

Las oportunidades surgen

Con la adquisición del negocio de lubricantes de Mobil, Terpel se consolidó como una de las empresas privadas más grandes del país.

TERPEL, QUE ACABA DE CELEBRAR 50 años de operaciones, estuvo entre los grandes protagonistas del mundo de los negocios en 2018.

La compra del negocio de lubricantes de Exxon Mobil se convirtió en una de las jugadas empresariales más importantes en el país y la región latinoamericana. Este negocio le significó a Terpel conseguir el liderazgo de este segmento en Colombia, Perú y Ecuador, donde sumó además a su red las 42 Estaciones de Servicio, EDS, con bandera Mobil. Y quedarse con una de las marcas de mayor tecnología y prestigio en el mundo, lo que elevó su oferta de valor hacia los consumidores.

Para cumplir los condicionamientos regulatorios de la Superintendencia de Industria y Comercio, le vendió la red de EDS de Mobil en Colombia y otros activos a un nuevo jugador mayorista que entró al país: la peruana Primax. También vendió la fábrica de lubricantes que opera en Bucaramanga, donde logró reubicar a todos los empleados. Al final la operación registró un cierre financiero sin contratiempos que incluyó una emisión de bonos por 1,1 billones de pesos.

El año pasado fue sin duda uno de celebración y grandes logros para esta compañía, que tiene su mayor mercado en el centro del país.

Para Sylvia Escovar, su presidenta, el mayor éxito fue la integración del negocio de lubricantes de la marca Mobil y haber ganado un punto de participación de mercado, el mayor incremento en los últimos cinco años, luego de ganar 1,2 puntos porcentuales y llegar al 43,3 por ciento. *“Todos en este sector saben lo difícil que es aumentar participación pero lo mejor es que muestra que la estrategia que nos hemos planteado de enfocarnos en las personas para ser la marca preferida de los colombianos ha funcionado”*, asegura Escovar.

Con una estrategia basada en el concepto de *“atendemos personas, no carros”*, la compañía se ha enfocado en cumplir la promesa de ofrecer el mejor servicio, al precio más competitivo y con una infraestructura moderna con

estaciones más amplias e iluminadas que tienen una presencia regional muy importante.

En 2018 terminaron con 1.405 estaciones totalmente renovadas, y alcanzaron así 73 por ciento de la red con nueva imagen.

Además, superaron los 100 servicios complementarios en Colombia: en materia de tiendas de conveniencia llegaron a 46 puntos de la marca Altoque, entregaron las primeras 8 tiendas en franquicia, alcanzaron 50 quioscos Deuna instalados en la red y 13 autolavados Ziclos. Además, remodelaron 20 centros de lubricación Lubriplus. Y comenzaron a vender la marca Mobil en julio, con lo cual siguen contribuyendo a aumentar los estándares de una industria tan tradicional y comoditizada.

Para diferenciarse y agregar valor, Terpel ha promovido la innovación con un servicio especializado para motociclistas y el lanzamiento del Club Terpel Lifemiles que entrega millas por consumos de combustible y productos de las tiendas de conveniencia. En 2018 implementaron 7 nuevas islas para motos, llegaron a 45 en el territorio nacional, y alcanzaron más de 780.000 usuarios inscritos en su programa de millas.

La integración y el aumento de los servicios complementarios se reflejaron en un aumento del 24,2 por ciento en las ventas, que alcanzaron los 19,3 billones de pesos, lo cual consolida a Terpel como una de las empresas privadas más grandes del país y líder del sector de distribución de combustibles y lubricantes. Si bien el de lubricantes es un negocio de volúmenes más bajos, sus márgenes son mucho más altos.

El Ebitda ascendió a 740.930 millones y la utilidad neta alcanzó los 133.741 millones con un crecimiento de 7,4 por ciento y una caída del 31,5 por ciento, respectivamente. La caída en la utilidad se debe a los gastos relacionados con la adquisición de las operaciones de Exxon Mobil, pues si se elimina dicho efecto, el crecimiento de la utilidad sería de 9 por ciento.

En 2018 las ventas de gasolina crecieron a doble dígito mientras que la

participación del mercado en Gas Natural Vehicular (GNV) se mantuvo estable alcanzando un 46,3 por ciento.

Las perspectivas de este subsector podrían mejorar dado que este año comenzarán a rodar los 741 biarticulados y articulados que llegan a la flota de Trans-Milenio a gas y los 467 buses que llegarán a Cartagena y Manizales.

Además de la promoción del uso del GNV, Terpel demuestra su compromiso con la protección del medioambiente y el cuidado de los entornos donde opera con temas como uso de energía solar en algunas estaciones y en la Planta de Baranoa, así como con la venta de bonos de carbono para clientes en el sector industrial.

Durante el año pasado, Terpel también reconfirmó su posición como un ‘Aliado País’ mediante su participación activa en los temas de la reconciliación y construcción de la paz. A través de su programa Restaurando Sueños apoyaron el desarrollo de proyectos productivos en Santander, Tolima y Cesar, regiones estratégicas para el proceso de posconflicto. Realizaron también ocho ferias empresariales a nivel nacional promoviendo la compra de productos elaborados por emprendedores reintegrados y vincularon laboralmente a 137 personas entre víctimas y reintegrados.

Además, están realizando un proyecto piloto de valor compartido para acompañar a dos reintegrados en la creación de su propia empresa especializada en mantenimientos locativos a estaciones de servicio y de esa forma se vincularon a la cadena de suministro de Terpel.

Para 2019, Sylvia Escovar espera mantener la suya como la marca preferida por los colombianos y exceder las expectativas. Esa es su medida del éxito. *“El éxito es superar las expectativas que tengo sobre los objetivos que me he planteado y sorprender a los colombianos con todas las herramientas que nos permitan darles el mejor servicio en todas las regiones del país”*, afirma Escovar, para quien las claves para hacerlo son comunicar muy bien el norte de lo que se quiere lograr, confiar en el equipo y persistir. ■

de pensar en las personas

FOTO: KAREE SALAMANCA



24,2

POR CIENTO

el crecimiento de las ventas de Terpel con lo cual alcanzaron los **19,3 billones de pesos en 2018**, producto de la compra y el aumento de los servicios complementarios.

► Para la presidenta de Terpel, Sylvia Escovar, el mayor éxito fue la integración del negocio de lubricantes de la marca Mobil.