigencias de la regulación ecuatoriana.
27. Comisión de Seguridad e Higiene Laboral, supervisa los centros de trabajo a fin de detectar condiciones inseguras.
28. 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.

Terpel atiende necesidades de bienestar de sus empleados

En Colombia, Teleapoyo, para lograr un balance personal y laboral

Pensando en el bienestar emocional de sus empleados, Terpel ha dispuesto para ellos una línea telefónica a través de la cual un equipo de profesionales brinda acompañamiento psicológico especializado y totalmente confidencial a quienes así lo requieran. Temas como

conflictos con otras personas, sentimientos de angustia, estrés, un duelo por la pérdida de un ser querido, entre otros, pueden ser expuestos por los trabajadores y su grupo familiar por medio de la línea a nivel nacional.

**LOS EMPLEADOS
HAN RECIBIDO:**

93%

OPTARON DE MANERA VOLUNTARIA POR EL AUXILIO DE MEDICINA PREPAGADA

68%

HAN SIDO CUBIERTOS POR EL AUXILIO EDUCATIVO

100%

TIENEN ACCESO A LA PLATAFORMA CENTRAL DEL EMPLEADO

En México,
Tu Club
Gazel, más que un Club

Se implementó la nueva plataforma social para los empleados de Terpel en México, que les permite interactuar como una red interna e incluye temas de bienestar, capacitación y reconocimiento. Se espera que el total de trabajadores acceda a esta herramienta para generar una relación más cercana entre ellos y con los temas de interés que les ofrece la compañía.

Canales para una comunicación abierta en Terpel

La compañía promueve una comunicación abierta con sus empleados, para ello pone a su disposición canales de comu-

nicación que les permita ser escuchados en cualquier nivel, dando una oportuna y eficaz respuesta a sus inquietudes.

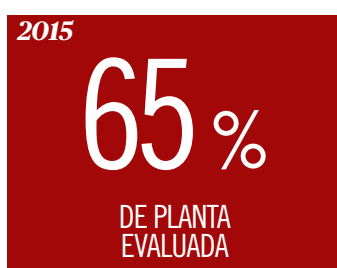
EN COLOMBIA, TERPEL HIZO SU 4TA CORRERÍA NACIONAL DE TALENTO HUMANO

La Vicepresidencia de Talento Humano continuó incentivando la cultura de diálogo abierto con todos sus empleados, mediante visitas a 29 centros de trabajo y 35 reuniones, en las que participó un total de 836 trabajadores, cuyo tema principal fue la aceptación y el perdón. Estas reuniones, que se han convertido en espacios de construcción participativa en Colombia, permitieron fortalecer aspectos que son necesarios para el contexto de reconciliación y paz en el que se encuentra el país.

En Colombia, la satisfacción interna sobrepasó la meta en Terpel

Con base en los resultados de la encuesta anual para medir la satisfacción de los empleados, la compañía planea las acciones que redunden en un entorno laboral satisfactorio. En la encuesta de 2016, participaron 989 personas que equivalen al 76% de la planta de personal, lo que superó en un 14% la muestra establecida y el resultado de 84,2% de satisfacción excedió la meta de 83%.

SATISFACCIÓN DE EMPLEADOS EN COLOMBIA



ESTE MISMO EJERCICIO

se realizó por primera vez en Perú, obteniendo 82% en el nivel de satisfacción. La compañía espera superar este resultado en tres puntos para el año 2017.



TERPEL SE RETA EN 2017 A:

- Colombia
- ▶ Consolidar la plataforma Central del Empleado, al incluir el 100% de las hojas de vida de los empleados de la compañía.
 - ▶ Posicionar a Terpel como una marca empleadora externa.
 - ▶ Fortalecer las comunicaciones internas.
 - ▶ Implementar herramientas tecnológicas que faciliten la gestión de recursos humanos.
 - ▶ Fortalecer la comunicación con los empleados a través de los contratos colectivos.
 - ▶ Simplificar un 10% de los subprocesos de la compañía.
 - ▶ Redefinir las megas y Visión de la compañía.
 - ▶ Consolidar el programa de inclusión laboral en Terpel.

Calidad

GRI 6 4-19 6 4-20 6 4-21 6 4-27

Asunto material:Acompañamiento a afiliados,
proveedores, clientes y
consumidores

DESARROLLO DE LOS PROVEEDORES



¿Cuál es el compromiso de Terpel con el desarrollo de los proveedores?

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.

Colombia

Terpel presenta su gestión de compras

La compañía cree en el potencial que tienen las regiones donde hace presencia y por ello da prioridad a las compras

locales, generando ingresos y empleo en los entornos inmediatos donde desarrolla su operación.

96,8%

PROVEEDORES LOCALES

71%

COMPRAS NACIONALES

COMPRAS²⁹

	2014	2015	2016
Compras nacionales (millones de pesos)	 11.468.789	 10.885.855	 10.776.649
Compras importadas (millones de pesos)	 659.120,10	 725.546,70	 575.009,90
Compras nacionales (porcentaje)	 95%	 94%	 95%

PROVEEDORES

	2014	2015	2016
Total proveedores (número)	 1.624	 2.463	 2.634
Proveedores locales (número)	 1.514	 2.382	 2.549
Porcentaje proveedores locales (porcentaje)	 93,22%	 96,71%	 97%

TERPEL
realizó
compras
a 1.315
proveedores
en 2016.



29. Estas cifras incluyen servicios de transporte terrestres, de poliducto y de combustibles, biocombustibles, bienes y servicios.

COMPRAS SEGÚN TIPO (PORCENTAJE)

	MATERIA PRIMA	SUMINISTROS Y SERVICIOS	OBRAS CIVILES	COMBUSTIBLE LIQUIDO Y BIOCOMBUSTIBLE	GAS	BASES Y ADITIVOS	TRANSPORTE
2014	0,004%	2%	0,4%	90%	2%	0,5%	5%
2015	0,005%	2%	0,4%	89%	3%	0,7%	5%
2016	0,009%	2%	0,5%	88%	3%	0,8%	6%



	2014	2015	2016
Valor anual de compras de combustible líquido y biocombustible (millones de pesos)	10.889.184,00	10.299.672	9.959.225,00
Valor anual de compras de gas (millones de pesos)	300.817	347.498	321.903
Valor anual de compras bases y aditivos (millones de pesos)	59.808,90	75.526,90	86.670,80
Vía terrestre	173.143	197.405	213.015,60
Valor anual de transporte y movilización de combustible (millones de pesos)	Poliducto 403.633	436.132	468.795
Total	576.776	633.537	681.811

Ecuador
98%

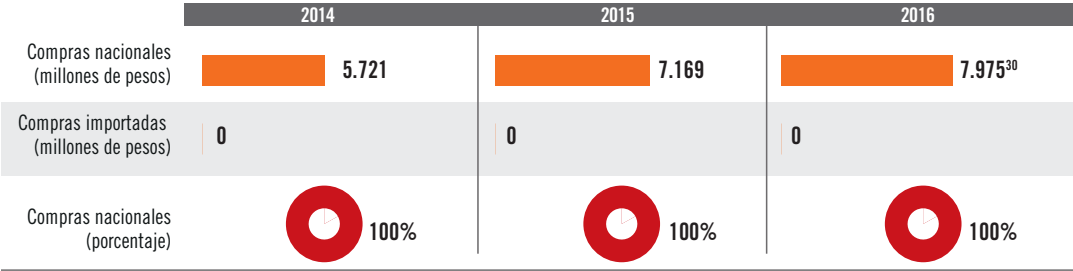
PROVEEDORES LOCALES

100%

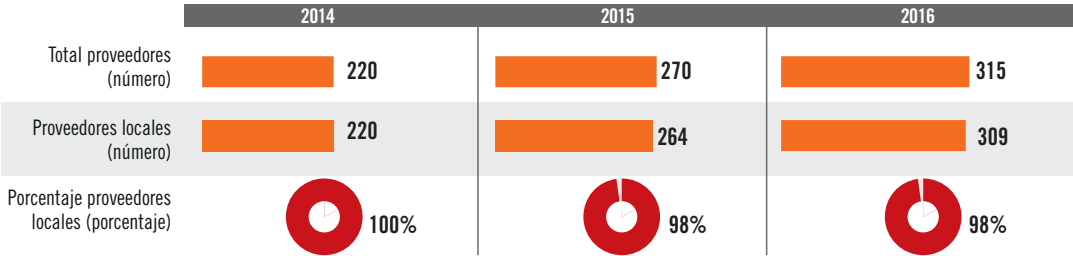
COMPRAS NACIONALES*

* Aunque se compra a un solo proveedor extranjero este cuenta con un representante local, realizando el pago localmente.

COMPRAS



PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS



COMPRAS SEGÚN TIPO (PORCENTAJE)

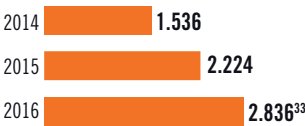
	SUMINISTROS Y SERVICIOS	OBRAS CIVILES	TRANSPORTE
2014	63%	11%	26%
2015	55%	14%	31%
2016	54%	13%	33%

LA OPERACIÓN
EN ECUADOR
realizó
compras de
lubricantes y
aditivos por un
valor de 155
millones de
pesos.³²

VALOR ANUAL DE COMPRAS DE COMBUSTIBLE LÍQUIDO
(millones de pesos)



VALOR ANUAL DE TRANSPORTE Y MOVILIZACIÓN DE COMBUSTIBLE VÍA TERRESTRE
(millones de pesos)



30. Convertido de 2.657.777 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2016 de: 3.000,71
31. Convertido de 149.522.729 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2016 de: 3.000,71.
32. Convertido de 945.127 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2016 de: 3.000,71.
33. Convertido de 4,98 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2016 de: 3.000,71.

México

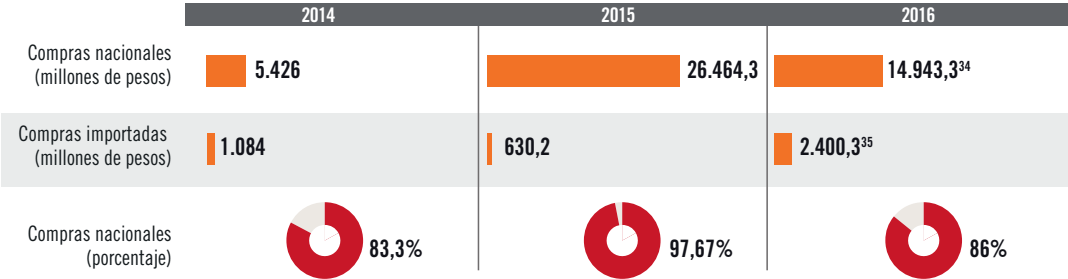
97%

PROVEEDORES LOCALES

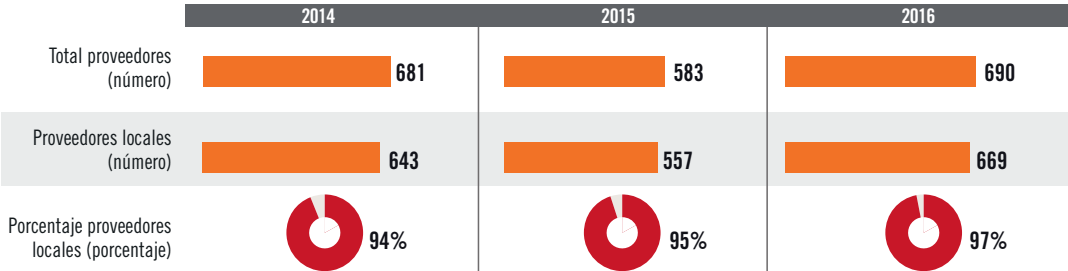
86%

COMPRAS NACIONALES

COMPRAS



PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS



COMPRAS SEGÚN TIPO (PORCENTAJE)

	MATERIA PRIMA	SUMINISTROS Y SERVICIOS	OBRAS CIVILES	TRANSPORTE	OTROS
2014	36%	51%	11%	1%	1%
2015	0,34%	84,44%	14,56%	0,65%	0%
2016	6%	64%	28%	2%	0%



VALOR ANUAL DE COMPRAS DE GAS (millones de pesos)



34. Convertido de 0,80 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2016 de: 3.000,71.

35. Convertido de 5,74 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2016 de: 3.000,71

36.Convertido de 51.720 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2016 de: 3.000,71.

Panamá

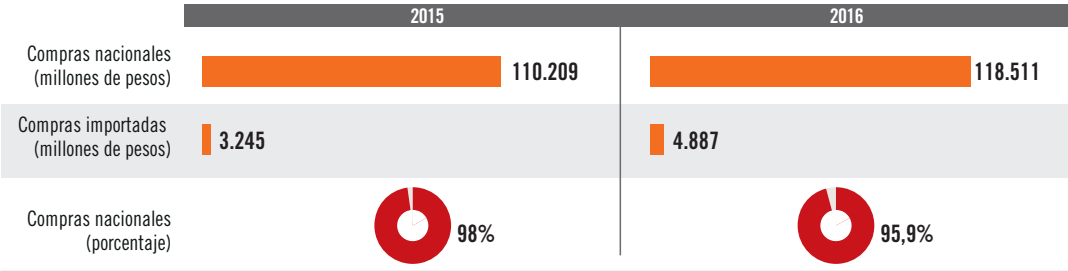
94,6%

PROVEEDORES LOCALES

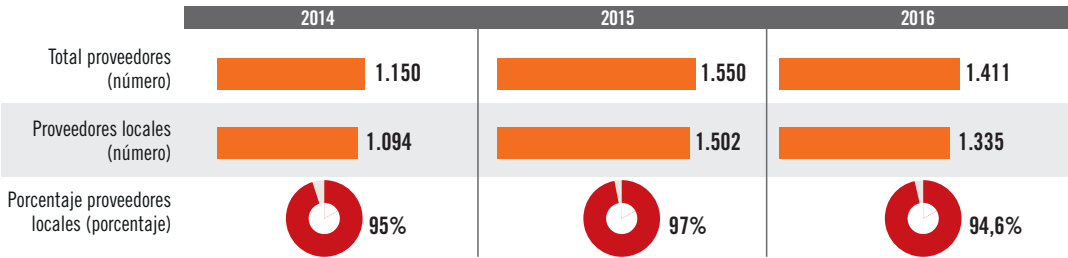
95,9%

COMPRAS NACIONALES

COMPRAS



PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS



COMPRAS SEGÚN TIPO (PORCENTAJE)

	SUMINISTROS Y SERVICIOS	OBRAS CIVILES	TRANSPORTE	OTROS
2014	No aplica	1%	93%	6%
2015	57%	43%	No aplica	57%
2016	77.26%	16.60%	6.15%	No aplica

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

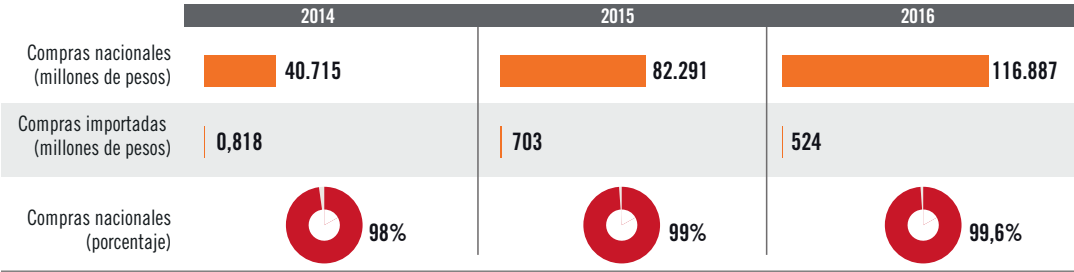
99%

PROVEEDORES LOCALES

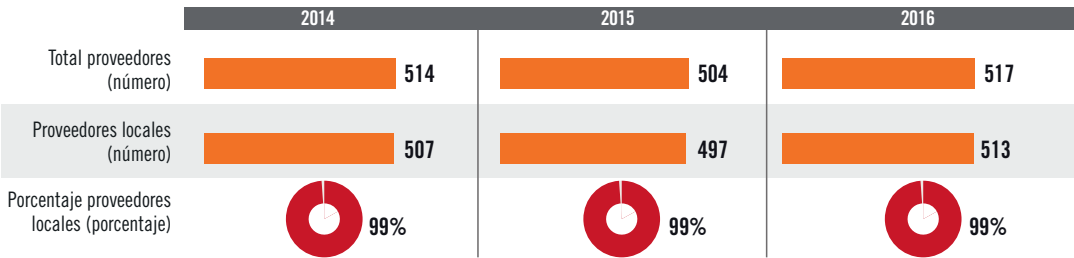
99,6%

COMPRAS NACIONALES

COMPRAS



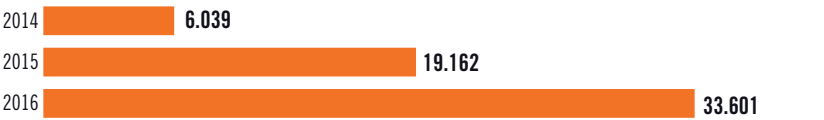
PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS³⁷



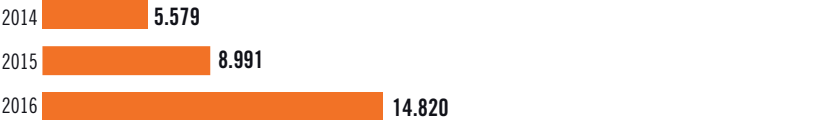
COMPRAS SEGÚN TIPO (PORCENTAJE)

	SUMINISTROS Y SERVICIOS	OBRAS CIVILES	TRANSPORTE	OTROS
2014	78%	15%	0%	6%
2015	87%	9%	0%	4%
2016	0%	94%	3%	0%

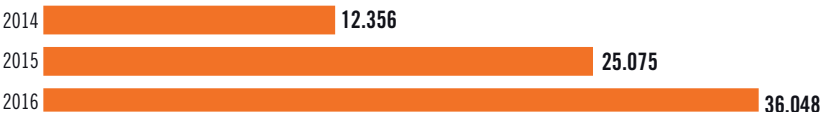
VALOR ANUAL DE COMPRAS DE COMBUSTIBLE LÍQUIDO (millones de pesos)



VALOR ANUAL DE COMPRAS DE GAS LICUADO DE PETRÓLEO (millones de pesos)



VALOR ANUAL DE COMPRAS DE GAS (millones de pesos)



37. Se ajustaron las cifras de acuerdo a revisión interna.

República Dominicana

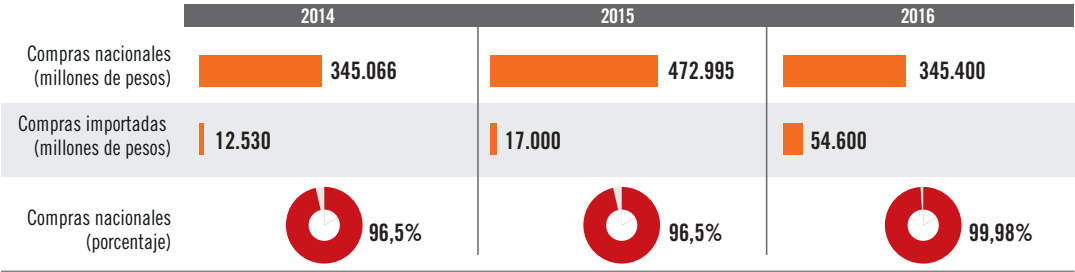
94%

PROVEEDORES LOCALES

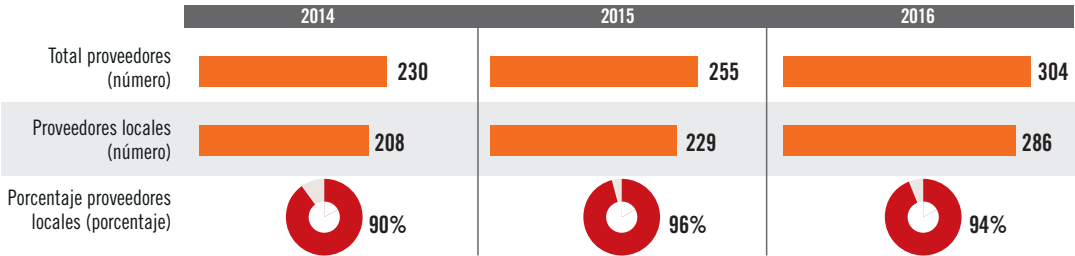
99,8%

COMPRAS NACIONALES

COMPRAS



PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS



COMPRAS SEGÚN TIPO

	MATERIA PRIMA	SUMINISTROS Y SERVICIOS	OBRAS CIVILES	TRANSPORTE	OTROS
2014	96%	0%	0%	4%	0%
2015	85%	3%	2%	10%	0%
2016	79%	6%	0%	2%	13%

VALOR ANUAL DE COMPRAS DE COMBUSTIBLE LÍQUIDO
(millones de pesos)



VALOR ANUAL DE TRANSPORTE Y MOVILIZACIÓN DE COMBUSTIBLE VÍA TERRESTRE
(millones de pesos)



Terpel extiende su compromiso con los Derechos Humanos y cuenta con herramientas que promueven, facilitan y garantizan su cumplimiento

Principios del Pacto Mundial 1 / 2 / 8 / 10

- Manual de Contratistas.
- Carta de Presentación de Manejo Ambiental.
- Pólizas de Responsabilidad Civil Contractual.
- Normas ambientales para los procesos, productos o servicios del proveedor.³⁸
- Auditorías a los gestores de residuos.



GRI G 4-19 G 4-20 G 4-21 G 4-27

Asunto material: Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores

En Colombia, Terpel desarrolla buenas prácticas con sus proveedores

- La instalación de la nueva herramienta *Fiori* revolucionó el proceso de compras en Terpel, porque permite mayor eficiencia y oportunidad en la aprobación de solicitudes de pedido, lo cual se traduce en mayor agilidad en las transacciones para el beneficio de los usuarios.
- Fortalecer la confianza y agilizar los procesos y canales de comunicación permiten crecer junto a los aliados. Por

lo anterior, se llevaron a cabo correrías con proveedores a nivel nacional, en las cuales participaron 24 proveedores de transporte y 164 proveedores de otras áreas, a través de estas charlas se recogieron las expectativas y necesidades de este grupo de interés, se definieron planes de acción como oportunidades de mejora identificadas y se socializó el cambio de plataforma de negociación

electrónica y administración de proveedores.

- Terpel cuenta con 44 proveedores de transporte en el país, quienes movilizaron durante 2016 más de 1.200 millones de galones de combustible. Estas cifras hacen que la compañía despliegue iniciativas que los beneficien y que aseguran su bienestar en las carreteras que diariamente transitan.
 - 1.092 conductores se capacitaron en la *Escuela de Conductores* de Terpel, con un promedio de 4 horas de formación en total.
 - A través del *Diplomado de Conductores* se graduaron 19 conductores de los clientes de *Rumbo Terpel*.

GRI G 4-19 G 4-20 G 4-21 G 4-27

Asunto material:

Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores

BUENAS PRÁCTICAS CON PROVEEDORES DE TERPEL EN SUS PAÍSES DE OPERACIÓN

EN ECUADOR, se llevan a cabo charlas mensuales de seguridad y manejo seguro del producto, con el fin de alcanzar una logística de excelencia; capacitaciones en el manejo de contingencias y un seguimiento trimestral de la seguridad de carrotanques.

EN MÉXICO, diversos proveedores de Terpel recibieron la visita de personal autorizado de la compañía para verificar los procesos de calidad e infraestructura de quienes prestan servicios a la organización en este país.

EN PERÚ, se realizaron conversatorios con algunos de sus proveedores para dar a conocer los aspectos que debían mejorar para fortalecer las relaciones a largo plazo con este grupo de interés.

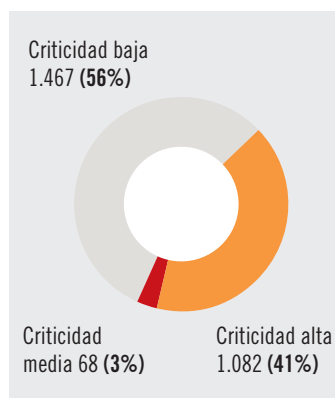
En Colombia, Terpel midió la satisfacción de sus proveedores. 225 proveedores participaron de la encuesta realizada por la compañía.

GRI G 4-19 G 4-20 G 4-21 G 4-27

Asunto material: Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores

Proveedores de Terpel en procesos de mejora

La compañía clasifica a sus proveedores según su criticidad, es decir, dependiendo del servicio que presten a la organización:



EN COLOMBIA, la compañía evaluó a 778 de sus proveedores para identificar oportunidades de mejora. Estos correspondieron a 79 de ambiental, 13 de bio-combustible, 9 de dotación, 160 de mantenimiento, 40 de mercadeo, 76 de obras civiles,

23 de SSAC, 35 de transporte de combustible y 343 de otras áreas. Dicha evaluación le permitió a Terpel tomar decisiones sobre los proveedores con los cuales continúa y con cuáles realiza planes de mejora para mantener la relación. En 2016 se realizaron 32 planes de mejora, en su mayoría sobre temas de cumplimiento, los cuales se cerraron en su totalidad.

EN ECUADOR, MÉXICO, PANAMÁ, PERÚ Y REPÚBLICA DOMINICANA, Terpel hace evaluaciones a sus proveedores. Estos resultados permiten implementar los ajustes necesarios para una correcta operación y prestación de los servicios que la compañía requiere, así como lograr una mejora continua en sus procesos y un mayor desarrollo de sus negocios.

TERPEL SE RETA EN 2017 A:

Colombia ▶ Consolidar la agilización del proceso de compras.

Responsabilidad

GRI 6 4-19 6 4-20 6 4-21 6 4-27

Asunto material:

- Cambio climático (huella de carbono)
- Derrames y residuos

Principios del Pacto Mundial 7, 8, 9

PROTECCIÓN DEL AMBIENTE



¿Cuál es el compromiso de Terpel con la protección del ambiente?

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 conciencia 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. 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.

En Terpel contamos con un Sistema de Gestión Ambiental (SGA), diseñado para identificar, prevenir y controlar los riesgos asociados a todas sus operaciones.

EDS Confiable: para ser la red más segura de Colombia

Principios del Pacto Mundial 8

Terpel sigue trabajando en la integración de una sola red que involucra a EDS propias y afiliadas y que asegura el cumplimiento de los mejores estándares en seguridad, ambiente y calidad de producto.

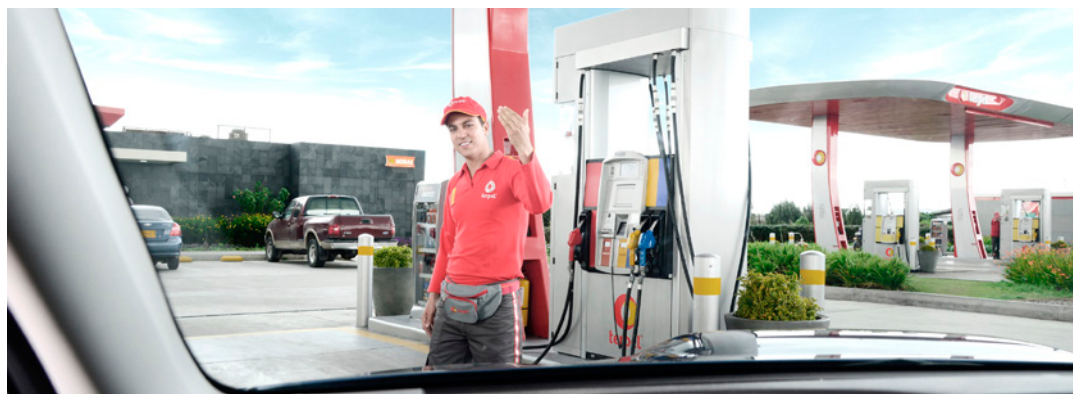
Esto se logra a través de un proceso de visitas para valorar la gestión de las EDS, sugerir y acompañar planes de mejora y realizar capacitación y asesoría permanente, que permitan cumplir con los objetivos del programa.

PILARES DE EDS CONFIABLE

**SEGURIDAD
DE LAS PERSONAS**

**CALIDAD DEL
PRODUCTO**

**RESPECTO AL
MEDIO AMBIENTE**



El programa
EDS Confiable
VINCULA A
1.009 EDS

EL 48% DEL TOTAL
DE EDS AFILIADAS se
encuentra comprometido
con **EDS Confiable**

EL 100% DE LAS EDS
propias de Terpel hacen
parte del programa

LA EMPRESA
VISITÓ 221 EDS
que son de su propiedad y
en calidad de franquicia:

► Se presentaron
3.038 HALLAZGOS

► Se cerraron
1.936 HALLAZGOS

788 EDS AFILIADAS
FUERON VISITADAS
a través del programa

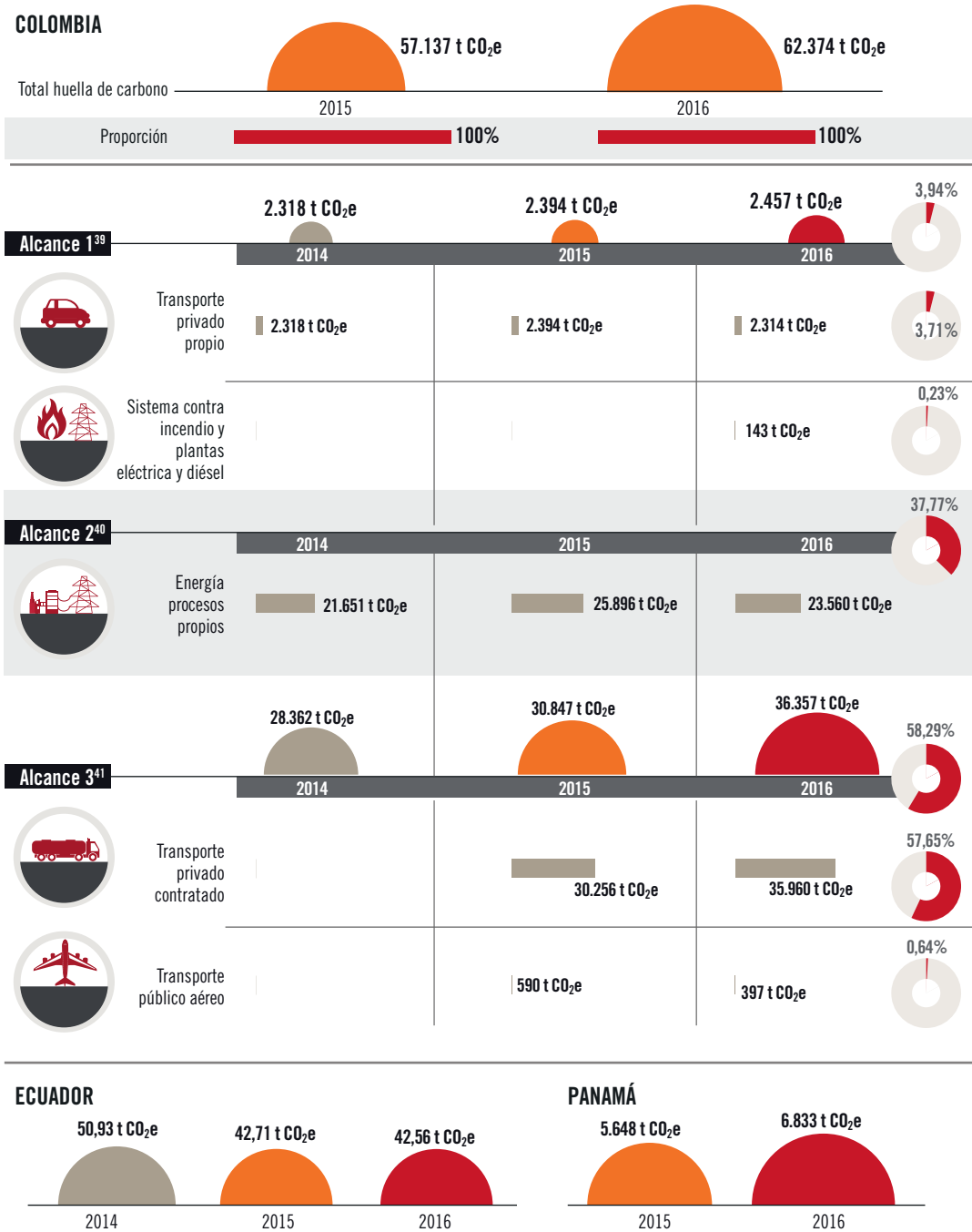
► 14.730 HALLAZGOS se
presentaron

► 4.748 HALLAZGOS
se cerraron

GRI G 4-19 G 4-20 G 4-21 G 4-27

Asunto material: Cambio climático (huella de carbono)

Terpel le sigue apostando a la lucha contra el cambio climático



39. Alcance 1: emisiones provenientes de instalaciones que son propiedad de la organización sobre las que se tiene control.
40. Alcance 2: emisiones provenientes de la energía eléctrica comprada a la red nacional.
41. Alcance 3: emisiones provenientes de la cadena de valor (proveedores de servicio).

GRI G 4-19 G 4-20 G 4-21 G 4-27

Asunto material: Cambio climático (huella de carbono)

GNV una alternativa amigable con el ambiente

Terpel beneficia la disminución de emisiones al ambiente, gracias a su oferta y venta de GNV.

OTRAS EMISIONES

(microgramo por m³), PERÚ

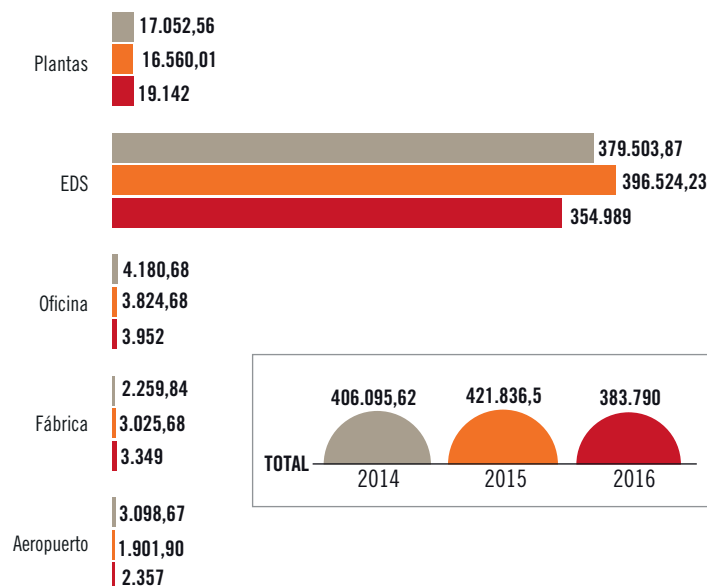
	2014	2015	2016
NOx	27,489	32,173	50,520
SOx	6,9	7,2	5,0
PM 2,5	2,2	3,4	4,5
PM 10	33,245	38,467	39,672



Conozca el consumo de energía de Terpel

COLOMBIA

(GJ)

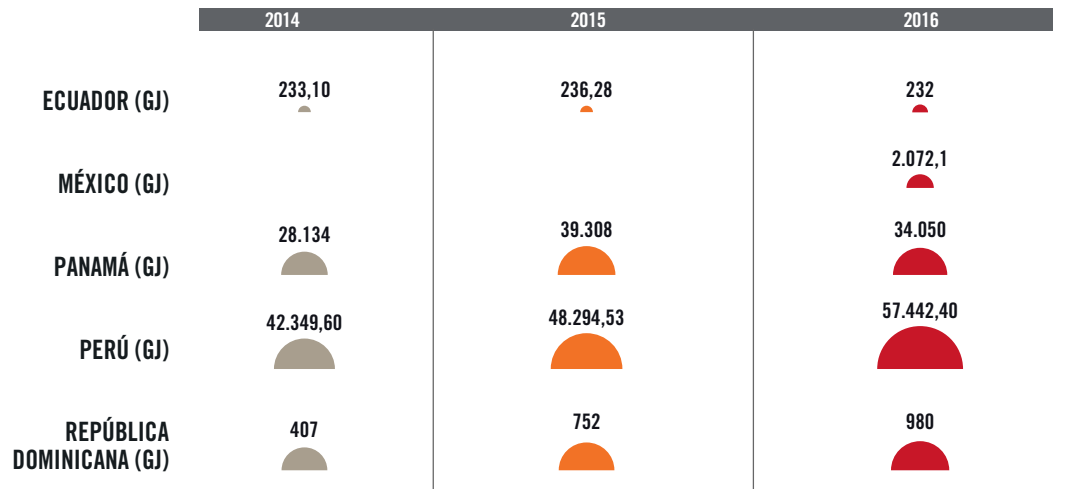


A pesar de haber disminuido el consumo total de energía en Colombia con respecto a 2015, el costo aumentó casi en un 26% debido al aumento de 9,09 pesos por Kw/h, es decir, que la compañía pagó 47.750 millones de pesos en 2016, frente a 27.479 pagados en el año 2015.

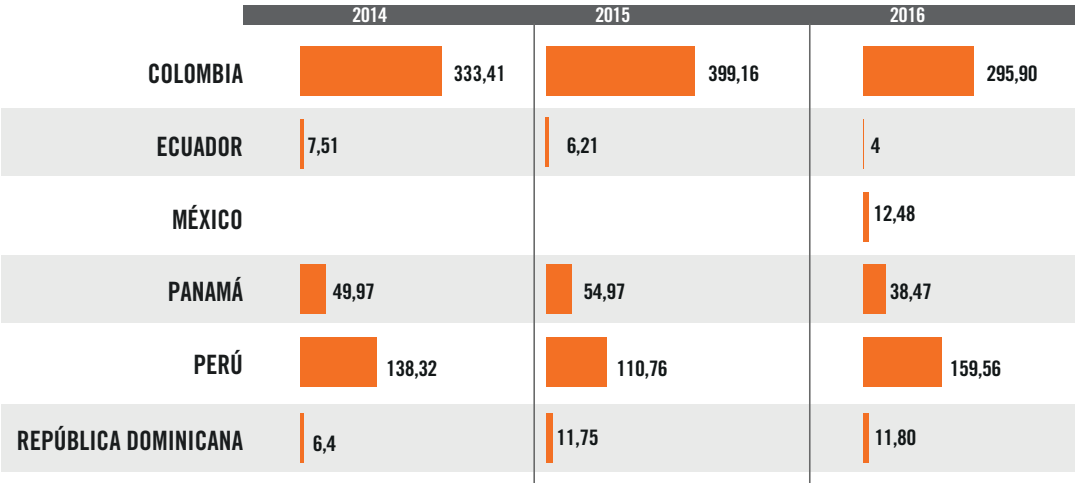
EN COLOMBIA, TERPEL DISMINUYÓ EL CONSUMO ENERGÉTICO EN UN

9%

Consumo en (GJ)



INTENSIDAD ENERGÉTICA
(GJ / empleado)



GRI 64-19 64-27

Asunto material: Cambio climático (huella de carbono)

Terpel dispuesto para la prevención

La compañía cuenta con un plan de contingencia en cada centro de trabajo para actuar

de manera oportuna frente a la ocurrencia de un posible derrame y minimizar el impacto que

pueda generar en el ambiente y la seguridad del entorno. Para ello dispone de kits de derrames y capacitación para el personal de EDS, transportadores y proveedores. También realiza anualmente simulacros en derrames para prever posibles situaciones, desarrolla brigadas de emergencia e implementa la bitácora ambiental en sus operaciones y con los clientes.

En Colombia, Terpel disminuyó el número de derrames con respecto a 2015, sin embargo se incrementó el volumen de galones derramados, de los cuales el 54% correspondieron a 2 de los eventos registrados. Asimismo, las principales causas de los derrames fueron los comportamientos inadecuados y las condiciones o fallas en los sistemas, para lo cual se estructuraron planes de acción.

COLOMBIA

	2014	2015	2016
Derrames con afectación al recurso natural (número)	4	6	7
Derrames sin afectación al recurso natural (número)	6	29	26
Total derrame del producto (número)	10	35	33
Total (galones)	3.413	15.722,9	82.877,30

PANAMÁ

	2015	2016
Derrames con afectación al recurso natural (número)	0	2
Derrames sin afectación al recurso natural (número)	8	5
Total derrame del producto (número)	8	7
Total (galones)	817	1.740

REPÚBLICA DOMINICANA

	2014	2015	2016
Derrames con afectación al recurso natural (número)	0	1	0
Derrames sin afectación al recurso natural (número)	11	21	8
Total derrame del producto (número)	11	22	8
Total (galones)	26	135	51

GRI 6 4-19 6 4-27

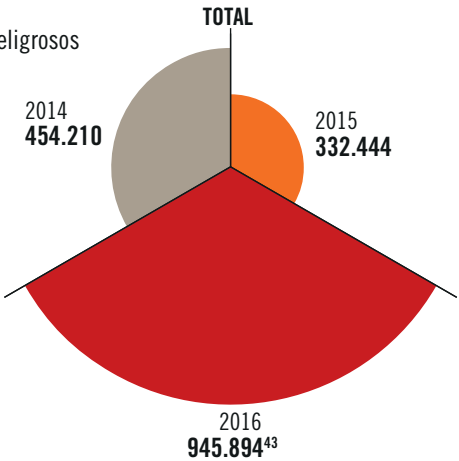
Asunto material: Cambio climático (huella de carbono)

Terpel avanza en la gestión de sus residuos

La compañía identificó, recolectó y dispuso adecuadamente los residuos, tanto peligrosos como no peligrosos, en cada una de sus operaciones. En 2016 tanto Ecuador como Panamá fortalecieron la gestión de sus residuos e iniciaron el reporte de los mismos.

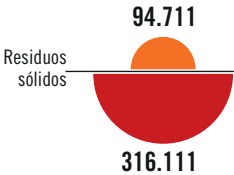
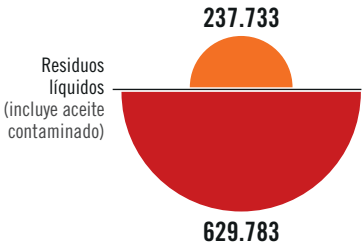
COLOMBIA

Residuos peligrosos (kilogramos)



Residuos peligrosos (kilogramos)

● 2015 ● 2016



PESO DE LOS RESIDUOS PELIGROSOS EN COLOMBIA SEGÚN REGIONAL Y DISPOSITOR (KILOGRAMOS)

REGIONAL	DISPOSITOR	2014	2015	2016
Antioquia	ASEI	10.308	10.782,4	34.402
Bucaramanga	CRUDESAN	15.879	22.918,5	0
	DESCONT	17.496	22.047	5.581
Centro	WDF	8.167	9.710	7.556
Norte	ECOSOL	57.092	32.585	11.239
	TRIPLE A			761
Occidente	WDF	15.750	34.295,5	22.011,61
Sabana	ALBEDO			222.762
	ECOLCIN	314.936	183.832	571.798
Sur	INCIHUILA	2.871	10.155,6	1.719
	TWM	11.711	6.117,7	68.067
Total		454.210	332.444	945.897

TERPEL RECICLÓ 4.941 TAMBORES en la fábrica de lubricantes, dejando de producir 85.017 kilogramos de residuos peligrosos y realizando un ahorro de 191 millones de pesos.

43. El aumento en el total de los residuos con respecto a 2015 se debe a que se incluyó el proveedor Albedo en la Regional Sabana.

RESIDUOS GESTIONADOS SEGÚN TIPO Y MÉTODO DE TRATAMIENTO

DISPOSITIVO	BORRAS, AGUAS HIDROCARBURADAS Y LODOS	TARROS, MATERIAL CONTAMINADO Y EMPAQUES	FILTROS USADOS ⁴⁴	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

Ecuador

ECUADOR

Residuos peligrosos generados en 2016
(kilogramos)

Total residuos líquidos
(aceite usado, aguas
hidrocarbурadas)

2.360

Total residuos sólidos
(borras, lodos, filtros
usados, tarros
posconsumo, empaques)

3.360

Total residuos
peligrosos generados

5.720

Papel
(Solo oficina Lutexsa)

420

TERPEL IMPLEMENTÓ la recolección de residuos peligrosos a través de un Gestor Ambiental, proceso que le permite evitar el almacenamiento por largo tiempo y disposición no adecuada. En total la compañía gestionó en Ecuador 6.140 kg. de residuos.

RESIDUOS GESTIONADOS

TIPO DE RESIDUO	PESO DE RESIDUOS DISPUESTOS (KILOGRAMOS)	MÉTODO DE TRATAMIENTO
Peligrosos	5.520	Disposición con gestor autorizado por el Ministerio del Ambiente y eliminación por incineración controlada.
Aceite usado	200	Entrega a gestor de aceites usados para procesamiento o borras para incineración
No peligrosos: papel	420	Entrega a recolector municipal y a recicladores autorizados.

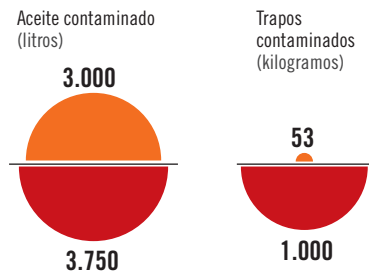
44. No se tiene en cuenta para la huella.

México

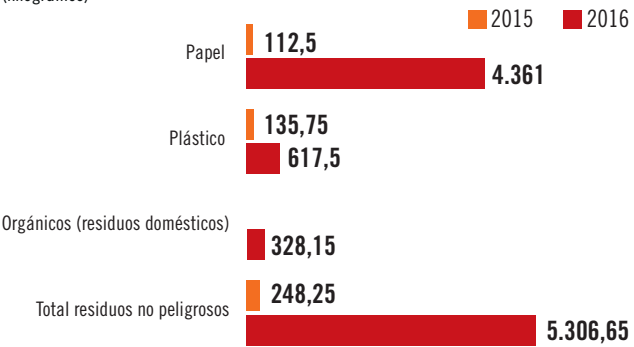
MÉXICO

Residuos peligrosos

● 2015 ● 2016



Residuos no peligrosos (kilogramos)



LA ORGANIZACIÓN Terpel gestionó en México 7.548 kg. de residuos.

RESIDUOS GESTIONADOS

TIPO DE RESIDUO	PESO DE RESIDUOS DISPUESTOS (KILOGRAMOS)	MÉTODO DE TRATAMIENTO
Peligrosos: aceite usado	3.187	Disposición final por proveedor autorizado.
No peligrosos: papel	4.361	Disposición final por proveedor autorizado.

Panamá

PANAMÁ

Residuos peligrosos (galones)



Residuos no peligrosos generados (Kilogramos)



RESIDUOS GESTIONADOS

TIPO DE RESIDUO	PESO DE RESIDUOS DISPUESTOS (KILOGRAMOS)	MÉTODO DE TRATAMIENTO
Peligrosos: aceite usado	252.787	Recolección a través de la empresa ACCEL y decantación de aceite.
No peligrosos: chatarra electrónica	295,74	Gestión de artefactos tecnológicos en alianza con Petrovías

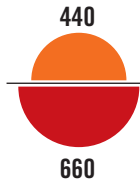
Perú

PERÚ

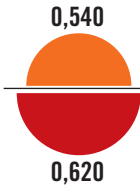
Residuos peligrosos

● 2015 ● 2016

Aceite contaminado
(galones)

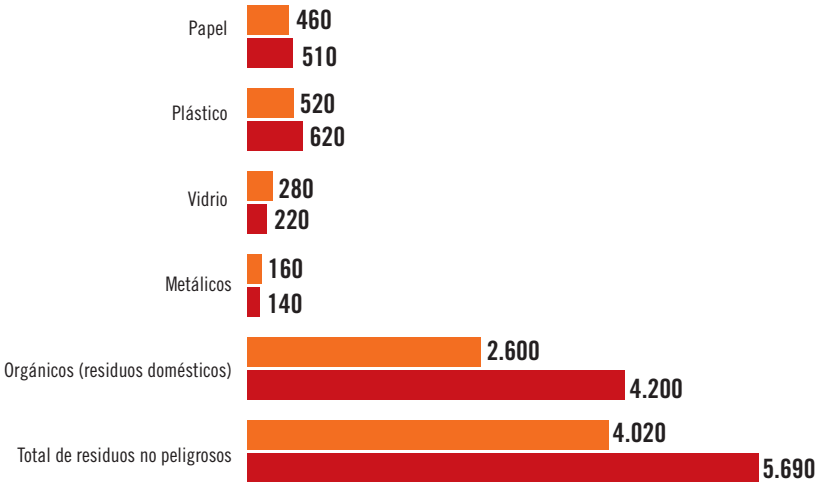


Trapos contaminados
(tonelada)



Residuos no peligrosos (kilogramos)

■ 2015 ■ 2016



RESIDUOS GESTIONADOS

TIPO DE RESIDUO	PESO DE RESIDUOS DISPUESTOS	MÉTODO DE TRATAMIENTO
Peligrosos		
Aceite usado	660 galones	Relleno de Seguridad
Arena contaminada	220 Kg	Relleno de Seguridad
Trapos contaminados	0,620 TM	Relleno de Seguridad
No peligrosos: papel, plástico, vidrio, metálicos y orgánicos	5.690 Kg	Relleno Sanitario

República Dominicana

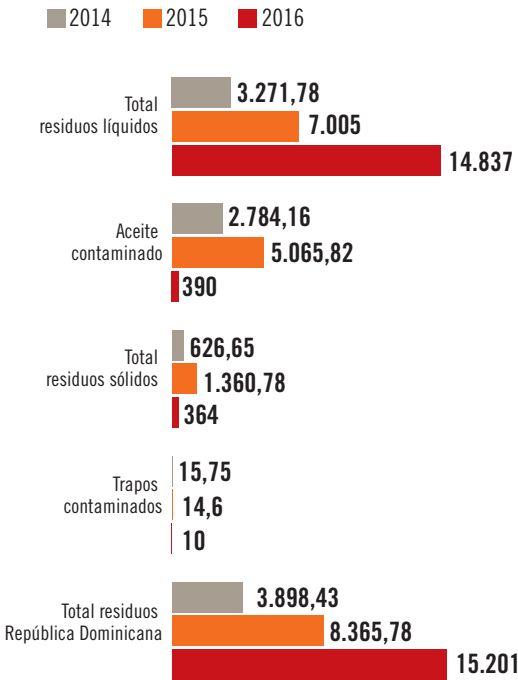
RESIDUOS GESTIONADOS

TIPO DE RESIDUO	MÉTODO DE TRATAMIENTO
Peligrosos	Incineración
Aceite usado	Reutilización
Agua contaminada con hidrocarburo	Reutilización
Arena contaminada	Incineración
Combustible contaminado	Incineración
Papel y plásticos contaminados	Incineración
Tierra contaminada	Incineración
Trapos contaminados	Incineración
No peligrosos	Vertedero

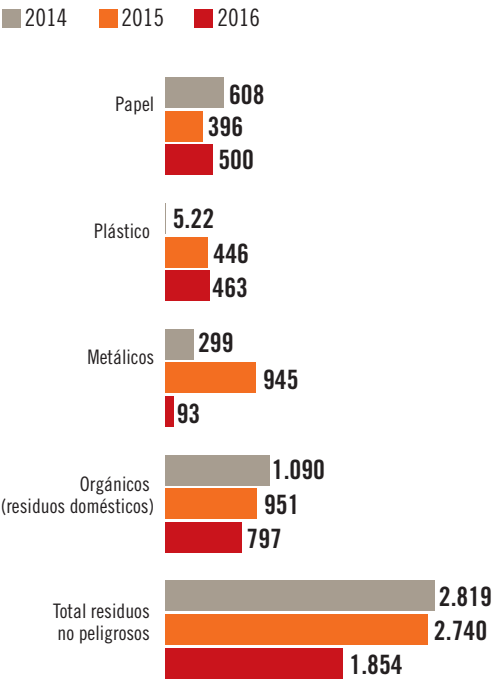


REPÚBLICA DOMINICANA

Residuos peligrosos
(kilogramos)



Residuos no peligrosos generados



El agua, un recurso que se monitorea en Terpel

Terpel evidencia la importancia de cuidar este recurso que influye en la vida de todo ser humano.

CONSUMO TOTAL DE AGUA (M3)

	2014	2015	2016
Colombia	815.352	914.258	644.903
Ecuador	157	206	207
México	1.558,34	3.040,56	4.745
Panamá	361.992	388.549	433.658
Perú	29.098	36.642	42.180
República Dominicana	493,17	4.005,48	702,33

EN REPÚBLICA DOMINICANA, durante 2016 se realizaron controles frente al consumo del recurso.

INDUSTRIA LIMPIA,
UN PROGRAMA QUE
ASEGURA EL MANEJO
RESPONSABLE DEL
COMBUSTIBLE

Las cifras demuestran que este es uno de los programas bandera de la organización Terpel para prevenir impactos ambientales en las operaciones de sus clientes industriales.

72
VISITAS VERDES
A 59 CLIENTES
INDUSTRIALES

72
JORNADAS DE
ENTRENAMIENTO
EN MANEJO
SEGURO DE
COMBUSTIBLE,
A TRAVÉS DE
PROGRAMAS
DE SALUD
OCUPACIONAL

59
CLIENTES
INDUSTRIALES
PARTICIPARON
EN LA ESCUELA
DE INDUSTRIA

Terpel presenta su inversión
en temas ambientales

La compañía invirtió en Colombia cerca de 2.317 millones de pesos en gestión ambiental.

COLOMBIA

Gastos ambientales según centros de trabajo
(millones de pesos)

	2014	2015	2016
EDS	1.338	1.569	1.999,9
Plantas	135	266	153
Fábrica	35	34	87
Aeropuertos	104	102	78

	2014	2015	2016
ECUADOR	232.739.149	358.464.402	217.323.421 ⁴⁵
PANAMÁ	182.090	1.935.852.000	513.303.706
PERÚ	256.887.096	395.041.245	411.937.919
REPÚBLICA DOMINICANA	41.577.250	27.855.978	0 ⁴⁵

45. Convertido de 72.424 dólares a pesos colombianos, según promedio de la TRM en 2016 de: 3.000,71.
46. No se desarrollaron iniciativas ambientales.

TERPEL SE RETA EN 2017 A:

Colombia

- ▶ Instalar celdas solares en las plantas de territorios nacionales, en regiones desconectadas.
- ▶ Sembrar 10.000 árboles en áreas disponibles de la compañía.
- ▶ Reemplazar iluminación por sistema más eficiente tipo LED en un 10% de los centros de trabajo.

Ciudadanía

GRI 6 4-19 6 4-20 6 4-21 6 4-27

Asunto material: Educación de calidad / Reconciliación

BIENESTAR DE LAS COMUNIDADES



¿Cuál es el compromiso de Terpel con el bienestar de las comunidades?

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 diversos.

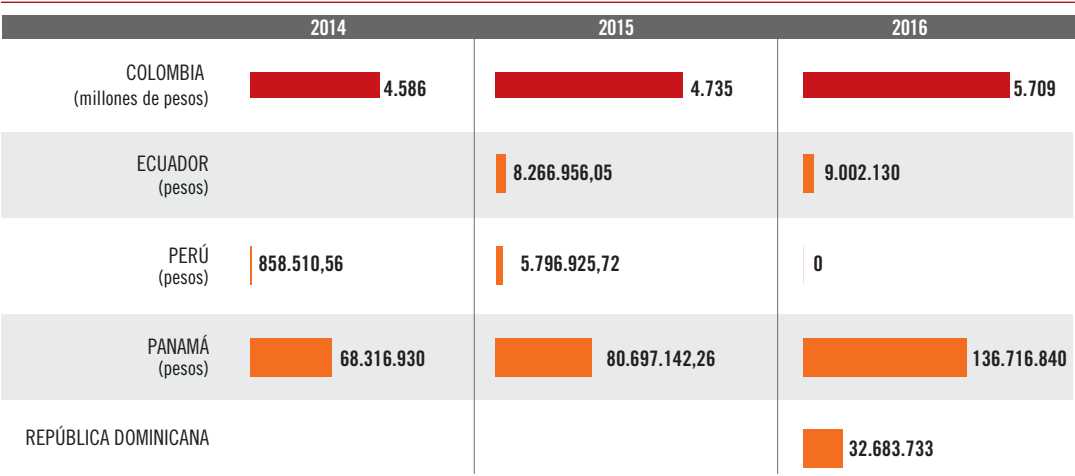
Nuestra estrategia de inversión social ha sido el vehículo para desarrollar iniciativas responsables que buscan crear impacto

positivo en el bienestar y la calidad de vida, especialmente de las comunidades vecinas a nuestra operación.

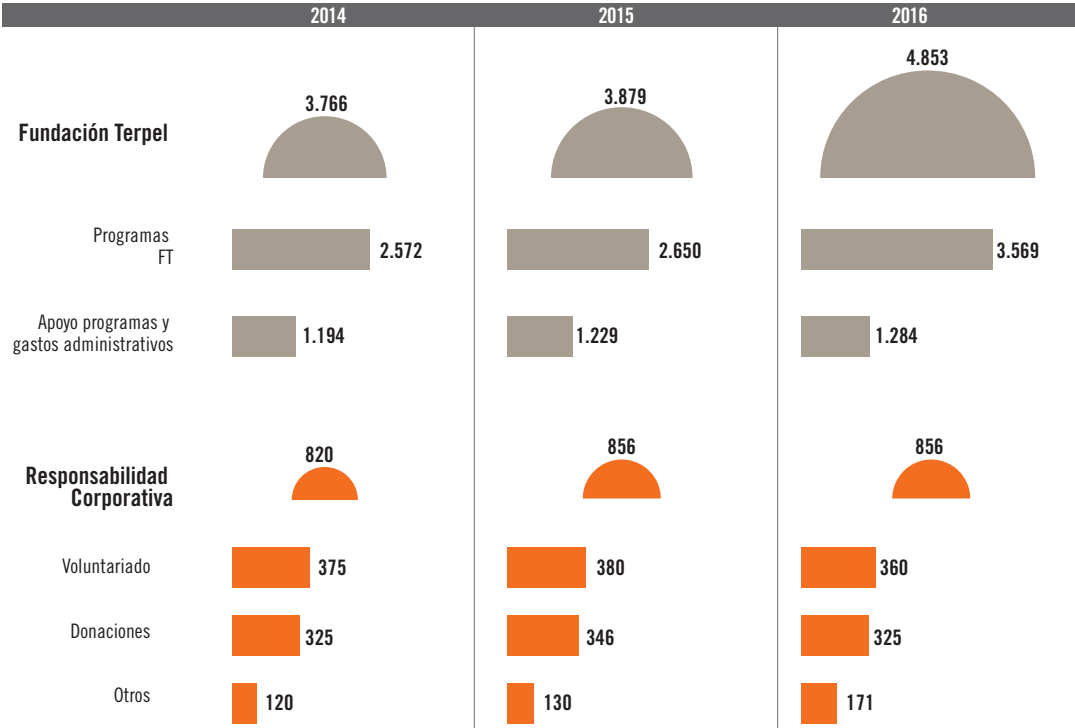
Fomentamos la calidad de la educación a través de la Fundación Terpel; incentivamos el espíritu solidario de los empleados y articulamos iniciativas mediante nuestro programa de *Voluntariado Corporativo*; le apostamos a la reconciliación del país a través del programa *Restaurando Sueños*; y trabajamos 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.

Terpel un aliado país que genera valor social



FRENTES DE INVERSIÓN SOCIAL EN COLOMBIA (millones de pesos)



47. Convertido de 2.755 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2016 de: 3.000,71.

48. Convertido de 3.000 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2016 de: 3.000,71.

49. Convertido de 10.892,94 dólares a pesos colombianos según TRM promedio (Colombia) 2016 de: 3.000,71.

En Colombia, Fundación Terpel un aliado de la educación de calidad

Promover la educación, las nuevas ideas, el liderazgo positivo, la transformación de entornos que beneficien a las comunidades, son los propósitos en los que la Fundación Terpel avanza día tras día para ser aliado en el camino hacia un mejor futuro.

Gracias a los distintos programas que pone en marcha la Fundación Terpel en 31 departamentos de Colombia, se han generado cambios positivos en las comunidades y se ha confirmado que es posible cumplir sueños cuando se trabaja en equipo.

MÁS DE
332
MIL BENEFICIARIOS,
31% MÁS CON RESPECTO
A 2015

190
MUNICIPIOS EN 31
DEPARTAMENTOS

PROYECTOS DE CARÁCTER EDUCATIVO CON ALCANCE NACIONAL

Diseña el Cambio

Desarrolló 108 proyectos que generaron procesos de empoderamiento, potencializando las competencias de niños y jóvenes de instituciones educativas oficiales, motivando su actuación como agentes de cambio en sus comunidades e involucrando a más de 96.000 estudiantes.

		META	CUMPLIMIENTO	
	IE convocadas	3.000	2.018	67% 
	Proyectos implementados	100	108	108% 
	Docentes Facilitados	100	108	108% 
	Docentes participantes	200	2.994	1.497% 
	Estudiantes Líderes	5.000	5.172	103% 
	Estudiantes Beneficiados	31.900	91.704	287% 
	Votaciones	30.000	56.206	226% 

Escuelas que Aprenden®

Se implementó en 3 nuevas ciudades de Colombia: Bucaramanga (Santander), Leticia (Amazonas) y Quibdó (Chocó), a través de las cuales se fortalecieron instituciones educativas en aspectos directivo, académico, pedagógico-didáctico y comunitario, mejorando la calidad de la educación impartida y generando un impacto positivo en la enseñanza de las áreas de matemáticas y lenguaje, las cuales aportan

al razonamiento lógico y a las habilidades de comunicación para la adecuada resolución de problemas, pensamiento lógico y competencias comunicativas.

	META	CUMPLIMIENTO	
Secretarías de Educación  6	6	100%	
Instituciones Educativas  58	59	101%	
Estudiantes  97.738	106.994	109%	
Docentes  1.765	2.065	116%	
Rectores  58	58	100%	
Padres de familia  439	789	179%	

En Barrancabermeja, Florencia y Quibdó, al final del proceso en matemáticas, el 34,5% de los estudiantes logró el nivel superior de razonamiento lógico, versus el 27,1% que obtuvo este nivel al comienzo de la implementación.

Asimismo, en estas 3 ciudades, en lenguaje el 45% de los estudiantes en promedio alcanzó el nivel más alto de comprensión lectora evaluado por la prueba a diferencia del 42% registrado al comienzo del programa.

El Líder en Mí®

Este modelo de liderazgo basado en los 7 Hábitos de FranklinCovey, posibilitó que 9 instituciones educativas de Manizales y Medellín recibieran el reconocimiento del autor por su excelencia en la implementación del programa, al involucrar a docentes y estudiantes de primaria en el desarrollo de sus habilidades y hábitos para despertar el liderazgo en la escuela, familia y comunidad.

		META	CUMPLIMIENTO	
	Secretarías de Educación	7	7	100% 
	Instituciones Educativas	81	81	100% 
	Estudiantes	109.490	113.150	103% 
	Docentes	429	650	151% 
	Rectores	81	81	100% 

¡Aventura de Letras!

El programa se implementó por segundo año consecutivo en 3 nuevas ciudades: Albania (Guajira), Manizales (Caldas) y Villavicencio (Meta), donde se entregaron 3 bibliotecas

escolares y se desarrollaron acciones que contribuyen a fomentar la lectura en los niños y jóvenes estudiantes, asimismo el programa complementa el proyecto *Escuelas que Aprenden*

y fortalece las estrategias de alfabetización, educación, información y contribución para el desarrollo económico, social y cultural de las comunidades donde llega.

	Secretarías de Educación	Instituciones Educativas	Estudiantes	Docentes	Rectores	Padres de familia	Voluntarios
META	 6	 6	 7.750	 150	 6	 60	 35
CUMPLIMIENTO	6 	6 	7.807 	348 	8 	186 	80 
	100%	100%	101%	232%	133%	310%	228%

Mi Futuro Ahora

A través de este fondo de educación, se apoyó la formación técnica, tecnológica y técnico-laboral de 118 participantes nuevos, que son despachadores de combustible, personal de las tiendas de Terpel o familiares de estos, ubicados en 74 municipios de todo el país. El fondo financia el 80% del valor total de la educación y brinda acompañamiento psicosocial y económico a los beneficiarios hasta su graduación.

10 ESTUDIANTES
se graduaron de carreras técnicas, tecnológicas y técnico-laborales

	Estudiantes	Estaciones propias	Estaciones afiliadas
META	 250	 132	 118
CUMPLIMIENTO	274	139	135
	110%	105%	114%

EN COLOMBIA, EL EQUIPO TERPEL SE CONECTA CON LAS NECESIDADES DE LOS COLOMBIANOS A TRAVÉS DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Mantener la vocación de servicio, es una de las características de quienes hacen parte de Terpel. Alrededor de 480 voluntarios y más de 7.300 personas beneficiarias con los proyectos de *Voluntariado Corporativo* que se llevaron a cabo en 6 ciudades del país y en los cuales se adelantaron jornadas de embellecimiento de instalaciones, así como actividades recreativas, ambientales y de reconciliación.

Terpel le aporta a la reconciliación en Colombia

La postura de la compañía frente al posconflicto y la reconciliación direccionan las diversas iniciativas que se desarrollan a través del Programa *Restaurando Sueños*. Proyectos productivos, voluntariado con ex-combatientes, incorporación laboral, prácticas laborales y apoyo al emprendimiento son los frentes a través de los cuales Terpel, en alianza con la Asociación Colombiana para la Reintegración (ACR), se ha vinculado al proceso de reconciliación y posconflicto que vive el país.

IMPULSO A 3
proyectos productivos en Casanare.

60 VOLUNTARIOS
del la regional occidente participaron en una jornada por la paz.

12 EXPOSITORES
en la segunda Feria de Emprendedores.

Terpel, un aliado que genera valor social en los demás países donde opera

ECUADOR

Terpel respondió de manera efectiva ante las adversidades. Tras el terremoto que sufrió Ecuador el 16 de abril de 2016 con una magnitud de 7,8 grados en la Escala de Richter, la compañía se solidarizó a través de la donación de combustible a la Patrulla Aérea Colombiana para realizar labores de apoyo ante dicha situación.

Asimismo al interior de la empresa, el personal de dirección, actuó de manera

rápida en la ubicación del 100% del personal durante las primeras 12 horas después de ocurrido el hecho; y 48 horas después se validó y verificó que no existía contaminación al recurso natural, ni riesgo para la comunidad a través de la revisión de los tanques y tuberías de las EDS. Finalmente, se recolectaron suministros médicos y alimentos para el personal de las EDS de Terpel que fueron afectados por el sismo.

MÉXICO

Gazel en alianza con la dependencia de Protección Civil del Estado, realizó un proceso de acercamiento con la comunidad indígena de San Pedro Itzicán del municipio de Poncitlán, en el estado de Jalisco, al entregar en diciembre una donación de juguetes para 586 niños y niñas de esta población.

REPÚBLICA DOMINICANA

Terpel desarrolló *Tocando Corazones*, la nueva iniciativa que potencia el impacto de ayuda social hacia este país e involucra a los empleados en la implementación de proyectos de voluntariado. El inicio de este plan de responsabilidad social, se realiza en alianza estratégica con la Agencia para el Desarrollo y Recursos Asistenciales (ADRA).

Como inicio de sus primeras actividades, el personal

voluntario de la compañía, participó en la recuperación física de la institución educativa Los Tanquecitos, ubicada en la comunidad de La Caleta. A partir de jornadas de pintura e instalación de mobiliario y centro de juego, el establecimiento obtuvo el permiso de funcionamiento por parte del Ministerio de Educación, lo que benefició a 88 niños de nivel inicial y básico.

PERÚ

- Terpel realizó alianza con bolsas de empleo de gobiernos locales y el Ministerio de Trabajo, para la contratación de personas de las comunidades cercanas a sus EDS, esto le permite fortalecer las prácticas de buen vecino que fomenta la compañía a la vez que genera empleo facilitando el traslado de los beneficiados al centro de trabajo.
- La Fundación Peruana de Cáncer y albergues de acogida para pacientes de cáncer, recibieron el apoyo de 20 voluntarios de Terpel a través de 4 actividades que realizaron en el año.

PANAMÁ

Terpel apoyó a los niños y jóvenes que se encuentran en situación de riesgo social, a través de la compra de 5.000 certificados de *Adopción de Patitos de Hule*, que equivalen a 150 millones de pesos, iniciativa que recauda fondos para el beneficio de 505 niños ubicados en Panamá, Colón, David y Penonomé y que es desarrollada por Aldeas Infantiles SOS en alianza con Game Latinoamerica Duck Racing Team.

TERPEL SE RETA EN 2017 A:

Colombia

Fundación Terpel

- ▶ Impactar a más de 290 mil beneficiarios llegando a 32 departamentos del país.
- ▶ Beneficiar a 317 instituciones educativas públicas con los programas de la Fundación Terpel.

Programa Restaurando Sueños

- ▶ Continuar posicionando a Terpel como referente empresarial que apoya la reconciliación.
- ▶ Implementar 3 nuevos proyectos productivos que beneficien a personas en proceso de reintegración.
- ▶ Llevar a cabo dos voluntariados de reconciliación.
- ▶ Extender las ferias de emprendimiento a todas las regionales en Colombia.
- ▶ Aumentar a 45 el número de isleros contratados a partir de la ampliación del programa a víctimas del conflicto.

Colombianismo en Terpel, es soñar con un mejor país, potenciar las capacidades de los colombianos, trabajar en equipo y aportar lo mejor en cada región, para consolidar una Colombia innovadora y competitiva. Terpel será siempre un aliado incondicional que mantendrá el propósito que le dio origen:
servir a los colombianos.



Deloitte & Touche Ltda.
Edificio Corficolombiana
Calle 16 Sur 43 A-49 Piso 9 y 10
Nit 860.005.813-4
Medellín
Colombia

Tel : 57(4) 313 88 99
Fax : 57(4) 313 32 25
www.deloitte.com.co

Memorando de revisión independiente

Verificación Independiente del Informe de Sostenibilidad 2016 de Terpel.

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del informe de sostenibilidad del año 2016 de Terpel a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI-G4).

Estándares y procesos de verificación

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).

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

- Entrevistas con los colaboradores de Terpel para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados para elaborar el Informe.
- 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 Terpel.

Confirmación que el Informe de sostenibilidad ha sido preparado “de acuerdo” con el estándar GRI en su opción esencial.

Contenidos básicos generales:

Se confirmó que el Informe se ajusta a los requisitos de la opción esencial de los aspectos generales del Estándar GRI.

Contenidos básicos específicos:

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

Responsabilidades de la Dirección de Terpel y de Deloitte

• La preparación del Informe de Sostenibilidad 2016 de Terpel, 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

DELOITTE & TOUCHE LTDA.
Jorge Enrique Múnera D.
Socio

Bogotá, Marzo 2017

Asuntos materiales	Indicador GRI y/o Propio Terpel
Rentabilidad	G4 – EC1. Valor económico directo generado y distribuido.
Buen gobierno corporativo y transparencia	G4 - SO3. Número y % de operaciones evaluadas en riesgo de corrupción.
Relaciones y condiciones laborales justas	G4 – LA1. Tasa de rotación y contratación.
	G4 – LA6. Tasa de lesiones, enfermedades laborales, días perdidos, y absentismo
	G4 – LA13. Relación entre el salario base y la remuneración de hombres y mujeres
Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores.	G4 – EC9. Porcentaje de gasto en proveedores locales.
	Propio. Conductores capacitados.
	Propio. Baños remodelados durante el periodo de reporte.
	G4 - PR5. resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.
	Propio. Horas de formación en cada una de las escuelas Terpel.
Cambio climático: huella de carbono	Propio. Empresarios que hacen parte de la RET
	- G4- EN3. Consumo energético interno - G4- EN5. Intensidad Energética
	- G4 - EN15. Emisiones Alcance 1 - G4 - EN16. Emisiones Alcance 2 - G4 - EN117. Emisiones Alcance 3
Derrames y residuos	G4 – EN23. Residuos por tipo y método de tratamiento
	G4 – EN24. Derrames significativos
	G4 – EN29. Valor total de las sanciones por incumplimiento a leyes o reglamentos ambientales.
Educación de calidad	G4 – EC1. Valor económico directo generado y distribuido
	Propio. Número beneficiarios de los programas de educación
	G4 - SO1: porcentaje de operaciones donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impacto y participación de la comunidad local.
Tecnología e innovación	Propio. Total EDS con nueva imagen corporativa.
Desarrollo de capital humano	G4 – LA9. Promedio de horas de formación por empleado
	Propio. Inversión en formación
	Propio. Vacantes ocupadas por personal interno
Respeto y promoción de los derechos humanos	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.
Otros asuntos relevantes	G4- EN8. Consumo de agua

Conclusiones

Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de sostenibilidad 2016 de Terpel contiene errores significativos o no ha sido preparado "de acuerdo" con el GRI Estándar.

Observaciones principales & recomendaciones frente a principios GRI y WBCSD¹

Materialidad

✓ **Observaciones**

Se identificó que Terpel cuenta con una materialidad detallada que está alineada con su modelo de sostenibilidad. Este modelo de sostenibilidad asocia asuntos materiales e indicadores, estructura el informe de sostenibilidad. Lo anterior, pone en evidencia la importancia que tiene este modelo como parte fundamental de la gestión económica, ambiental y social de Terpel.

✓ **Recomendaciones**

Se sugiere que Terpel revise la pertinencia de convertir su modelo de sostenibilidad en su materialidad de manera que la empresa robustezca su materialidad, y la simplifique con el fin de facilitar el entendimiento para sus grupos de interés.

Compromisos y metas

✓ **Observaciones**

Se evidencia y resalta el ejercicio realizado por Terpel al integrar los retos de la compañía para el año 2016 tanto para la gestión de sus asuntos materiales como para los temas relacionados con sus grupos de interés.

✓ **Recomendaciones**

Se propone mantener esta buena práctica en futuros Informes e incluir las metas establecidas en el corto, mediano y largo plazo, tanto cualitativas como cuantitativas, que permitan medir el desempeño y avance de la organización respecto a la gestión de sostenibilidad y así hacer un balance anual sobre metas excedidas o no alcanzadas y definir planes de acción relacionados.

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 250.000 profesionales se comprometen a ser estándar de excelencia.

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

¹ 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 2016 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
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
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.	Editorial Los hechos que engrandecen nuestra marca Terpel (Página 4 y 5)		
G4-2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Editorial Los hechos que engrandecen nuestra marca Terpel (Página 4 y 5)	No se incluye principales impactos y riesgos	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
G4-3 Nombre de la organización.	Organización Terpel S.A.		
G4-4 Principales marcas, productos y servicios.	Terpel crea y distribuye valor / líneas de negocio (Página 12)		
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.	Terpel publica su octavo informe de sostenibilidad (Página 2) Terpel crea y distribuye valor / líneas de negocio (Página 12) Terpel crea y distribuye valor / División por regiones en Colombia (Página 12)		
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.	Terpel crea y distribuye valor / líneas de negocio (Página 12) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / En Colombia Terpel sigue revolucionando el mercado de EDS (Página 16) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / En Ecuador, Súper Terplus brinda más beneficios para los consumidores (Página 18) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / En Panamá, EDS de Terpel transforman el mercado (Página 19) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / En Perú, Terpel incrementó sus ventas de combustible líquido en un 66% (Página 21) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / En Colombia, Terpel es un actor relevante en el desarrollo y la madurez del sector de GNV (Página 22) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / En México, Gazel es un referente para la industria del GNV (Página 23) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / En Perú, programa Pits un incentivo para el personal de las EDS (Página 24) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Lubricantes con tecnología mundial de última generación en Colombia, Ecuador y Panamá (Página 25) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / El negocio de Aviación mantiene su liderazgo por todo lo alto en Colombia y República Dominicana (Página 28) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Terpel también transporta combustible marino en Colombia y Panamá (Página 29) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Las industrias en Colombia, Ecuador y Panamá siguen confiando en Terpel (Página 30)		
G4-9 Tamaño de la organización: número de empleados, número total de operaciones, ventas netas o ingresos.	Terpel crea y distribuye valor (Página 13) Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Datos de empleabilidad en Terpel (Página 39)		
G4-10 Tamaño de la plantilla: número de empleados por tipo contrato laboral y género, número de empleados por región y género. Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Datos de empleabilidad en Terpel (Página 39)		
G4-11 Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos. Enlace con los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y Enlace con las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales	Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Plena libertad de asociación para los empleados de Terpel (Página 47)		SI
G4-12 Descripción de la cadena de abastecimiento de la organización.	Terpel crea y distribuye valor / ¿Cómo explica Terpel su gestión? (Página 12)		
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.	Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / En Perú, Terpel es un ejemplo de buen empleador (Página 47)		
G4-14 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Responsabilidad / Protección del ambiente / ¿Cuál es el compromiso de Terpel con la protección del ambiente? (Página 71)		
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		

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
G4-16 Principales asociaciones y organizaciones a las que pertenezca o apoye la empresa: asociaciones sectoriales, entes nacionales e internacionales.	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) 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) 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) Perú Asociación de Grifos y Estaciones del Perú (AGESP) Cámara Peruana del GNV (CPGNV) Instituto Peruano de Fomento Educativo (IPFE)		
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.	Terpel publica su octavo informe de sostenibilidad (Página 2)		
G4-18 Proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.	Terpel actúa con un enfoque de sostenibilidad / Terpel enfoca su gestión en los asuntos materiales (Página 6, 8 y 9)		

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
G4-19 Lista de todos los aspectos materiales identificados en el proceso para definir el contenido de la memoria.	Terpel actúa con un enfoque de sostenibilidad / Terpel enfoca su gestión en los asuntos materiales / Asuntos materiales (Página 9) Terpel actúa con un enfoque de sostenibilidad / El Modelo de Gestión Sostenible de Terpel refleja que su estrategia está centrada en las personas (Página 6) Terpel actúa con un enfoque de sostenibilidad / Terpel enfoca su gestión en los asuntos materiales (Página 8) Terpel crea y distribuye valor (Página 12) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red (Página 14) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Las cifras de Terpel en las EDS de Colombia Ecuador, Panamá y Perú (Página 15) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Terpel es una construcción colectiva: Red de Empresarios Terpel (Página 17) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Terpel promueve sus relaciones de doble vía con sus aliados 17) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / En Ecuador, Terpel capacitó a clientes de lubricantes (Página 27) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / En Colombia, Terpel sigue ofreciendo valores agregados (Página 31) Transparencia / Buen Gobierno Corporativo (Página 33) Transparencia / Buen Gobierno Corporativo / Autorregulación para una inversión segura (Página 35) Liderazgo / Crecimiento del Equipo Terpel (Página 38) Calidad / Desarrollo de los proveedores (Página 61) Calidad / Desarrollo de los proveedores / En Colombia, Terpel desarrolla buenas prácticas con sus proveedores (Página 69) Calidad / Desarrollo de los proveedores / Buenas prácticas con proveedores de Terpel en sus países de operación (Página 69) Calidad / Desarrollo de los proveedores / Proveedores de Terpel en procesos de mejora (Página 69) Responsabilidad / Protección del ambiente (Página 71) Responsabilidad / Protección del ambiente / Terpel le sigue apostando a la lucha contra el cambio climático (Página 73) Responsabilidad / Protección del ambiente / GNV una alternativa amigable con el ambiente (Página 74) Responsabilidad / Protección del ambiente/ Terpel dispuesto para la prevención (Página 76) Responsabilidad / Protección del ambiente / Terpel avanza en la gestión de sus residuos (Página 77) Ciudadanía / Bienestar de las comunidades (Página 84)		
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. Terpel actúa con un enfoque de sostenibilidad / Terpel enfoca su gestión en los asuntos materiales / Cobertura y límite (Página 9)		
G4-21 Límite de cada aspecto material fuera de la organización. (Para cada tema material, reportar si lo es por fuera de la organización.)	El análisis de materialidad aplica para todos los países donde Terpel tiene operaciones. Terpel actúa con un enfoque de sostenibilidad / Terpel enfoca su gestión en los asuntos materiales / Cobertura y límite (Página 9)		

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
G4-22 Consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas.	Pie de página 5 (Página 28) Pie de página 6 (Página 30) Pie de página 18 (Página 44) Pie de página 24 (Página 53) Pie de página 37 (Página 67)		
G4-23 Cambios significativos en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados con respecto a memorias anteriores.	Para el informe 2016 no se presentó ningún cambio significativo frente al alcance, la cobertura o los métodos de valoración.		
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
G4-24 Lista de los grupos de interés con los que la organización se relaciona.	Terpel actúa con un enfoque de sostenibilidad / En Terpel las personas son el centro de la estrategia (Página 8)		
G4-25 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se relaciona.	Terpel actúa con un enfoque de sostenibilidad / En Terpel las personas son el centro de la estrategia (Página 8)		
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, a partir de los cuales difunde información de su interés y se recogen expectativas que mejoren la gestión de la compañía frente al grupo de interés. 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. En 2016, se dió inicio a las correrías con proveedores nacionales de Colombia, en las cuales participaron 24 proveedores nacionales y 164 proveedores de otras áreas. Terpel actúa con un enfoque de sostenibilidad / En Terpel las personas son el centro de la estrategia (Página 8)		
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.	Terpel actúa con un enfoque de sostenibilidad / Terpel enfoca su gestión en los asuntos materiales / Cobertura y límite (Página 9) En 2016 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.		
PERFIL DE LA MEMORIA			
G4-28 Periodo objeto de la memoria.	2016		
G4-29 Fecha de la última memoria.	2015		
G4-30 Ciclo de presentación de memorias.	Anual		
G4-31 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o a su contenido.	Terpel publica su octavo informe de sostenibilidad (Página 2 resaltado)		
G4-32 Opción «de conformidad» con la guía GRI seleccionada por la organización y tabla de contenido GRI.	Terpel publica su octavo informe de sostenibilidad (Página 2)		
G4-33 Política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	Terpel publica su octavo informe de sostenibilidad (Página 2)		
GOBIERNO			
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.	Transparencia / Buen Gobierno Corporativo / Conozca la estructura de gobierno de Terpel (Página 34)		

G4-35 Proceso para delegar autoridad para temas económicos, ambientales y sociales de la alta dirección a los altos ejecutivos y otros empleados.	Transparencia / Buen Gobierno Corporativo / Conozca la estructura de gobierno de Terpel (Página 34)		
G4-36 Posición o posiciones ejecutivas con responsabilidad de temas económicos, ambientales y sociales, y a quién o quiénes se reporta.	Transparencia / Buen Gobierno Corporativo / Conozca la estructura de gobierno de Terpel (Página 34)		
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. Asimismo a partir de 2016, se iniciaron las correrías con proveedores, en las que participan miembros de este grupo de interés que son de alta relevancia para la compañía.		
CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
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.	Transparencia / Buen Gobierno Corporativo / Conozca la estructura de gobierno de Terpel (Página 34) Transparencia / Buen Gobierno Corporativo / La Junta directiva de Terpel una muestra de buenas prácticas (Página 35)		
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		
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: https://www.terpel.com/Plantillas/Terpel/Descargables/Codigo_de_buen_gobierno.pdf?id=201&epslanguage=en		
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 reinsertados por ser un tema de agenda pública.		
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		
ÉTICA E INTEGRIDAD			
G4-56 Valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización como códigos de conducta y códigos de ética.	Transparencia / Buen Gobierno Corporativo / Conozca la estructura de gobierno de Terpel (Página 34) Para mayor información https://www.terpel.com/Global/Accionistas/Codigo%20de%20etica.pdf		
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 https://www.reportesconfidencialesterpel.com		

NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
I	Rentabilidad				
		CATEGORÍA: ECONOMÍA Aspecto: desempeño económico G4-EC1: valor económico directo generado y distribuido.	Terpel crea y distribuye valor (Página 13)		SI
		INDICADOR PROPIO Volumen de ventas	Terpel crea y distribuye valor (Página 13) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Las cifras de Terpel en las EDS de Colombia, Ecuador, Panamá y Perú (Página 15) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Las cifra de Terpel en GNV de Colombia, México y Perú (Página 22) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Lubricantes con tecnología mundial de última generación en Colombia, Ecuador y Panamá (Página 25) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / El negocio de Aviación de Terpel mantiene su liderazgo por todo lo alto en Colombia y República Dominicana (Página 28) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Terpel también transporta combustible marino en Colombia y Panamá (Página 29) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Las industrias en Colombia, Ecuador y Panamá siguen confiando en Terpel (Página 30)		
		INDICADOR PROPIO Participación en el mercado	Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Las cifras de Terpel en las EDS de Colombia, Ecuador, Panamá y Perú (Página 15) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Las cifra de Terpel en GNV de Colombia, México y Perú (Página 22) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Lubricantes con tecnología mundial de última generación en Colombia, Ecuador y Panamá (Página 25) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / El negocio de Aviación de Terpel mantiene su liderazgo por todo lo alto en Colombia y República Dominicana (Página 28) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Las industrias en Colombia, Ecuador y Panamá siguen confiando en Terpel (Página 30)	Este indicador no se reporta para a línea de negocio Marinos.	
		INDICADOR PROPIO Crecimiento en ventas	Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Las cifras de Terpel en las EDS de Colombia, Ecuador, Panamá y Perú (Página 15)	Este indicador solo se reporta para Estaciones de Servicio.	

NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
I	Buen gobierno corporativo y transparencia				
		CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD Aspecto: lucha contra la corrupción G4-SO3: número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con corrupción y riesgos significativos detectados.	Transparencia / Buen gobierno corporativo / Operaciones evaluadas en riesgos con corrupción (Página 36) Los porcentajes de los centros evaluados corresponden a: 71% de la oficinas regionales, 13,3% de las plantas y el 100% de oficina de dirección general. En total se identificaron 3 casos de corrupción en los cuales se amonestó a los empleados implicados.		SI
I	Relaciones y condiciones laborales justas				
		CATEGORÍA: ECONOMÍA Aspecto: presencia en el mercado G4-EC6: porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Datos de empleabilidad en Terpel / Porcentaje de empleados de la alta dirección de procedencia local (Página 40)		
		CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO Aspecto: empleo G4-LA1: número total, tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosado por grupo etario, género y región. INDICADOR DJSI Atracción y retención del talento 3.4.3 Tasa de rotación y contratación	Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Datos de empleabilidad en Terpel / Número de empleados directos (Página 39) Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Datos de empleabilidad en Terpel / Tasa de contratación y retención en Colombia (Página 42) En Colombia, fueron contratados 56 hombres menores de 30 años, 65 hombres entre 30 y 50 años y 3 hombres mayores de 50 años. Con respecto a las mujeres, se contrataron 26 mujeres menores de 30 años, 16 mujeres entre 30 y 50 años y ninguna mayor de 50 años Frente a los retiros, en Colombia 25 hombres menores de 30 años se retiraron de la compañía, 46 hombres estaban entre 30 y 50 años y 3 hombres eran mayores de 50 años. En cuanto a las mujeres, 14 eran menores de 30 años, 19 mujeres estaban entre los 30 y 50 años y ninguna mujer mayor de 50 se retiró de la empresa.		SI
		CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO Aspecto: salud y seguridad en el trabajo G4-LA5: 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.	Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Terpel trabaja para proveer espacios de trabajo seguros y saludables / Comités de salud y seguridad en 2016 (Página 57)		

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
		CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO 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.	Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Terpel trabaja para proveer espacios de trabajo seguros y saludables / Cifras que reflejan las prácticas para proteger la salud y seguridad (Página 55, 56 y 57) En Colombia, se reportan como las tres enfermedades ocupacionales más comunes, lumbalgia, síndrome de manguito rotador y trastorno de disco intervertebral, asimismo se reportan como causas de accidente de trabajo las malas posturas en el manejo de cargas, la inadecuada manipulación de mangueras de suministro de combustible.		SI
		CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO Aspecto: igualdad de retribución entre mujeres y hombres G4-LA13: Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad	Promedio de salario mujeres nivel Ejecutivo (solo base salario): Presidente, Vicepresidentes, Gerentes país y Gerentes 25.677.479 pesos Promedio de salario hombres nivel Ejecutivo (solo base salario): Presidente, Vicepresidentes, Gerentes país y Gerentes 28.398.950 pesos Promedio de salario para mujeres nivel Directivo (solo base salario): Directores 12.727.027 pesos Promedio de salario para hombres nivel Directivo (solo base salario): Directores 12.81.459 pesos Promedio de salario para mujeres nivel no directivo (solo base salario): Jefaturas, Analistas, Administradores y Supervisores, Técnicos y Asistentes, Operarios 5.484.308 pesos Promedio de salario para hombres nivel no directivo (solo base salario): Jefaturas, Analistas, Administradores y Supervisores, Técnicos y Asistentes, Operarios 5.959.199 pesos	Este indicador se reporta solo para Colombia	SI
		INDICADOR DJSI Indicadores de prácticas laborales y derechos humanos 3.2.1 Diversidad	8 mujeres en puestos de alta dirección (máximo a dos niveles del presidente): Presidente, Vicepresidentes, Gerentes país y Gerentes 26 mujeres en primera posición directiva: Directores 422 mujeres en puestos de dirección menores: Jefaturas, Analistas, Administradores y Supervisores, Técnicos y Asistentes, Operarios 2,62% de mujeres en puestos de alta dirección (máximo a dos niveles del presidente): Presidente, Vicepresidentes, Gerentes país y Gerentes 2,57% de mujeres en primera posición directiva: Directores 32,54% de mujeres en puestos de dirección menores: Jefaturas, Analistas, Administradores y Supervisores, Técnicos y Asistentes, Operarios	El alcance de este indicador es Colombia	SI
I	Condiciones seguras de operación				
		INDICADOR PROPIO Avances del programa EDS confiables Número de EDS vinculadas al programa	Responsabilidad / Protección del Ambiente / EDS Confiable: para ser la red más segura de Colombia (Página 72)	El alcance de este indicador es Colombia	

NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
I	Acompañamiento a afiliados, proveedores, clientes y consumidores				
	CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS Aspecto: etiquetado de los productos y servicios G4-PR5: resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Satisfacción de clientes de EDS en Colombia (EDS) (Página 16) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Satisfacción de clientes de EDS en Ecuador (EDS) (Página 19) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Satisfacción de clientes de EDS en Panamá (EDS) (Página 20) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Satisfacción de clientes de EDS en Perú (EDS) (Página 21) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Satisfacción de clientes de GNV en México (EDS) (Página 23) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Satisfacción de clientes de Lubricantes en Colombia (EDS) (Página 27) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Satisfacción de clientes de Aviación en Colombia (EDS) (Página 28) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Satisfacción de clientes de Aviación en República Dominicana (EDS) (Página 29) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Satisfacción de clientes de Marinos en Colombia (EDS) (Página 30) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Satisfacción de clientes de Industria en Colombia (EDS) (Página 31)			SI
	CATEGORÍA: ECONOMÍA Aspecto: prácticas de adquisición G4-EC9: porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	Calidad / Desarrollo de los proveedores / Terpel presenta su gestión de compras local (Página 62) En Terpel definimos proveedores locales, como aquellos que desarrollan su actividad productiva en los países donde opera Terpel, generando desarrollo regional y nacional.			SI
	INDICADOR PROPIO Evaluación ambiental de Contratistas Número de los contratistas que son evaluados bajo criterios ambientales	Calidad / Desarrollo de los proveedores / Proveedores de Terpel en proceso de mejora (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
		INDICADOR PROPIO Escuelas Terpel Horas de formación en cada una de las escuelas Terpel	Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Terpel está comprometido con el crecimiento integral de las personas / Escuela de Isleros (Página 53) Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Terpel está comprometido con el crecimiento integral de las personas / Escuela de Administradores (Página 53) Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Terpel está comprometido con el crecimiento integral de las personas / Escuela de Aviación (Página 53) Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Terpel está comprometido con el crecimiento integral de las personas / Escuela de Industria (Página 54)	El alcance de estos indicadores es Colombia Algunas excepciones: Escuela de Aviación incluye República Dominicana, Escuela de Isleros incluye Ecuador y Panamá y Escuela de Administradores incluye Ecuador y Panamá	SI
		INDICADOR PROPIO Avances del programa EDS confiables Número de EDS vinculadas al programa	Responsabilidad / Protección del Ambiente / EDS Confiable: para ser la red más segura de Colombia (Página 72)	El alcance de este indicador es Colombia	
		INDICADOR PROPIO Conductores capacitados Número	Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / En Colombia, Terpel sigue ofreciendo valores agregados (Página 31) Desarrollo de proveedores / En Colombia, Terpel desarrolla buenas prácticas con sus proveedores (Página 69)		SI
		INDICADOR PROPIO Baños remodelados Número	Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / En Colombia, Terpel sigue revolucionando el mercado de EDS (Página 16)		SI
		INDICADOR PROPIO Empresarios que hacen parte de la Red de Empresarios Terpel (RET) Número	Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Terpel es una construcción colectiva: Red de Empresarios Terpel (RET) (Página 17)		SI
I	Cambio climático: huella de carbono				
		CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE Aspecto: energía G4-EN3: consumo energético interno.	Responsabilidad / Protección del Ambiente / Conozca el consumo de energía de Terpel (Páginas 74 y 75) En 2016 el consumo de energía por tipo de combustible fue: Colombia: Gas - oil (generación eléctrica): 2.084,056524 GJ Gas - oil (fuentes móviles): 528.770,60676 GJ Gasolina (Fuentes móviles): 17.737,628702 GJ Fuentes móviles JET A1: 11.422,524744 GJ Ecuador: Gasolina (fuentes móviles): 995 GJ Panamá: Gasolina (fuentes móviles): 15.289 GJ	No se cuenta con la información por tipo de combustible para las operaciones de México, Perú y República Dominicana.	SI
		CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE Aspecto: energía G4-EN5: intensidad energética.	Responsabilidad / Protección del Ambiente / Conozca el consumo de energía de Terpel (Página 75)		SI

NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
		CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE Aspecto: emisiones G4-EN15: emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	Responsabilidad / Protección del Ambiente / Terpel le sigue apostando a la lucha contra el cambio climático (Página 73)	El alcance de este indicador es Colombia	SI
		CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE Aspecto: emisiones G4-EN16: emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).	Responsabilidad / Protección del Ambiente / Terpel le sigue apostando a la lucha contra el cambio climático (Página 73)	El alcance de este indicador es Colombia	SI
		CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE Aspecto: emisiones G4-EN17: otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	Responsabilidad / Protección del Ambiente / Terpel le sigue apostando a la lucha contra el cambio climático (Página 73)	El alcance de este indicador es Colombia	SI
I	Derrames y residuos				
		CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE Aspecto: efluentes y residuos G4-EN23: peso total de los residuos gestionados según tipo y método de tratamiento.	Responsabilidad / Protección del Ambiente / Terpel avanza en la gestión de sus residuos (Páginas 77 - 81)		SI
		CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE Aspecto: efluentes y residuos G4-EN24: número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Responsabilidad / Protección del Ambiente / Terpel dispuesto para la prevención (Páginas 76)	El alcance de este indicador es Colombia, República Dominicana y Panamá	SI
		CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE 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 2016 la Organización Terpel no recibió multas ambientales significativas mayores a 10.000 dólares. Las sanciones presentadas, se debieron en su mayoría a: inadecuada disposición de basura, demora en el cambio de precio, demora en los permisos.		SI
		CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE Aspecto: general G4-EN31: desglose de los gastos e inversiones para la protección del ambiente.	Responsabilidad / Protección del Ambiente / Terpel presenta su inversión en temas ambientales (Páginas 82)		
		INDICADOR PROPIO Número de kits de derrame entregados	En 2016 no entregamos ningún kit de derrame.		
I	Educación de calidad				
		CATEGORÍA: ECONOMÍA Aspecto: desempeño económico G4-EC1: valor económico directo generado y distribuido.	Terpel crea y distribuye valor (Página 13) Transparencia / Bienestar de las comunidades / Terpel genera valor con iniciativas sociales (Página 85)	El alcance de la información presentada en Bienestar de las comunidades es Colombia	

NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
		CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD 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. De un total de 29 operaciones donde se desarrollan programas con la comunidad, se han realizado evaluaciones de impacto en 2 de ellas, es decir en el 6,9% de las operaciones. Con respecto a la medición de impacto ver la siguiente información: Transparencia / Bienestar de las comunidades / Escuelas que aprenden (Página 87) Transparencia / Bienestar de las comunidades / Terpel un aliado que genera valor social en los demás países donde opera (Página 90)		SI
		INDICADOR PROPIO Fundación Terpel Número beneficiarios de los programas de educación	Transparencia / Bienestar de las comunidades / En Colombia, Fundación Terpel un aliado de la educación de calidad (Página 86)	El alcance de este indicador es Colombia	SI
		INDICADOR PROPIO Voluntariado Número de beneficiarios	Transparencia / Bienestar de las comunidades / En Colombia, el equipo Terpel se conecta con las necesidades de los colombianos a través del voluntariado corporativo (Página 89)	El alcance de este indicador es Colombia	
		INDICADOR PROPIO Voluntariado Número de jornadas	En 2016 se realizaron 9 jornadas de voluntariado en 6 ciudades del país. Transparencia / Bienestar de las comunidades / Terpel un aliado que genera valor social en los demás países donde opera (Página 90)		
I	Reconciliación				
		INDICADOR PROPIO Reintegración Número de personas contratadas por la organización	En 2016 se contrataron 26 personas en condición de reintegración	El alcance de este indicador es Colombia	
II	Tecnología e innovación				
		INDICADOR PROPIO Imagen Número de estaciones de servicio con nueva imagen	Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / En Colombia, Terpel sigue revolucionando el mercado de EDS (Página 16) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / en Panamá, EDS de Terpel transforman el mercado (Página 19)		SI
		INDICADOR PROPIO Negocios Complementarios Número de estaciones de servicio que cuenten con negocios complementarios	Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / En Colombia, Terpel sigue revolucionando el mercado de EDS (Página 16) Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / En Panamá, EDS de Terpel transforman el mercado (Página 19) En Ecuador, se cuenta con 5 tiendas de conveniencia. En Perú, Terpel dispone de 6 tiendas de conveniencia, una más que en 2015.		
		INDICADOR PROPIO Innovación de productos Número de productos certificados	Evolución / Experiencias memorables y consolidación de red / Lubricantes Terpel son producto de la innovación (Página 26)		

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
		INDICADOR PROPIO 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.		
II	Desarrollo del capital humano				
		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.	Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Terpel está comprometido con el crecimiento integral de las personas (Páginas 48, 49 y 50)		SI
		INDICADOR PROPIO Inversión en formación	Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Terpel está comprometido con el crecimiento integral de las personas (Páginas 48)		SI
		INDICADOR PROPIO Vacantes ocupadas por personal interno Número	Liderazgo / Crecimiento del equipo Terpel / Datos de empleabilidad en Terpel / Puestos vacantes ocupados por personal interno (Página 46)		SI
II	Biodiversidad				
		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 (Gliricidia sepium) y Uvita (Cordia dentata) a mediados del año 2014.		El alcance de este indicador es Colombia y no se está reportando la superficie del centro operativo en Km2.
III	Respeto y promoción de los derechos humanos				
		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. Durante 2016 avanzamos en un ejercicio para establecer el proceso de Debida Diligencia en derechos humanos, en el que se hizo un diagnóstico inicial para conocer la amenaza o vulneración de la compañía con respecto a la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos, y las medidas adoptadas por la compañía para defender estos derechos. Terpel actúa con un enfoque de sostenibilidad / El respeto a los derechos humanos hace parte de las bases de trabajo de Terpel / Terpel avanzó en un ejercicio para reestablecer el proceso de debida diligencia en derechos humanos (Página 11)		

NIVEL DE MATERIALIDAD	CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS: MATERIALES PARA TERPEL Y SUS GRUPOS DE INTERÉS	INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES	RESPUESTA / UBICACIÓN	COMENTARIOS: ALCANCE Y OMISIONES	VERIFICACIÓN
		CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS 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.	Contamos con una Política en Derechos Humanos que hacemos extensiva a todos los proveedores. Durante 2016 avanzamos en un ejercicio para establecer el proceso de Debida Diligencia en derechos humanos, en el que se hizo un diagnóstico inicial para conocer la amenaza o vulneración de la compañía con respecto a el riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para defender estos derechos. Terpel actúa con un enfoque de sostenibilidad / El respeto a los derechos humanos hace parte de las bases de trabajo de Terpel / Terpel avanzó en un ejercicio para reestablecer el proceso de debida diligencia en derechos humanos (Página 11)		
		CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS 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.	Contamos con una Política en Derechos Humanos que hacemos extensiva a todos los proveedores. Durante 2016 avanzamos en un ejercicio para establecer el proceso de Debida Diligencia en derechos humanos, en el que se hizo un diagnóstico inicial para conocer la amenaza o vulneración de la compañía con respecto a episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para defender estos derechos. Terpel actúa con un enfoque de sostenibilidad / El respeto a los derechos humanos hace parte de las bases de trabajo de Terpel / Terpel avanzó en un ejercicio para reestablecer el proceso de debida diligencia en derechos humanos (Página 11)		SI
Otros asuntos relevantes					
		CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTE Aspecto: agua G4-EN8: captación total de agua según la fuente.	Responsabilidad / Protección del Ambiente / El agua, un recurso que se monitorea en Terpel (Página 81)	Terpel, no es un alto consumidor de este recurso, de allí que la captación se realiza a través de suministro de agua municipal u otras empresas.	SI

COMITÉ EJECUTIVO TERPEL:

Sylvia Escovar Gómez, PRESIDENTE.

Daniel Perea Villa, VICEPRESIDENTE DE ASUNTOS CORPORATIVOS Y LEGALES.

Kenneth Alexander Siefken Consuegra, VICEPRESIDENTE DE MERCADERO.

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.

AGRADECIMIENTO ESPECIAL A LOS GERENTES DE LOS PAÍSES Y SUS EQUIPOS DE TRABAJO:

Fabio Castro, GERENTE GENERAL ECUADOR. Felipe Echavarría, DIRECTOR GENERAL MÉXICO. Gustavo Rodríguez, GERENTE GENERAL PANAMÁ.

Edgardo Escobar Ochoa, GERENTE GENERAL PERÚ. Johan Darío Ortiz, GERENTE ENCARGADO REPÚBLICA DOMINICANA.

COORDINACIÓN DEL INFORME:

Andrea Cheer Leyva: DIRECTORA DE ASUNTOS CORPORATIVOS.

Tatiana Orjuela Cabrera, JEFE DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA. Desarrollo Visible, ASESORÍA EXTERNA.

Deloitte & Touche Ltda., VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE. Typo Diseño Gráfico Ltda., CONCEPTO Y DISEÑO GRÁFICO. FOTOGRAFÍA: Archivo general Terpel.

Red Pacto Global
ColombiaEste es el resumen ejecutivo de nuestro Informe de Sostenibilidad 2016, que fue realizado según los criterios de conformidad para la opción Esencial de la guía Global Reporting Initiative versión G4 (GRI-G4). Para consultar la versión completa del informe consulte: <https://www.terpel.com/Global/Sostenibilidad/rs-ot-2016.pdf>ROBECOSAM
Sustainability Award
Bronze Class 2017

Terpel fue incluida en el RobecoSam Sustainability Yearbook 2017 (Anuario de Sostenibilidad de RobecoSam) y reconocida con las distinciones Bronze Class e Industry Mover, debido a su sobresaliente desempeño en materia económica, social y ambiental.

ROBECOSAM
Sustainability Award
Industry Mover 2017

Desde 2011 Terpel es signataria del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y está comprometida con sus 10 principios.

Abril de 2017

Bogotá D. C.-Colombia

Carrera 7 # 75 - 51
Edificio Corporativo
Bogotá Colombia
www.terpel.com[terpelcolombia](https://www.facebook.com/terpelcolombia)[terpelcol](https://twitter.com/terpelcol)[terpelcol](https://www.youtube.com/terpelcol)**Propiedad intelectual y derechos de autor:** La sociedad ha cumplido con las responsabilidades derivadas de la Ley 603 de julio de 2000, sobre la cual se asegura que "el uso de los productos de propiedad intelectual está acorde con la legislación vigente".

Este cuaderno está elaborado con papel 100% ecológico y ha sido certificado por el ICONTEC luego de un proceso de auditoría que evalúa el cumplimiento de estrictos controles ambientales a lo largo de su proceso productivo y ciclo de vida.