



ÍNDICE

1.	Carta del Presidente Ejecutivo de Grupo Popular	3	7.5.	Transparencia en la comunicación de los productos y servicios	66
2.	Sobre este reporte	5	8.	Elevarse	68
2.1.	Sobre el reporte	6	8.1.	Innovación y transformación digital	69
2.2.	Grupos de interés y relacionamiento	7	8.2.	Seguridad y protección de la información	72
2.3.	Análisis de materialidad	10	9.	Avanzar	74
3.	Perfil Grupo Popular y filiales	13	9.1.	Mitigación del cambio climático	75
4.	Visión Sostenible de Grupo Popular	24	9.2.	Ecoeficiencia	79
5.	Crece	29	9.3.	Financiamiento verde	82
5.2.	Gestión integral de riesgo	36	9.4.	Desarrollo social y protección ambiental	85
5.3.	Reputación	40	9.5.	Gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG) en la cadena de suministro	88
6.	Moverse	43	9.6.	Educación ambiental	90
6.1.	Educación financiera	46	9.7.	Contribución a la educación de la población	92
6.2.	Inclusión financiera	47	9.8.	Inclusión de personas en condición de discapacidad	95
6.3.	Educación pensional y preparación para el retiro	50	10.	Destacados 2019	97
6.4.	Apoyo al emprendimiento	51	ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI	99	
7.	Construir	52			
7.1.	Ética, anticorrupción y cumplimiento normativo	53			
7.2.	Desarrollo del talento humano y bienestar	57			
7.3.	Equidad de género	61			
7.4.	Satisfacción de los clientes	62			



1

CARTA DEL
PRESIDENTE
EJECUTIVO
DE GRUPO
POPULAR

1. CARTA DEL PRESIDENTE EJECUTIVO DE GRUPO POPULAR

Vivimos en un mundo radicalmente distinto al que habitábamos hace tan solo un año. La crisis sanitaria y económica causada por la COVID-19 ha producido una completa disrupción en la vida de todos.

Pero más que esto, la pandemia nos ha demostrado lo interconectados que estamos los seres humanos entre sí, en formas que superan los espacios físicos, la política y la economía, así como también la estrecha interconexión que existe entre la humanidad y la naturaleza.

Este tiempo ha servido para entender que los efectos climáticos y sociales ocasionados por el comportamiento humano son imposibles de ignorar. Cada día se fortalece más aún la necesidad de tomar acción y se evidencia el largo camino que tenemos por delante.

Hoy sabemos mejor que nunca cómo la determinación y resiliencia son claves para la unidad de acción hacia la consecución de un futuro promisorio que es posible y que debe ser el legado para las siguientes generaciones.

Con este primer Informe de Sostenibilidad del Grupo Popular, realizado bajo los Estándares GRI (Global Reporting Initiative) y de acuerdo a los diez principios establecidos por la red del Pacto Global de las Naciones Unidas, de la cual formamos parte desde el año 2007, buscamos dar un paso más hacia la sustentabilidad de nuestros procesos, productos y servicios, y también hacia la transparencia, uno de nuestros principios de gobernanza corporativa.

Esta publicación, además, da a conocer nuestro proceso estratégico basado en una visión sostenible, con la que desarrollamos un modelo de servicios financieros rentable que, al mismo tiempo, implementa acciones innovadoras con un impacto positivo para nuestro planeta.

El pasado año 2019 trajo cambios importantes para nuestra organización financiera en nuestra forma de operar, especialmente en nuestra apuesta por la sostenibilidad y nuestro enfoque continuo en la digitalización, como vector de inclusión financiera, progreso social y reducción de emisiones contaminantes. Esto se evidencia de forma clara en nuestra principal empresa filial, Banco Popular Dominicano, la cual se comprometió con los Principios de Banca Responsable de las Naciones Unidas, alineando sus acciones a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y asumiendo objetivos ambiciosos para los próximos años, en áreas como la sostenibilidad ambiental de sus procesos, las finanzas verdes, la promoción de la movilidad sostenible, la educación y la inclusión financiera.

Las acciones realizadas y las metas establecidas a lo largo del pasado año demuestran que nuestra organización tiene el potencial de continuar creciendo de forma sostenida, tomando en cuenta sus grupos de interés y a la vez velando por el progreso del pueblo dominicano y el equilibrio de nuestros ecosistemas.

En nuestra esencia, desde hace más de cinco décadas, tenemos el propósito corporativo de lograr el progreso de nuestras comunidades de forma sostenible.

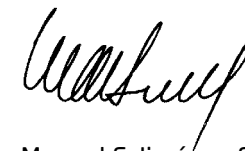
Nos apoyamos para ello en una robusta Cultura Basada en Valores, que es un modelo de administración y toma de decisiones permanente, el cual aporta valor a las estrategias, procesos y personas de nuestra organización financiera.

Es algo que practicamos a diario, aunque somos conscientes también de que tenemos mucho por aprender y un largo camino por recorrer en este mundo de cambios incesantes.

Por esta razón, buscamos continuar organizándonos alrededor de prácticas éticas guiadas por metas sustentables claras, que den cumplimiento a nuestros compromisos asumidos de cara a la Agenda 2030.

En el Grupo Popular entendemos que el mundo es de todos y que en cada uno está poder decidir cómo vamos a accionar ante las crisis a las que, tarde o temprano, tendremos que hacer frente.

Podemos intentar regresar a la forma tradicional de operar con anterioridad comprender que debemos trabajar unidos para construir un futuro más adaptable, inclusivo y sostenible, en beneficio de todos.



Manuel E. Jiménez F.

Presidente Ejecutivo Grupo Popular



2

SOBRE
ESTE
REPORTE

2.1 SOBRE EL REPORTE

GRI 102-50, GRI 102-54

En este reporte Grupo Popular S.A. da a conocer la información de gestión y los resultados en sostenibilidad para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2019.

Este informe cubre las filiales del Grupo constituidas en la República Dominicana y Panamá, y se extiende, con mayor profundidad, a las siguientes entidades:

- Banco Popular Dominicano (BPD)
- Administradora de Fondo de Pensione Popular (AFP)
- Fundación Popular

En los casos en lo que se mencione a Grupo Popular, se incluyen las diez empresas de la sociedad económica y financiera y la Fundación Popular.

Este informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Esencial, e incluye los contenidos de la guía sectorial para Servicios Financieros (Financial Services Sector Disclosure).

Adicionalmente, este reporte responde a los Principios del Pacto Global de las Naciones

Unidas, a los Principios para la Banca Responsable de la Iniciativa Financiera de ONU Medio Ambiente (UNEP FI) y presenta la contribución de la organización al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

GRI 102-53

Para más información acerca de los contenidos de este reporte, contactar a:

- Andrea Cordero, Gerente de Sostenibilidad de Banco Popular Dominicano (avcordero@bpd.com.do)
- Víctor Hilario, Gerente División Responsabilidad Social Corporativa Banco Popular Dominicano (vhilario@bpd.com.do)
- Elías Dinzey, Gerente General Fundación Popular



2.2. GRUPOS DE INTERÉS Y RELACIONAMIENTO

GRI 102-42

Grupo Popular es consciente de tomar en consideración los puntos de vista, intereses y expectativas de las diferentes partes interesadas que se ven afectadas directa o indirectamente por los negocios; ha identificado y seleccionado siete grupos de interés con base en los principios del Pacto Global y nuestras premisas internas de Gobierno Corporativo.



PARA MÁS
INFORMACIÓN,
REFIÉRASE AL
DOCUMENTO
INFORME ANUAL
DE GOBIERNO
CORPORATIVO
2019 EN
NUESTRA
PÁGINA WEB.

GRI 102-40, GRI 102-43, GRI 102-44

GRUPO DE INTERÉS	ENFOQUE	TEMAS Y PREOCUPACIONES CLAVES
CLIENTES / USUARIOS	<p>Frecuencia de la participación: Participación continua</p> <p>Canal de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratación de productos y servicios. • Correspondencia física y virtual. • Encuesta de satisfacción del cliente. • Voz del cliente. • Redes sociales. • Informe de gestión anual. • Grupos focales • Análisis de estudios de casos • App Popular, App AFP, Internet Banking y páginas web. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar innovadores procesos para facilitar la vida de los usuarios. • Soluciones financieras adecuadas a las necesidades y condiciones de los clientes. • Transparencia en la comunicación de los productos y servicios.
PERSONAL (COLABORADORES Y SUS FAMILIARES)	<p>Frecuencia de la participación: Participación continua</p> <p>Canal de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluaciones de clima laboral. • Boletines informativos. • Comunicaciones internas. • Informe de gestión anual. • Voluntariado Popular • Delegados de valores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar una calidad de vida digna, un trabajo estable, con posibilidades de desarrollo personal, profesional y familiar. • Respetar y dar cumplimiento con los más altos estándares en materia laboral y de seguridad social, para lograr relaciones laborales dignas y justas, que promuevan el desarrollo profesional en un entorno físico, profesional y ético adecuado.

SOCIEDAD	<p>Frecuencia de la participación: Participación continua</p> <p>Canal de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Proyectos y programas sociales y ambientales. • Boletines informativos. • Informe de gestión anual. • Encuestas • Acuerdos de colaboración • Informe de Progreso de Pacto Global. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar el patrimonio social, cultural y económico del país. • Contribuir con el desarrollo y el progreso social y humano, económico, institucional y medioambiental de la nación dominicana.
REGULADORES	<p>Frecuencia de la participación:</p> <p>Por requerimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canal de comunicación: • Informes periódicos para reguladores • Informe de gobierno corporativo • Informe de gestión anual 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de la regulación aplicable. • Mantener una relación con los reguladores basada en los principios de información constante, transparencia, cooperación, compromiso y responsabilidad. • Adoptar los lineamientos internos correspondientes para garantizar una gestión prudente y capaz de prevenir los incumplimientos regulatorios
PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> • Frecuencia de la participación: Participación continua • Canal de comunicación: • Relaciones contractuales • Visitas de inspección y evaluación de proveedores • Auditorías proveedores cumplimiento del código de ética. • Portal web proveedores • Informe de gestión anual • Actividades y encuentros 	<ul style="list-style-type: none"> • Actuar bajos altos estándares de calidad. • Establecimiento de reglas de contratación de proveedores justas, equitativas, transparentes y responsables.

2.3. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

GRI 102-42

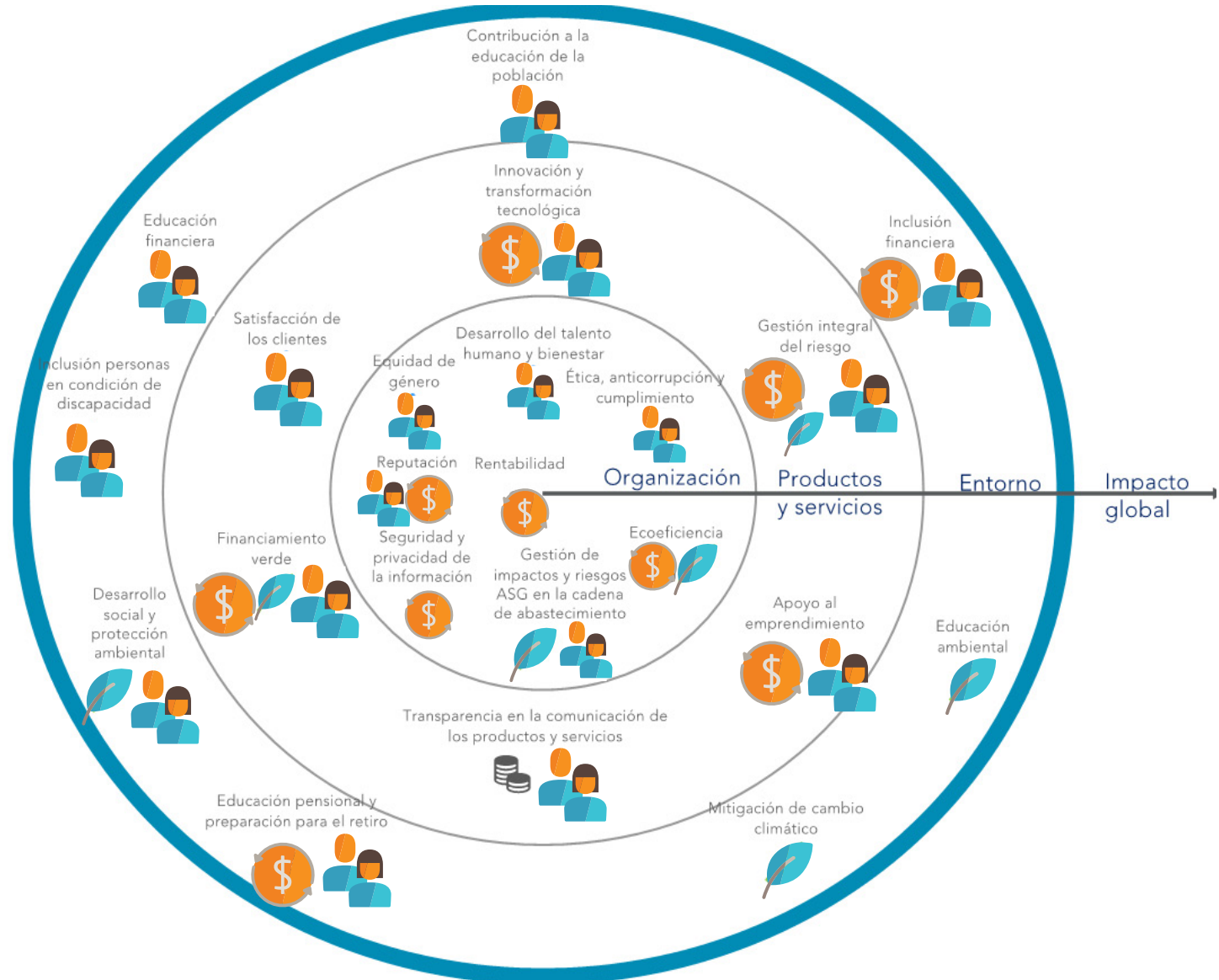
DURANTE EL AÑO 2019 REALIZAMOS NUESTRO PRIMER EJERCICIO DE MATERIALIDAD, EL CUAL NOS PERMITIÓ IDENTIFICAR, EVALUAR Y PRIORIZAR LOS TEMAS AMBIENTALES, SOCIALES, ECONÓMICOS Y DE GOBERNANZA QUE PUEDEN TENER UN IMPACTO SIGNIFICATIVO EN LA SOSTENIBILIDAD DE NUESTROS NEGOCIOS Y DE LOS GRUPOS DE INTERÉS. ESTE EJERCICIO FUE REALIZADO CON EL APOYO DE BSD CONSULTING, AN ELEVATE COMPANY Y CONSTÓ DE TRES FASES EN LAS CUALES FUERON APLICADOS LOS PRINCIPIOS PARA DEFINIR EL CONTENIDO DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE:

FASE	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES REALIZADAS
ANÁLISIS DEL CONTEXTO	<ul style="list-style-type: none"> Fase tendiente a comprender la situación empresarial y sectorial de Grupo Popular, así como los desafíos de sostenibilidad que enfrenta la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de los asuntos relevantes para los estándares o normas internacionales aplicables para el sector. Especial énfasis se hizo en los Estándares GRI, con el respectivo suplemento sectorial para Servicios Financieros. Adicionalmente, se revisaron los temas materiales para las normas y estándares internacionales en sostenibilidad como Principios de Ecuador, Pacto Global, Principios de Inversión Responsable (PRI), los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), Principios de Banca Responsable UNEP-FI, Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), Carbon Disclosure Project (CDP), Sustainability Accounting Standards Board (SASB), Sustainable Banking Network y el Índice de Sostenibilidad de Dow Jones. Referenciación externa de compañías y entidades del sector financiero. Estudio de estrategia y documentos corporativos.

<p>IDENTIFICACIÓN DE TEMAS POTENCIALMENTE RELEVANTES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fase para compilar los insumos obtenidos en el Análisis del Contexto e identificar una amplia lista de temas potencialmente relevantes para Grupo Popular, que serán sometidos a consulta con los grupos de interés internos y externos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de lista de temas potencialmente relevantes para Grupo Popular • Revisión y ajustes de lista de temas con la Vicepresidencia Ejecutiva de Relaciones Públicas y Comunicaciones.
<p>PRIORIZACIÓN Y VALIDACIÓN DE TEMAS MATERIALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fase para evaluar los resultados del ejercicio de consulta a grupos de interés y de acotar la lista de temas a incluir en el Reporte de Sostenibilidad 2019, de acuerdo con sus impactos, riesgos y oportunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistematización de resultados de entrevistas y ejercicios de calificación de temas • Priorización de temas • Elaboración de lista de temas materiales para Grupo Popular • Validación de temas con tomadores de decisiones con miembros de la alta gerencia de las filiales de Grupo Popular.



GRI 102-47: Matriz de materialidad



DE ESTE EJERCICIO, OBTUVIMOS UNA LISTA DE 22 TEMAS MATERIALES:



3

PERFIL GRUPO
POPULAR Y
FILIALES

3. PERFIL

GRUPO POPULAR Y FILIALES

GRI 102-1, GRI 102-5

Grupo Popular S.A; es un grupo económico y financiero regido por la Ley General de Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada de la República Dominicana, por medio del cual realizamos operaciones de inversión y, especialmentet:



GRI 102-4, GRI 102-6

El Grupo está estructurado a través de un modelo de filiales de servicios que nos permiten el adecuado cumplimiento de nuestra meta de ofrecer soluciones a las necesidades de nuestros clientes. Gracias a nuestros múltiples y constantes esfuerzos, nos hemos posicionado como el mayor grupo de empresas de servicios financieros en la República Dominicana, así como el pionero en temas de innovación del país.

Prestamos servicios financieros en la República Dominicana a personas, pequeñas y medianas empresas y a nivel empresarial e institucional. Nuestras operaciones se desarrollan en la República Dominicana y, a través de Popular Bank Ltd., estamos presentes en Ciudad de Panamá. Contamos con oficinas en el área metropolitana de Santo Domingo, en la Zona Norte del país, en el Interior Sur-Este del país y en la Ciudad de Panamá.

GRI 102-2

Grupo Popular está conformado por nueve filiales, a través de las cuales brindamos productos y servicios financieros para cubrir las necesidades de la población dominicana y panameña.



BANCO POPULAR DOMINICANO (BPD)

DESCRIPCIÓN

La principal institución financiera de capital privado de la República Dominicana y la filial más grande del Grupo. Fue fundado en 1963 y es uno de los bancos mejor valorado por los clientes en la República Dominicana.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

BPD cuenta con una amplia gama de servicios y productos financieros adaptados a las necesidades de cada uno de nuestros segmentos de banca personal, banca pymes y banca empresarial e institucional.



ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES POPULAR (AFP)

DESCRIPCIÓN

A través de esta filial, pionera del mercado provisional, buscamos garantizar a nuestros clientes planes de pensiones a través de la optimización de los recursos, la excelencia de los servicios y la profesionalidad en la gestión del bienestar económico para los envejecientes y sus allegados.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Diseña y administra Planes de Pensiones de acuerdo con el Sistema Dominicano de Seguridad Social.



INVERSIONES POPULAR

DESCRIPCIÓN

Por medio de Inversiones, se encargan de la asesoría y distribución de productos de inversión del Mercado de Valores. A través de esta filial, hemos estructurado y colocado importantes emisiones privadas de bonos en el mercado a través de la bolsa de valores de la República Dominicana

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Inversiones Popular ofrece los servicios de intermediación de títulos-valores emitidos, colocación de nuevas emisiones de títulos-valores y estructuración de emisiones privadas de bonos en el mercado.



ADMINISTRADORA DE FONDOS DE INVERSIONES POPULAR (AFI)

DESCRIPCIÓN

AFI ofrece las mejores ofertas de fondos de inversión a nuestros clientes de acuerdo con sus necesidades financieras y su perfil de riesgo.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Esta filial dispone de un portafolio de fondos de inversión en renta fija, renta variable, fondos de inversión inmobiliarios y de desarrollo empresarial.



FIDUCIARIA POPULAR

DESCRIPCIÓN

Fiduciaria Popular cuenta con un crecimiento sumamente rentable, dando opciones a nuestros clientes para administrar sus activos de manera segura. Además, es la primera fiduciaria autorizada por la Superintendencia de Valores para emitir Fideicomisos de Oferta Pública

PRODUCTOS Y SERVICIOS

BPD cuenta con una amplia gama de servicios y productos financieros adaptados a las necesidades de cada uno de nuestros segmentos de banca personal, banca pymes y banca empresarial e institucional.



POPULAR BANK LTD.

DESCRIPCIÓN

Popular Bank es nuestra filial bancaria establecida en Ciudad de Panamá que ofrece soluciones financieras innovadoras, permitiendo la satisfacción de las necesidades de los clientes dominicanos en el exterior.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Popular Bank ofrece soluciones financieras innovadoras que permitan satisfacer las necesidades de los clientes de segmentos de banca personal y banca empresarial y mantiene el acceso al financiamiento en dólares para facilitar el comercio internacional.



SERVICIOS DIGITALES POPULAR

DESCRIPCIÓN

Por medio de esta filial, lideramos el diseño y la puesta en funcionamiento de soluciones empresariales integrales, basadas en tecnología digital, a través de las marcas AZUL y AVANCE.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Con AZUL, afiliamos negocios para que puedan aceptar pagos con tarjetas y billeteras móviles, mediante innovadoras soluciones de pagos seguras, acompañadas de un excelente servicio. Servicios Digitales Popular también incluye dentro de su cartera la marca comercial AVANCE, la cual se encarga de facilitar avances de capital a negocios que acepten pagos con tarjetas.



INFOCENTRO

DESCRIPCIÓN

Infocentro es el proveedor de servicios relacionados a la tecnología de información y las comunicaciones a nuestros clientes empresariales. Gracias a la gestión de esta filial, somos miembro destacado de la Asociación de Contact Centers de la República Dominicana.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Proveemos el servicio de atención al cliente para nuestros clientes empresariales y personales.



ASETESA VENTA DE INMUEBLES

DESCRIPCIÓN

Brinda la posibilidad de adquirir inmuebles en todo el territorio nacional, con una diversidad de propiedades que se adaptan a las necesidades de nuestros clientes por medio de esta filial.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Asetesa es un portal inmobiliario con una gran variedad de propiedades en venta, incluyendo casas, apartamentos, villas y solares

Adicional a las empresas filiales, contamos con la Fundación Popular, la cual es la entidad responsable de la agenda social del Grupo Popular y sienta las bases para las políticas, premisas y compromisos de sostenibilidad. De igual forma, fortalece a otras fundaciones y organizaciones sociales de la República Dominicana, que promueven iniciativas sostenibles a favor del crecimiento humano, social, económico y medioambiental de la nación.

GRI 102-12

Grupo Popular y sus filiales participan activamente en diferentes iniciativas externas, comités y mesas de trabajo en los cuales se abordan temas relevantes para los grupos de interés de la Organización entre los que se incluyen:

- Pacto Global de las Naciones Unidas - 2008 - iniciativa voluntaria
- Principios de Banca Responsable de UNEP-FI - 2019 - iniciativa voluntaria
- Organización Observadora de la "Conferencia de las Partes" de las COP - 2019 - iniciativa voluntaria
- Asamblea de RedEAmérica - 2015 - iniciativa voluntaria

GRI 102-16

Comprometidos con la buena conducta de nuestra organización, hemos cimentado nuestro actuar y decisiones con base en un modelo de administración que impacta positivamente a las estrategias, los procesos y las personas

a las que llegamos. Por ello, nuestra misión, visión y valores responden a nuestra esencia y compromiso de actuar responsablemente y de manera transversal a todas nuestras filiales.

Misión de Grupo Popular

Trabajamos para ser un proveedor de servicios financieros, personales y empresariales eficiente en el mercado local e internacional. Nos enfocamos en cumplir nuestra función social, garantizando la satisfacción de nuestros clientes, empleados, accionistas y relacionados, manteniéndonos siempre a la vanguardia de la tecnología conforme a los más altos principios éticos.

Visión de Grupo Popular

Ser el grupo de servicios financieros predominante para la República Dominicana, con un crecimiento rentable, innovación constante y la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes, accionistas y empleados

GRI 102-18

NUESTRA ESTRUCTURA DE GOBIERNO ESTÁ COMPUESTA, DE MANERA GENERAL, POR LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS, EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y SUS COMITÉS DE APOYO, UN PRESIDENTE EJECUTIVO Y UNA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE SOPORTE (ALTA GERENCIA), A CONTINUACIÓN SE PRESENTAN LOS PRINCIPALES EJECUTIVOS DEL GRUPO POPULAR Y BANCO POPULAR DOMINICANO, COMO SU PRINCIPAL FILIAL:

Valores de Grupo Popular

Todas las decisiones tomadas dentro de Grupo Popular están basadas en valores, un modelo de administración que impacta positivamente a las estrategias, los procesos y las personas a las que tocamos.



PRINCIPALES EJECUTIVOS GRUPO POPULAR

Manuel E. Jiménez F.

Presidente Ejecutivo

Richard Lueje

Auditor General

Francisco Ferdinand

Vicepresidente Área Auditoría Negocios y Filiales

Patricia Rodríguez Mena

Vicepresidente Área Auditoría Riesgo y Operaciones

VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA GOBIERNO CORPORATIVO, RELACIONES CON ACCIONISTAS Y ECONOMÍA

Rafael A. Del Toro G.

Vicepresidente Ejecutivo Gobierno Corporativo, Relaciones con Accionistas y Economía

VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIONES

José Mármol

Vicepresidente Ejecutivo Relaciones Públicas y Comunicaciones

Mariel Bera

Vicepresidente Área Relaciones Públicas



Manuel E. Jiménez F.

Presidente Ejecutivo de Grupo Popular



Rafael A. Del Toro G.

Vicepresidente Ejecutivo Gobierno Corporativo, Relaciones con Accionistas y Economía



Eduardo J. Grullón V.

Presidente AFP Popular



José Mármol

Vicepresidente Ejecutivo Relaciones Públicas y Comunicaciones

Filiales Grupo Popular S.A.

AFP POPULAR, S. A.

Eduardo J. Grullón V.
Presidente

Luis José Jiménez
Vicepresidente Área Finanzas y Operaciones

Atlántida Pérez de Arias
Vicepresidente Área Negocios

INVERSIONES POPULAR, S. A.

Rafael A. Del Toro G.
Presidente Consejo de Administración

José Manuel Cuervo
*Vicepresidente Área Filiales Mercado de Valores
/ Gerente General Inversiones Popular, S. A.*

POPULAR BANK, LTD.

Luis E. Espínola
Presidente Junta Directiva

José A. Segovia
Vicepresidente Ejecutivo Gerente General

Eker Rodríguez
Vicepresidente Negocios

Ramón Guerra
Vicepresidente Finanzas, Tesorería y Contraloría

Mario Jara
Vicepresidente Gestión Integral de Riesgo

Daniel Medina
Vicepresidente Operaciones y Tecnología

Berta Castillo
Vicepresidente De Cumplimiento

INFOCENTRO, S. A.

Miguel A. Rodríguez
Presidente Consejo de Administración

Aylin Hung
Gerente General

AFI POPULAR, S. A.

José G. Ariza Medrano
Presidente Consejo de Administración

María Isabel Pérez Sallent
Gerente General

FIDUCIARIA POPULAR, S. A.

Manuel E. Jiménez F.
Presidente Consejo de Administración

Andrés Rivas
Gerente General

SERVICIOS DIGITALES POPULAR, S.A.

Christopher Paniagua
Presidente Junta Directiva

Eugene Rault Grullón
Gerente General

AVANCE CAPITAL DOMINICANA, LTD.

Christopher Paniagua
Presidente Junta Directiva

Eugene Rault Grullón
Gerente General

PRINCIPALES EJECUTIVOS BANCO POPULAR

Christopher Paniagua
Presidente Ejecutivo

Richard Lueje
Auditor General

Francisco Ferdinand
Vicepresidente Área Auditoría Negocios y Filiales

Patricia Rodríguez Mena
Vicepresidente Área Auditoría Riesgo y Operaciones

VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA FINANZAS Y CONTRALORÍA

Lisette De Jesús

Vicepresidente Ejecutiva Finanzas y Contraloría

Ramón Jiménez

Vicepresidente Área Contabilidad, Cuadre y Control

VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGO

Felipe Suárez

Vicepresidente Ejecutivo Gestión Integral de Riesgo

Aimée Abbott

Vicepresidente Área Monitoreo de Riesgo

Bélgica Sosa

Vicepresidente Área Riesgo Operacional

Diego Laverde

Vicepresidente Área Seguridad de la Información

VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA SENIOR TECNOLOGÍA Y OPERACIONES

Juan Lehoux Amell

Vicepresidente Ejecutivo Senior Tecnología y Operaciones

Fernando Ruiz

Vicepresidente Área Planificación

VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA TECNOLOGÍA DE NEGOCIOS

Sergio Solari

Vicepresidente Ejecutivo Tecnología de Negocios

Jemaris Mejía

Vicepresidente Área Desarrollo de Sistemas Core

Giovanni De Smet

Vicepresidente Área Desarrollo de Sistemas Clientes

Alberto Rodríguez

Vicepresidente Área Arquitectura

VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA OPERACIONES TI

Daniel Garay

Vicepresidente Ejecutivo Operaciones TI

Wilson Ruiz

Vicepresidente Área Producción

Sigfredo Tineo

Vicepresidente Área Continuidad TI

VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA OPERACIONES

Miguel A. Rodríguez

Vicepresidente Ejecutivo Operaciones

José Hernández Caamaño

Vicepresidente Área Ingeniería y Mantenimiento

Ayeisa de los Santos

Vicepresidente Área Operaciones de Tarjetas, Canales y Proveedores

Daisy Almánzar

Vicepresidente Área Operaciones

John Strazzo

Vicepresidente Área Seguridad

VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA SENIOR NEGOCIOS NACIONALES E INTERNACIONALES

René Grullón F.

Vicepresidente Ejecutivo Senior Negocios Nacionales e Internacionales

María Angélica Haza

Vicepresidente Área Tesorería y Mercado de Capitales

VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA NEGOCIOS EMPRESARIALES Y DE INVERSIÓN

Luis E. Espínola

Vicepresidente ejecutivo Negocios Empresariales y de Inversión

Pedro Díaz Cabral

Vicepresidente Área Banca de Empresas

Robinson Bou

Vicepresidente Área Negocios Corporativos

Ricardo A. De la Rocha C.

Vicepresidente Área Negocios Corporativos y Empresariales Zona Norte

Edward Baldera

Vicepresidente Área Internacional, Institucional y de Inversión

Juan Manuel Martín De Oliva
Vicepresidente Área Negocios Turísticos

Edgar Del Toro
Vicepresidente Área Negocios Leasing y Factoring

**VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA NEGOCIOS
 PERSONALES Y SUCURSALES**

Francisco Ramírez
*Vicepresidente Ejecutivo Negocios Personales y
 Sucursales*

Roberto Carlos Rodríguez
Vicepresidente Área Negocios Zona Metro Oeste

Chantall Ávila
Vicepresidente Área Negocios Zona Metro Este

Jorge Jana
Vicepresidente Área Negocios Zona Norte

Leonte Brea
*Vicepresidente Área Negocios Zona Interior
 Sur-Este y Canales Comerciales*

Austria Gómez
Vicepresidente Área Tarjetas

Isael Peña
Vicepresidente Área Banca Digital

Giselle Moreno
Vicepresidente Área Mercadeo

Eker Rodríguez
Vicepresidente Área Banca Privada

**VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA SENIOR GESTIÓN
 HUMANA, TRANSFORMACIÓN CULTURAL,
 ADMINISTRACIÓN DE CRÉDITOS Y CUMPLIMIENTO**

Antonia Antón de Hernández
*Vicepresidente Ejecutiva Senior Gestión Humana,
 Transformación Cultural, Administración de Crédito y
 Cumplimiento*

Verónica Álvarez
*Vicepresidente Área Prevención de Lavado de
 Activos y Financiamiento del Terrorismo*

Manuel Matos G.
*Vicepresidente Área Legal y Cumplimiento
 Normativo*

**VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA ADMINISTRACIÓN DE
 CRÉDITOS**

Miguel E. Núñez
Vicepresidente Ejecutivo Administración de Créditos
Carmen Natalia López
*Vicepresidente Área Análisis y Formalización de
 Créditos Empresariales*

José A. Johnson Gullón
*Vicepresidente Área Análisis y Formalización de
 Créditos Personales*

José Odalis Ortiz
Vicepresidente Área Normalización de Créditos

**VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA GESTIÓN
 HUMANA, TRANSFORMACIÓN CULTURAL Y
 SISTEMAS Y PROCESOS**

Arturo Gullón F.
*Vicepresidente Ejecutivo Gestión Humana,
 Transformación Cultural y Sistemas y Procesos*

Amanda Almeyda Nin
Vicepresidente Área Gestión Humana

Joel García
Vicepresidente Área Gestión de Talento y Cultura

Soraya Sánchez
*Vicepresidente Área Calidad de Servicio y
 Experiencia del Cliente*

María Povedano
Vicepresidente Área Sistemas y Procesos

El Consejo de Administración ha conformado diferentes comités con el propósito de que sirvan como apoyo al Consejo en los aspectos relacionados con las funciones de su competencia, al igual que en la toma de decisiones sobre temas económicos, ambientales y sociales

COMITÉ	OBJETIVO
COMITÉ EJECUTIVO Y ESTRATÉGICO	Agilizar y facilitar la adopción de decisiones ante los cambios de orden legislativo o reglamentario y frente a las nuevas tendencias del mercado y su impacto en los negocios y supervisar y establecer las políticas marco en el ámbito de sus competencias a las filiales pertenecientes al Grupo, sin menoscabo del respeto de las normas particulares aplicables a éstas.
COMITÉ DE GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS	Establece el carácter estratégico acerca de los diferentes riesgos que asume Grupo Popular S.A y sus filiales y supervisa el cumplimiento de los límites de tolerancia y apetito a los riesgos internos y regulatorios.
COMITÉ DE GOBIERNO CORPORATIVO Y CUMPLIMIENTO	Es el encargado de vigilar la observancia de los aspectos normativos que regulan la sociedad y de su declaración de Principios, así como asesorar al Consejo en las buenas prácticas de gobierno corporativo.

De forma paralela, Fundación Popular es la filial que apoya la formulación de políticas de sostenibilidad económica, social y medioambiental, liderando así múltiples iniciativas a favor del crecimiento sostenible de la República Dominicana.

COMITÉ DE TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN	Sirve de apoyo a la Alta Gerencia en el proceso de transformación de la institución hacia la banca digital y fungir como órgano asesor y de coordinación en temas estratégicos relacionados con el uso de la tecnología de la información.
COMITÉ AUDITORÍA	Velar por que todas las actividades y operaciones de la sociedad se realicen conforme a las leyes, resoluciones y demás normas emanadas de las autoridades competentes; de supervisar el cabal cumplimiento de las resoluciones adoptadas por las Asambleas Generales de Accionistas y el Consejo.
COMITÉ DE NOMBRAMIENTOS Y REMUNERACIONES	Responsable de dar apoyo al Consejo de Administración en sus funciones de nombramiento, remuneración, reelección y cese de los Miembros del Consejo de Administración y de la alta gerencia de la entidad, formalizar las políticas sobre planes de sucesión de los miembros del consejo, alta gerencia y puestos claves dentro de la organización.



4

VISIÓN
SOSTENIBLE DE
GRUPO POPULAR

4. VISIÓN SOSTENIBLE DE GRUPO POPULAR

VISIÓN

Trabajamos para hacer realidad los sueños de la gente en un entorno sostenible.

En un mundo que se enfrenta cada día a mayores retos como consecuencia de los impactos negativos causados por el cambio climático, en el Grupo Popular sentimos que es nuestro deber contribuir con soluciones de negocio responsables y ayudar a nuestros clientes, empleados, accionistas y la comunidad a prosperar en la transición hacia una economía de bajas emisiones, con el objetivo de seguir avanzando hacia un porvenir más inclusivo y sostenible.

OBJETIVOS GENERALES

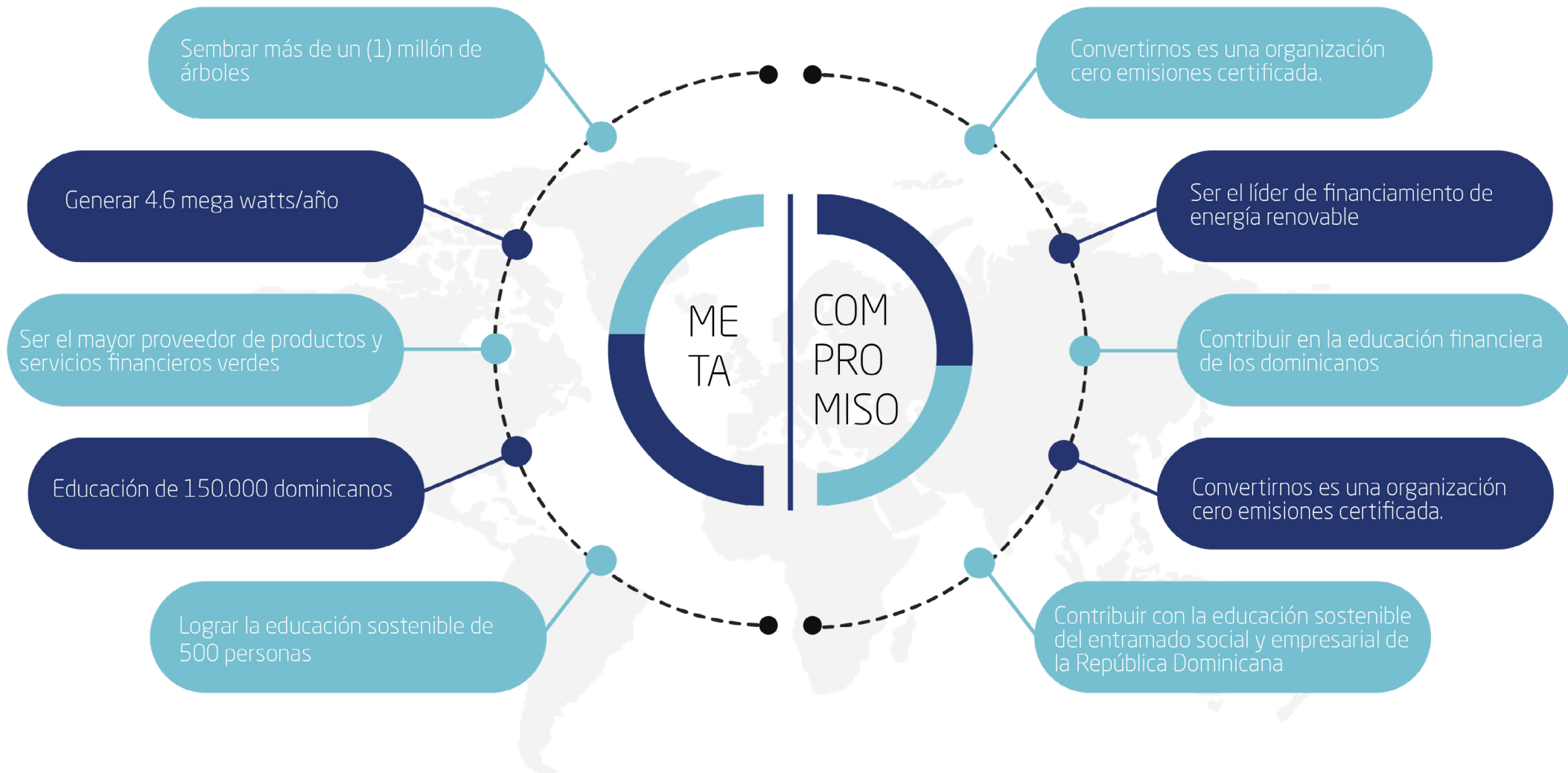
- Alinear el negocio financiero a objetivos sociales y ambientales con una perspectiva de largo plazo y transversal a toda la cadena de valor de la organización
- Posicionar al Grupo Popular como líder de la agenda social y medioambiental del empresariado dominicano, visibilizando su compromiso con la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fomentar la educación e inclusión financiera
- Servicios Financieros Sostenibles
- Desarrollar los sectores sostenibles de la economía
- Innovación
- Gobernabilidad integral y transparencia
- Gestión humana inclusiva y responsable
- Medioambiente, ecoeficiencia y cambio climático



COMPROMISOS 2030



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Los líderes mundiales aprobaron en 2015 la Agenda 2030 de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible. Este marco internacional incluye los denominados Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Son 17, asociados a 169 metas concretas, y están orientados a poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar el bienestar de todas las personas. El compromiso de implementar los ODS por parte de las instituciones públicas y privadas debe evaluarse con respecto a los impactos que producen sus acciones en los ámbitos económico, social y medioambiental.

En el Grupo Popular Dominicano, nuestras iniciativas en responsabilidad social y sostenibilidad están correlacionadas con 12 ODS, principalmente:



PRINCIPIOS DE BANCA RESPONSABLE - UNEP FINANCE INITIATIVE

De igual forma y como parte del compromiso de Grupo Popular para impulsar el desarrollo sostenible, Banco Popular Dominicano adhirió en 2019 a los Principios de Banca Responsable, convirtiéndose en socio signatario de esta alianza global entre 250 instituciones financieras y la Organización de las Naciones Unidas, siendo la primera entidad bancaria

dominicana y del Caribe insular en sumarse a esta coalición internacional.

La iniciativa tiene como objetivo alinear la labor del sector financiero mundial con la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas y el Acuerdo de París sobre el cambio climático, ayudando a incorporar la sostenibilidad en todas las áreas del negocio bancario y en las relaciones con sus grupos de interés.

Los seis Principios de Banca Responsable han sido desarrollados por la Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI), junto con un grupo central de 30 bancos internacionales.

Los seis Principios de Banca Responsable de las Naciones Unidas

> Conoce más en unepfi.org



5

CRECER



5.1. RENTABILIDAD

GRI 103-1

Para los accionistas e inversionistas que conforman la sociedad de Grupo Popular, es importante que las filiales generen los retornos financieros esperados y que cuenten con la salud financiera necesaria para cumplir con los compromisos adquiridos con los diferentes grupos de interés y seguir ofreciendo productos y servicios financieros para que los clientes puedan realizar sus sueños, además de contribuir con el desarrollo sostenible de la República Dominicana.

GRI 103-2

Es por esta razón que los esfuerzos de Grupo Popular y sus filiales están dirigidos a maximizar la rentabilidad, garantizando en todo momento la satisfacción de los clientes. Las diferentes filiales que hacen parte de Grupo Popular buscan implementar estrategias en el modelo de negocio para atraer nuevos clientes y lograr un desempeño económico que nos mantenga en el mercado y nos posicione como líderes en el sector financiero del país.

El comportamiento económico de las diferentes filiales en 2019 fue muy satisfactorio en comparación con el año anterior. A continuación, se encuentran los principales resultados en el desempeño económico de forma consolidada y por cada filial del Grupo:

VALOR ECONÓMICO GENERADO, DISTRIBUIDO Y RETENIDO DE GRUPO POPULAR

GRI 201-1

	2018 (en RD\$ millones)	2019 (en RD\$ millones)
1. VALOR ECONÓMICO GENERADO		
Ingresos	61.113.194	68.930.983
2. VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO		
Costos Operacionales	2.906.359	3.466.013
Salarios Y Beneficios De Los Empleados	13.950.809	16.460.099
Pagos A Proveedores De Capital	18.636.360	20.943.090
Pagos Al Gobierno	4.622.204	5.206.401
Inversiones En La Comunidad	246.393	257.235
Valor Económico Generado Menos Valor Económico Distribuido	20.751.069	22.598.145
3. VALOR ECONÓMICO RETENIDO		
Valor Económico Generado Menos Valor Económico Distribuido	20.751.069	22.598.145

Banco Popular

	2018	2019
ACTIVOS TOTALES	RD\$423.808 (*)	RD\$478.169(*)
CARTERA DE CRÉDITO NETA	RD\$279.953(*)	RD\$315.026(*)
DEPÓSITOS TOTALES	RD\$336.580(*)	RD\$381.741(*)
ÍNDICE DE CARTERA VENCIDA Y EN MORA	0.99%	1.10%
PATRIMONIO	RD\$44.850(*)	RD\$54.418(*)
UTILIDADES NETAS	RD\$8.563(*)	RD\$9.577(*)

(*) Cifras expresadas en millones.

El crecimiento de la cartera neta estuvo compuesto por

CRÉDITOS COMERCIALES	RD\$23.2 *
CRÉDITOS DE CONSUMO	RD\$8.7 *
CRÉDITOS HIPOTECARIOS	RD\$3.1 *

*Cifras expresadas en miles de millones de pesos.

A lo largo del año 2019, Banco Popular implementó diferentes iniciativas que contribuyeron a reforzar la rentabilidad de la institución financiera:

Por un lado, la entidad financiera dio continuidad a la adopción de prácticas que optimizan los procesos y contribuyen a las metas de eficiencia operativa, e inició una nueva fase del proyecto +Eficiencia el cual incluye en el presupuesto de 2019 la identificación de iniciativas que produzcan un impacto por más de RD\$800 millones.

Por otro lado, se gestionó la creciente complejidad tecnológica mediante la simplificación y convergencia de la arquitectura, así como su estandarización y gobierno de la tecnología; y se mitigaron los riesgos tecnológicos asociados a obsolescencia, seguridad cibernética, integridad y protección de la data.

Además, se minimizaron los niveles de riesgo operativo mediante mejoras en controles internos; se sirvió de apoyo a las Áreas de Negocios en la implementación de la Estrategia Digital mediante soporte a 20 proyectos de transformación digital e importantes inversiones tecnológicas por un valor mayor a RD\$1,000 millones de inversión; y se recomendó una la Política de Capital y Dividendos que permitió optimizar la rentabilidad y fortalecer el patrimonio y el índice de solvencia del Banco. En este sentido, se realizó un aumento de RD\$10.000 millones para un capital autorizado

de RD\$35,000 millones y una reinversión del 100% de las utilidades para elevar el índice de la solvencia a 16.15%

Hacia dónde vamos en Banco Popular

- Como parte de nuestro compromiso con los grupos de interés, en la generación de los retornos necesarios y contribución en el crecimiento de Banco Popular Dominicano, nos hemos propuesto mantener para el 2020 la participación de Mercado Cartera de Créditos; gestionar de forma eficiente el Margen Financiero; controlar el aumento de los gastos administrativos y toperacionales mejorando el indicador de eficiencia y mantener holgados indicadores de solvencia

AFP Popular

	2018	2019
FONDO DE PENSIONES ADMINISTRADO	RD\$165.880(*)	RD\$194.930(*)
RENTABILIDAD DEL FONDO DE PENSIONES ADMINISTRADO	7.7%	10.95%
AFILIADOS	1'171.680	1'232.621
PARTICIPACIÓN DE MERCADO	35.22%	35.05%
UTILIDADES NETAS	RD\$1.023(*)	RD\$ 2.079(*)

(*) Cifras expresadas en millones.

Las iniciativas desarrolladas en 2019 para reforzar la rentabilidad de AFP Popular estuvieron segmentadas en tres líneas estratégicas:

1. Transformación Digital: Se desarrolló y se implementó la **APP del personal de Ventas** y la **APP de los afiliados** para mejorar los niveles de productividad del personal de ventas y se mejoraron los niveles de servicios y beneficios a los afiliados respectivamente.

2. Crecimiento y Expansión: Se desarrolló un programa de educación previsional para los no afiliados, lo que nos permitió aumentar el número de afiliados. Así mismo, se realizó un enfoque de las inversiones del fondo hacia el sector privado. En ese sentido, se invirtió en varios fondos de inversión con enfoque en diversos sectores como **Turismo; Inmobiliario y Eléctrico**. De igual forma, se invirtió en el primer fideicomiso de acciones realizado en el país.

3. Eficiencia Operativa e Innovación: se desarrolló un modelo de datawarehouse regulado por una política de gobernabilidad, moderna y flexible que permitió lograr la conexión de todos los sistemas de AFP Popular. Adicionalmente, se implementó el proyecto UNISIGMA para mejorar el flujo de informaciones con UNIPAGO. De igual manera, se implementaron varias automatizaciones para mejorar los niveles de eficiencia en el servicio a los clientes, así como en la operatividad financiera e impositiva. Finalmente, revalidamos la Certificación ISO 9001 para todos los procesos; así mismo, somos la primera AFP

Dominicana en avalar el equipo gerencial y personal de riesgo operativo en la certificación de Internal Control Specialist (ICS).

Hacia dónde vamos en AFP Popular

- Con el objetivo de seguir manteniéndonos como la principal Administradora de Fondos de Pensiones de República Dominicana, nos hemos propuesto desarrollar y mantener sinergias con las diferentes empresas del Grupo; así como, llevar a cabo acciones basadas en la segmentación de clientes que nos permitan aumentar el número de afiliados; el número de aportantes e incrementar los fondos administrados.
- De igual forma, continuaremos trabajando el eje de eficiencia operativa e innovación para lograr mantener el indicador de eficiencia en umbrales bajos.

	2018	2019
CUENTAS DE CORRETAJE	16.877	18.033
VOLUMEN TRANSADO EN MERCADOS	RD\$237.711(*)	RD\$425.753(*)
PRIMARIO Y SECUNDARIO	RD\$206.3(*)	RD\$283.5 (cifras no auditadas) (*)

(*) Cifras expresadas en millones.

El buen desempeño financiero de Inversiones Popular en 2019 se obtuvo gracias al lanzamiento del Producto “Mutuo de Valores”, el cual permitió migrar el 33.2% de la cartera de los Forwards Popular existentes permitiendo la generación de ingresos por RD\$18.1MM.

De igual forma, servimos de vehículo para la colocación de emisiones de valores corporativas, fondos de inversión y fideicomisos. Estos servicios originaron ingresos por RD\$38.3MM y nos colocaron en la primera posición del Mercado como mayores colocadores de valores de renta variable.

Finalmente, en el último trimestre en 2019 pusimos en ejecución un nuevo esquema de comisiones para la compra y venta de productos de renta variable lo que nos permitió generar ingresos por RD\$3.8MM.

Hacia dónde vamos con Inversiones Popular

- Con el objetivo de fortalecer la rentabilidad para los siguientes años, Inversiones Popular buscará aumentar la presencia del portafolio de Mutuo de Valores y reducir el portafolio de los Forwards Popular. Asimismo, nos hemos propuesto para el 2020 incrementar las cuentas de corretaje e incrementar los ingresos por comisiones.

AFI Popular

	2018	2019
PATRIMONIO ADMINISTRADO	RD\$4.284(*)	RD\$7.072(*)
DE FONDOS DE INVERSIÓN	11%	10%
PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE INVERSIÓN FINANCIEROS	AA-	FIC Pago Recurrente AA- fa M3 FIC Capitalizable AA- fa M3 FIC Inmobiliario BBBfa (N) FIC Multiactivos A- fa (N) M5 FIC Desarrollo Socs BBBfa (N) *(N) quiere decir que tiene menos de 1095 días

(*) Cifras expresadas en millones.

El desempeño financiero de AFI Popular en 2019 estuvo enfocado en el lanzamiento de dos nuevos fondos cerrados, Multiactivos y Desarrollo de Sociedades; la consolidación de la alianza estratégica con la Banca de Inversión para captar inmuebles y empresas; la optimización de la plataforma tecnológica y el uso de información con el cambio de sistema de gestión de fondos y adquisición de herramienta de Business Intelligence (BI); y en el mejoramiento de los conocimientos del personal y de los diferentes grupos de interés por medio de las capacitaciones, campañas de marketing y creación de contenido en redes sociales.

Hacia dónde vamos en AFI Popular

- El principal reto establecido por AFI Popular para el 2020 enfocado en continuar mejorando el posicionamiento de la filial en el mercado de fondos de inversión ofreciendo solo productos de fondos cerrados y en el fortalecimiento de la rentabilidad

	2018	2019
PATRIMONIOS AUTÓNOMOS ADMINISTRADOS	142	202
MONTO PATRIMONIAL ADMINISTRADO	RD\$11.000	RD\$16.200
PARTICIPACIÓN DE MERCADO	23%	25.70%
UTILIDADES NETAS	(RD\$28,6) (*)	RD\$16 (*)

(*) Cifras expresadas en millones.

Fiduciaria Popular

Nuestra excelente labor en 2019 se vio reflejada en el desarrollo de una intensa labor comercial para lograr una base sólida de nuevos negocios lo que nos permitió alcanzar el punto de equilibrio financiero del negocio. Asimismo, mantuvimos a lo largo del año 2019 un control de los gastos para obtener los niveles de eficiencia deseados. Finalmente, incrementamos nuestra sinergia con otras filiales del Grupo Popular, S.A.

Hacia dónde vamos con Fiduciaria Popular

Los retos en el corto plazo para fortalecer la rentabilidad de Fiduciaria Popular son los siguientes:

- Implementar durante el año 2020, diferentes iniciativas de eficiencia operacional.
- Implementar el módulo de autoservicio del sistema SIFI para mejorar la atención a los requerimientos de servicios de los clientes.

Los retos en mediano plazo que enfrenta Fiduciaria Popular incluyen convertirse en el líder del mercado en activos administrados y líder del mercado en comisiones generadas

Popular Bank Ltd.

	2018 (cifras expresadas en millones)	2019 (cifras expresadas en millones)
ACTIVOS TOTALES	US\$1.233	US\$1.421
CARTERA DE CRÉDITO NETA	US\$870.3	US\$850
DEPÓSITOS TOTALES	US\$955.2	US\$1.127
ÍNDICE DE CARTERA VENCIDA	0.44%	0.20%
PATRIMONIO TOTAL	US\$262.1	US\$282
UTILIDADES NETAS	US\$24.6	US\$24.4

Algunas de las iniciativas realizadas en 2019 encaminadas a fortalecer la rentabilidad de Popular Bank fueron:

1. La captación de nuevos clientes mediante la innovación y diferenciación de nuestra oferta.
2. El crecimiento en otros mercados, mediante la oferta de una propuesta de valor diferenciada (U\$20 millones de crecimiento neto).
3. La ampliación de los canales alternos mediante la excelencia tecnológica y operativa.
4. Mantener el crecimiento y calidad de la cartera de préstamos: mejorar indicador de cartera vencida en 24 bps (0.44% versus 0.11%)
5. El aumento de la cartera de captaciones de bajo costo, incrementando las captaciones con el nuevo producto de cuentas de ahorro y aumentar base de clientes con metas por Gerente.
6. La generación de ingresos por transacciones no tradicionales: Servicios de fideicomisos, compra y venta de monedas y deduce por transferencias enviadas.

Hacia dónde vamos con Popular Bank

- Reconocemos que Popular Bank tiene un enorme potencial para seguir fortaleciendo su presencia en el mercado panameño, razón por la cual nos hemos propuesto incrementar los préstamos de clientes y crecer en nuevos mercados, ampliando los canales alternos.

- De igual manera, seguiremos trabajando para lograr los retornos financieros esperados para nuestros inversionistas y accionistas, a través de la definición del apetito al riesgo y el establecimiento de alianzas estratégicas con bancos de la región; la creación de nuevos mecanismos para generar colocaciones e incrementar la participación de mercado; mantener y atomizar la cartera de captaciones de bajo costo y simultáneamente la calidad de la cartera de préstamos; incentivar ventas de productos y servicios con alto potencial de generación de ingresos: Servicio de Fideicomisos, compra y venta de moneda y deducir por transferencias enviadas.

- Como parte del eje estratégico enfocado en la eficiencia e innovación, nos hemos propuesto desplegar una nueva plataforma más moderna, amigable y que aprenda del usuario. En este sentido, haremos el lanzamiento de PB Internet Banking en los primeros meses del 2020 y inclusión de tarjeta PB en el wallet de los clientes durante el año 2020

Servicios Digitales Popular

El desempeño financiero de nuestra filial Servicios Digitales Popular y, por consiguiente, de las marcas comerciales AZUL y AVANCE en el año 2019 se obtuvo gracias a una revisión del tarifario de precios por afiliación y modelo de servicios obteniéndose por este concepto un aumento de más de RD\$45 millones de pesos un aumento de los ingresos. De igual forma, llevamos a cabo el lanzamiento de nuevos

MARCA COMERCIAL		2018	2019
AVANCE	Número de desembolsos para capital trabajo	1.877	2.765
	Monto de avances	RD\$1.940 (*)	RD\$2.812 (*)
AZUL	Facturación por comercios	169.840.6	202.317.5
	Cantidad de Transacciones	78	86.3

(*) Cifras expresadas en millones.

productos de AVANCE (Recurrente y AVANCE extra) logrando colocar RD\$46 millones de pesos para dichos productos. Finalmente, el excelente desempeño se logró debido a la optimización del proceso de cobros en Avance Capital Dominicana, logrando incrementar en más de RD\$10.2MM los ingresos por recuperación de capital castigado, así como la implementación de un módulo de cobros en SDP, el cual optimizó y aceleró todo el proceso de cobranza de cuentas por cobrar; y el desarrollo del producto de DCC (Dynamic Currency Converter), el cual proporcionara ingresos adicionales por las transacciones posteadas con este nuevo producto.

Hacia dónde vamos con Servicios Digitales

- Penetrar el mercado con el producto de DCC obteniendo una aceptación promedio por encima del 15% de la facturación internacional en los comercios afiliados.
- Rentabilizar la relación con comercios mediante la comercialización de productos alternos: Factoring, Data Comercial; y Sistema de Punto de Ventas PYMES.

ASETESA

	2018	2019
INMUEBLES VENDIDOS	220	238
MONTO TOTAL DE INMUEBLES VENDIDOS	RD\$1.174(*)	RD\$1.330(*)

(*) Cifras expresadas en millones.

Hacia dónde vamos con ASETESA

- ASETESA se ha determinado generar una mayor ampliación y divulgación de los esquemas de ventas actuales, los cuales garanticen el reconocimiento de la organización hacia afuera con una gestión más activa en las actividades de mercadeo.
- De igual manera, incrementar el número de inmuebles vendidos y mejorar el desempeño económico estableciendo un vínculo entre los clientes de las filiales y el negocio inmobiliario.

GRI 103-3

Para garantizar la rentabilidad y el desempeño económico en las filiales, Grupo Popular ha constituido al Consejo de Administración como el órgano máximo de supervisión, control y administración de la sociedad, encargado de velar por el cumplimiento de las disposiciones legales y administrativas vigentes.

El Consejo de Administración dispone de comités internos de apoyo conformados por altos ejecutivos, que dan seguimiento a la ejecución y cumplimiento de los lineamientos para la gestión integral de riesgo definidos por el Consejo de Administración:

- Comité de Inversiones: Evalúa la concentración del capital, así como indicadores de liquidez y solvencia.

- Comité de Presupuesto: Valida las proyecciones y la planeación de rentabilidad

De igual forma, el Comité Ejecutivo y Estratégico, en su facultades de agilizar y facilitar la adopción de decisiones antes los cambios de orden legislativo o reglamentario, cuenta con atribuciones que permiten tomar decisiones económicas de las filiales de Grupo Popular como es conocer y aprobar el presupuesto operativo de la sociedad y las filiales; adquirir bienes de cualquier naturaleza; contratar créditos que sean necesarios para los negocios de la Sociedad; autorizar la venta de bienes de cualquier naturaleza; conocer y aprobar el presupuesto anual de la Sociedad; analizar las oportunidades empresariales de mayor importancia y la continuación o no en los giros de los negocios; desarrollar nuevas líneas de negocios; así como ejercer cualquier otra función que sea designada por el Consejo de Administración.

Finalmente, desde la Vicepresidencia Ejecutiva de Finanzas y Contraloría de Banco Popular, se consolidan los diferentes indicadores económicos de las filiales, los cuales son evaluados y se toman decisiones que inciden en el desempeño económico de Grupo Popular.

5.2. GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGO

GRI 103-1

Independiente del tipo de empresa y sector económico al que pertenece, las corporaciones se encuentran expuestas a diferentes riesgos que pueden afectar las operaciones, el desempeño económico y, por ende, su sostenibilidad en el largo plazo. Somos conscientes que no somos ajenos al efecto que la exposición a los diferentes riesgos puede representar en las filiales.

Es por esta razón que Grupo, a través del Banco Popular, asume de manera integral la administración de riesgos inherentes a la actividad de intermediación financiera. En ese sentido, hemos estructurado un marco de gestión del riesgo que nos permite identificar, caracterizar, medir el impacto y la probabilidad de los riesgos y adoptar las medidas oportunas, así como implementar los controles necesarios para mitigar y eliminar el impacto de los riesgos.

GRI 103-2

La gestión de riesgo en Banco Popular está orientada a preservar y fortalecer el patrimonio y la marca Popular, y proteger los ahorros de los depositantes, manteniendo la calidad de los activos, asegurando niveles adecuados de liquidez, minimizando los efectos adversos de los riesgos de mercado, y controlando los riesgos operacionales, incluyendo el riesgo cibernético y tecnológico, el riesgo de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y de la

proliferación de armas de destrucción masiva, así como los riesgos emergentes a los que está expuesta la entidad.

GRI 103-3

La gestión de riesgo está basada en un modelo de tres líneas de defensa:

1. La primera línea identifica, evalúa, mide, controla y reporta todos los riesgos relacionados con las actividades que realiza.
2. La segunda línea es responsable de proporcionar el marco de políticas para asegurar la debida gestión de los riesgos, así como realizar una objetiva gestión de supervisión y monitoreo independiente sobre estos riesgos, frente al perfil y apetito de riesgo aprobado por el Consejo de Administración.
3. La tercera línea posee una visión corporativa asegurando de manera independiente que se realiza una efectiva gestión y control de los riesgos.



El Marco de Gestión Integral de Riesgo tiene como objetivo integrar y referenciar los manuales de políticas y procedimientos que gobiernan la función de la gestión integral de riesgo de Banco Popular, asegurando así la gestión de todos los riesgos que asume la institución acorde al contexto del negocio, los objetivos estratégicos, el apetito de riesgo y el nivel de tolerancia al riesgo definido por el Consejo de Administración. Se basa en los siguientes pilares:



PILARES	DISPOSICIONES
ALINEACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO Y EL APETITO DE RIESGO DEFINIDO POR EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN	El Consejo de Administración determina la cuantía y tipología de los riesgos que considera razonable asumir para la ejecución de su estrategia de negocio y los formaliza en la declaración de apetito de riesgo, que es aprobada y revisada por el Consejo de Administración anualmente, y a través de un conjunto de políticas y límites.
INTEGRACIÓN DE LA GESTIÓN DE RIESGO CON LOS PROCESOS DE LA ORGANIZACIÓN Y LA TOMA DE DECISIONES	La gestión del riesgo es parte de los procesos de negocio y operacionales del Banco y del proceso de toma de decisiones.
INDEPENDENCIA DE LA FUNCIÓN DE RIESGOS	La gestión de los riesgos basada en el modelo de las tres líneas de defensa permite una adecuada separación entre las unidades generadoras de riesgo y las encargadas de su monitoreo y supervisión.
UNA CULTURA DE RIESGO INTEGRADA EN TODA LA ORGANIZACIÓN	La cultura de riesgo está presente en todo el Banco y es comunicada constantemente a todo el personal. Se fomentan actitudes, valores, habilidades y pautas de actuación para la adecuada gestión de todos los riesgos.
COMUNICACIÓN Y REPORTE OPORTUNO DE LOS RIESGOS	Una adecuada gestión de riesgo se basa en el reporte y comunicación oportuna a todas las partes implicadas (internas y externas).
PERSONAL IDÓNEO PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGO.	El personal que forma parte de la gestión integral de riesgo está calificado para el ejercicio de sus funciones. El Banco mantiene al personal capacitado sobre las mejores prácticas para la gestión de riesgo, así como sobre las normativas y regulaciones.
INNOVACIÓN CONTINUA Y ENFOCADA HACIA MEJORES PRÁCTICAS.	La gestión de riesgo está en continuo proceso de mejora e innovación alineado a la estrategia, visión del Banco y mejores prácticas.

La gestión y control de los diferentes riesgos se realiza con un enfoque de cuatro etapas: identificación, medición, control y mitigación, y monitoreo y comunicación. La correcta y oportuna identificación y medición de todos los riesgos es el fundamento para su control y gestión. Los riesgos identificados a los cuales está expuesta la actividad de Banco Popular han sido categorizados en riesgos financieros, riesgos no financieros y riesgos transversales, como se muestra en la siguiente figura:

RIESGOS FINANCIEROS	RIESGOS NO FINANCIEROS	RIESGOS TRANSVERSALES
<ul style="list-style-type: none"> • Crédito • Mercado • Liquidez 	<ul style="list-style-type: none"> • Operacional • Seguridad de la información y Cibernético • Moral • Cumplimiento • Lavado de activos, financiamiento del terrorismo y proliferación armas de destrucción masiva. • Riesgos ASG (ambientales, sociales y de gobernanza) 	<ul style="list-style-type: none"> • Reputacional • Estratégico

La estrategia de riesgo y los criterios generales de aceptación de riesgo son definidos y monitoreados mensualmente por el Comité Gestión Integral de Riesgo del Consejo de

Administración. Este comité, compuesto por miembros del Consejo de Administración, supervisa la exposición a los riesgos asumidos, el cumplimiento del apetito de riesgo definido por el Consejo de Administración y los límites de riesgos internos y regulatorios, y recomienda al Consejo de Administración las políticas que regularán la gestión de riesgo. El Banco cuenta con un conjunto de metodologías e indicadores para la identificación, medición, monitoreo y control de la exposición a riesgo. Estas metodologías e indicadores están basados en mejores prácticas, cumpliendo con las regulaciones locales, con la finalidad de dar seguimiento y controlar el riesgo, así como servir de insumo para la toma de decisiones.

El Banco cuenta con unidades especializadas de gestión de riesgo para el monitoreo de los riesgos financieros, riesgos no financieros y transversales:

Asimismo, cuenta con comités internos de apoyo conformados por altos ejecutivos, que dan seguimiento a la ejecución y cumplimiento de los lineamientos para la gestión integral de riesgo definidos por el Consejo de Administración.

AFI Popular, por su parte, identifica, cuantifica y gestiona los riesgos financieros y no financieros de los Fondos Cerrados Administrados y de la Administradora de acuerdo con los requerimientos de la Norma de Gestión de Riesgos para los intermediarios de valores y las administradoras de Fondos de inversión y el Manual de Políticas de Gestión de Riesgos de AFI Popular.

Riesgo de crédito

La cartera de créditos bruta de Banco Popular, incluyendo capital e intereses, cerró el año 2019 con un balance de RD\$321,784 millones, lo que representó un crecimiento de 12.6% con respecto al año 2018. Esta cartera cuenta con provisiones constituidas de RD\$6,759 millones, resultando en un índice de riesgo de 1.64%.

La cartera comercial representó el 64% de la cartera total, lo que evidencia el compromiso de la institución en apoyar los sectores productivos del país.

La cartera vencida al cierre del año 2019 representó el 1.10%, manteniéndose muy por debajo del mercado el cual se colocó en un 1.85% al cierre de noviembre de 2019. La misma posee una cobertura de provisiones constituidas del 192%.

En el 2019 se continuó la consolidación del uso de modelos de originación y comportamiento para Banca Personal y se desarrollaron nuevos modelos de rating interno para la cartera de Banca Empresarial, como parte de la gestión del riesgo de crédito.

Riesgo de mercado

Durante el año 2019, el Banco Popular registró incrementos tanto de los activos como de los pasivos sensibles a tasa de interés: los activos sensibles a tasa de interés alcanzaron el monto de RD\$389,887 millones y los pasivos sensibles a tasa de interés se colocaron en RD\$409,350 millones. Lo anterior evidencia incrementos con

relación al valor en el 2018 por 14.0% y 11.8%, respectivamente.

La tasa de interés pasiva en moneda nacional (TIPP 30 días) cerró en 6.18% a diciembre 2019, siendo mayores sus niveles de volatilidad durante el año, lo que resultó en un incremento del valor a riesgo (VaR) por tasa de interés en moneda nacional con respecto al 2018. Por su parte, el tipo de cambio con relación al dólar estadounidense cerró el 2019 en RD\$52.9 por dólar, incrementándose en un 5.1% en comparación con el 2018.

El requerimiento de capital por riesgo de mercado al cierre de 2019 fue de 2.41%, incrementando en 86 puntos bases con respecto al 2018 (1.55%).

Durante el 2019 se realizaron diferentes iniciativas para fortalecer la gestión de riesgo de mercado entre los que se encuentran:

- Implementación de la estimación de valor razonable para el portafolio de inversiones.
- Desarrollo de mejoras en modelos de pruebas de estrés para riesgos de mercado.
- Revisión de los planes de contingencia para riesgo de mercado.

Riesgo de liquidez

Durante el 2019, las razones de liquidez de Banco Popular tanto en moneda nacional como

en moneda extranjera se colocaron en niveles superiores a los límites regulatorios y parámetros internos definidos. Las razones de liquidez en moneda nacional se situaron al cierre de 2019 en 322% para las bandas de 0-30 días y 0-90 días, mientras que, en moneda extranjera, se colocaron en 266.9% para la banda de 0-30 días y en 292.6% para la banda de 0-90 días.

Banco Popular trabajó en tres frentes para fortalecer la gestión del riesgo de liquidez: i) desarrollo mejoras en los modelos de pruebas de estrés, ii) revisión del Plan de Contingencia para Riesgo de Liquidez, y iii) revisión y formalización de la metodología para el cálculo del coeficiente de cobertura de liquidez (LCR, según sus siglas en inglés), basado en lineamientos del Comité de Basilea.

Riesgo operacional

La pérdida operacional bruta acumulada de Banco Popular, como porcentaje de los ingresos brutos, se colocó en 0.76% al 31 de diciembre de 2019.

A lo largo del año, el Banco continuó eficientizando la gestión del riesgo operacional mediante el refuerzo del rol de los gestores de riesgos para fortalecer la identificación y control de los riesgos operacionales, y el fomento de la cultura de riesgo y control interno a través de diversas iniciativas.

Finalmente, durante el año 2019, se destaca:

- La actualización y ampliación de la Declaración de Apetito de Riesgo para reconocer

nuevos riesgos inherentes al negocio.

- El fortalecimiento y especialización de la gestión de riesgo de lavado de activos, implementación de modelos más robustos para el monitoreo y la detección de eventos de seguridad de la información y desarrollo de nuevas metodologías para los riesgos tecnológicos, de terceros y emergentes.

Hacia dónde vamos con la gestión integral de riesgo

- Conforme a que el sector ha empezado a hacer la distinción entre los riesgos financieros y no financieros, es necesario que la gestión de riesgos aborde un mayor entendimiento de las causas y la correlación entre los dos factores. Ante este hecho, la inclusión de nuevos riesgos implica que en los próximos años las filiales de Grupo Popular logren la especialización del personal que les permita abordar una gestión más completa de los riesgos.

- Como miembros signatarios de los Principios de Banca Responsable de UNEP-FI, nos hemos comprometido a implementar en el análisis de riesgos, criterios ambientales, sociales y de gobernanza (riesgos ASG) e implementar un Sistema de Análisis de Riesgos Ambientales y Sociales -SARAS- con el objetivo de prevenir y mitigar el impacto que pueda tener las inversiones y el financiamiento de nuestros clientes en el medioambiente y en la sociedad.

5.3. REPUTACIÓN

GRI 103-1

De acuerdo con Charles Fombrun , la reputación corporativa es una representación de las percepciones de las acciones pasadas de las organizaciones y expectativas que describe el atractivo general de la empresa para sus grupos de interés clave, al compararla con sus principales rivales. En la actualidad, la reputación corporativa ha cobrado importancia debido al impacto que tienen las percepciones de los grupos de interés acerca de las organizaciones, en los resultados de negocio, pues es a través de sus comportamientos y actitudes que apoyan o desaprueban las organizaciones.

En este sentido, la reputación es un activo intangible de alto valor para Grupo Popular, que al ser medido y gestionado incrementa los beneficios del negocio, potencian el crecimiento y minimizan la exposición a riesgos en situaciones de crisis.

La reputación puede verse afectada de diversas maneras, por lo que es esencial para la entidad entender cómo las diferentes fuentes de riesgo reputacional le afectarán, de forma tal que las medidas y controles apropiados puedan utilizarse para gestionar los riesgos involucrados. El objetivo final es la protección del capital de reputación, que, si bien no puede ser medido en términos cuantitativos, permite que el Banco sea percibido por el mercado como una institución segura y confiable.

Las siguientes son algunas de las situaciones identificadas por el Banco en las que se podría generar riesgo reputacional:

Reclamaciones por parte de clientes	Incumplimiento de pautas y límites regulatorios	Involucrarse en implicaciones legales
Campaña de rumores malintencionados	Incumplimiento del Código de Ética	Fraude y pérdidas operacionales
Mal desempeño financiero	Vulnerabilidades en la tecnología de la información y seguridad	Situaciones de robo y asaltos en oficinas o vehículos de transporte de valores.
Desastres naturales	Incumplimiento por ley ambiental	Transmisión de información de uso interno o confidencial por parte de un empleado.

El Consejo de Administración ha establecido la Política de Gestión de Riesgo Reputacional donde se establecen los responsables de la gestión de este riesgo y la manera cómo será medido y administrado el mismo.

GRI 103-2

Durante el año 2019 se realizó el estudio de reputación bajo el modelo RepTrak® Pulse de Reputation Institute, cuyos resultados nos han permitido identificar áreas de mejora y diseñar planes de acción con el objetivo de cerrar la brecha entre la percepción que tienen nuestros grupos de interés y la misión y visión que tenemos como organización.

El modelo evalúa ocho dimensiones racionales (Trabajo, Ciudadanía, Productos, Servicios, Gobierno, Finanzas, Liderazgo e Innovación), compuestas por un conjunto de 32 atributos para Banco Popular y sus dos directos competidores, estableciendo niveles de reputación que van desde Excelente/Superior (mayor de 80) a Muy débil/Pobre (menor de 40).

En el año 2019, Banco Popular obtuvo un total de 76,7 puntos, obteniendo un puntaje alto en las dimensiones de Innovación, Integridad y Liderazgo. Las dimensiones comparativamente menos fuertes fueron Producto, Servicios y Ciudadanía.

De igual forma, es para nosotros un orgullo mencionar que nuestra filial de pensiones AFP Popular, obtuvo un resultado de 72,5 puntos, convirtiéndose en la única Administradora de Fondos de Pensiones en República Dominicana en estar en el ranking de las 30 empresas con mayor reputación corporativa.

En el estudio de reputación corporativo de este año, se realizó un mapeo de la reputación en las diferentes dimensiones racionales y evaluando las perspectivas de diversos grupos de interés.

	Clientes			Empleados BPD			Público General		
	BPD	COMP ₁	COMP ₂	BPD	COMP ₁	COMP ₂	BPD	COMP ₁	COMP ₂
Pulse	80.8	77.5	77.3	89.3	61.5	58.3	76.7	81.4	75.9
Servicios	77.2	76.2	72.3	84.6	56.0	52.2	75.7	80.9	73.1
Producto	74.6	75.8	74.6	81.3	57.1	55.9			
Innovación	81.0	75.9	71.5	89.7	57.4	48.8	79.4	78.6	70.9
Trabajo	78.7	77.9	78.2	83.6	60.6	64.0	75.9	78.4	72.0
Integridad	76.2	76.3	74.2	83.3	57.6	54.7	79.6	81.2	74.5
Ciudadanía	70.4	70.6	68.5	85.4	58.0	57.9	78.0	81.0	76.4
Liderazgo	81.1	79.0	77.6	89.8	62.3	59.4	79.7	80.4	74.7
Finanzas	85.2	84.6	84.5	91.2	71.3	70.2	80.4	82.5	78.0

Clientes

Banco Popular aventaja a la competencia en Liderazgo e Innovación, sin embargo, en las tres dimensiones más importantes - Producto, Servicio y Finanzas - no logra una ventaja significativa frente a la competencia, alcanzando una valoración excelente sólo en la última.

Empleados Banco Popular

Los productos y servicios de competencia 1 y competencia 2 están señalados como debilidades, sin embargo, competencia 2 suma además un problema de Innovación junto con una falta de Integridad.

Público general

En línea con la reputación percibida entre público general, las puntuaciones de Banco Popular están por encima de las de la Competencia 2 y sobre todo en las dimensiones de Innovación, Liderazgo e Integridad.

Entendemos que uno de los componentes que alimentan la reputación es el conocimiento por parte de los diferentes grupos de interés sobre nuestra gestión económica, social, ambiental y de gobierno corporativo. Es por esta razón que desde el Área de Asuntos Públicos y Comunicaciones trabajamos para comunicar de manera integrada y racional nuestra gestión, involucrando tanto a empleados, proveedores, clientes y demás grupos de interés en el conocimiento de cada una de nuestras iniciativas y programas.

GRI 103-3

Los principales indicadores de este modelo reputacional son monitoreados por el Área de Riesgo Operacional y puestos en consideración al Comité Gestión Integral de Riesgo del Consejo de Administración.

Hacia dónde vamos con la reputación

Tomando en consideración los resultados más recientes de la medición de nuestra reputación corporativa, de acuerdo con el modelo RepTrak, de Reputation Institute, trazaremos planes de trabajo que refuercen las oportunidades de mejora y protejan el buen nombre de la organización, resguardando su valor económico.

Durante este año 2020, trabajaremos con una visión de largo plazo para integrar la sostenibilidad en la cadena de valor de la empresa como una de las principales palancas para fortalecer la reputación, alineando la estrategia de negocio a los Principios de Banca Responsable firmados con la Iniciativa Financiera del Programa de Medioambiente de las Naciones Unidas (UNEP FI).

Específicamente, la estrategia de reputación se gestionará en torno a los siguientes asuntos relevantes:

- Alinear la cultura organizacional con el propósito y los valores de la organización.
- Ofrecer la mejor experiencia al cliente.
- Promover la transformación digital, el emprendimiento y la innovación.
- Alinear el portafolio de RSE a la estrategia de negocios.
- Fortalecer la gestión ambiental y las iniciativas para mitigar el impacto del cambio climático.

- Alinear los mensajes para lograr un modelo de comunicaciones integradas (RSC, Fundación, Marketing, Comunicación Externa y Comunicación Interna).
- Fortalecer la reputación del banco en opinión pública, especialmente en los segmentos poblacionales C, D.
- Aumentar la lealtad y orgullo de pertenencia de los empleados, así como la captación de talento.
- Trabajar con un marco ético de referencia alineado con las expectativas profesionales y de la sociedad.
- Aumentar la gestión de la comunicación sobre ciberseguridad
- Implementar un sistema permanente de alerta digital que preserve la reputación en redes sociales y otros ámbitos digitales.

De igual forma, del lado de la gestión del riesgo reputacional, durante el año 2020 seguiremos identificando los factores que pueden desencadenar en un riesgo de reputación, determinando las acciones de mitigación más apropiadas, junto con el Área de Riesgo Operacional, para alimentar la matriz de riesgos de reputación. Se mejorará la eficiencia en la gestión para facilitar la toma de decisiones en momentos de crisis y asegurar el cumplimiento legal, normas internas, imagen, transparencia, entre otros.

A woman with long brown hair, wearing a vibrant floral print shirt, is crouching on a sandy beach. She is looking down at a young boy with dark curly hair, who is also crouching and focused on building a sandcastle. The boy is wearing a blue and white short-sleeved shirt. They are surrounded by sand and several blue plastic buckets. In the background, the ocean waves are gently breaking on the shore under a warm, golden sunset sky. The overall mood is peaceful and family-oriented.

6

MOVERSE



6.1. EDUCACIÓN FINANCIERA

GRI 103-1

La educación financiera hace parte de las prioridades estratégicas de Grupo Popular y como elemento transversal en nuestras filiales, se materializa en nuestro compromiso con la promoción y fomento de conocimientos, habilidades y capacidades financieras en todos nuestros grupos de interés, enfocados en mejorar la toma de decisiones financieras y en el establecimiento de hábitos saludables en el manejo de los recursos.

GRI 103-2

Por medio de nuestros programas buscamos incrementar los niveles de educación financiera de toda la población a fin de aumentar la inclusión social de diferentes colectivos, promoviendo en ellos la cultura del ahorro y mayores niveles de integración en el sistema financiero formal. Esto es clave para la sostenibilidad del futuro nacional. Para lograrlo, nuestras iniciativas de educación financiera van orientadas a varios segmentos.

FS16

Nuestra filial Banco Popular cuenta con el programa bandera Finanzas con Propósito. Este programa engloba un conjunto de iniciativas que facilitan la educación financiera, la inclusión bancaria y social de miles de personas, fomentando la cultura del ahorro desde los más pequeños, como principal premisa para lograr una vida sostenible, ofreciendo charlas a las empresas como parte de las capacitaciones que

la empresa ofrece a sus empleados, además de educar en los centros educativos. Este programa forma parte del portafolio de productos y servicios socialmente responsable del Banco Popular.

Las charlas, talleres y conferencias en Finanzas con Propósito se dirigen, fundamentalmente, a los empleados de empresas que reciben su nómina a través del Popular, un segmento donde el banco es líder del mercado.

El alcance e impacto del programa se ha expandido logrando una cobertura en universitarios y estudiantes de secundaria. Banco Popular es consciente que las nuevas generaciones de jóvenes tendrán un rol protagónico en el futuro de la nación, por lo que es necesario que desde una edad temprana empiecen a administrar y manejar sus finanzas personales adecuadamente.

GRI 103-3

Para evaluar la efectividad del programa Finanzas con Propósito hemos realizado

En el año 2019 realizamos 1.508 charlas, talleres y conferencias cerradas a empresas nómina y centros educativos y charlas abiertas al público en distintas actividades a través del año, logrando impactar a un total de 61.450 beneficiarios desde el 2014

evaluaciones en el comportamiento financiero de los participantes. La evaluación nos ha permitido medir el impacto de las charlas o talleres en los indicadores de ahorro y mora de los diferentes empleados con cuenta de nómina en Banco Popular.

Los clientes que han participado en las charlas o talleres del programa lograron, en promedio, aumentar el balance de sus ahorros en un 2.5% un mes después de las charlas y redujeron su mora un 1.3% tres meses después de haber tomado los talleres. Al mismo tiempo, este grupo de clientes ha incrementado la tenencia de productos de ahorro, lo cual evidencia un mayor nivel de bancarización e inclusión financiera, gracias a que han comenzado a practicar el hábito del ahorro. A raíz de las iniciativas implementadas, se ha visto un aumento en la afiliación a nuestra plataforma digital Internet Banking en un 0.4%.

FS16

En adición al programa de Finanzas con Propósito, Banco Popular cuenta con una iniciativa que se enfoca en educar financieramente a los jóvenes dominicanos sobre el funcionamiento de la banca ética y sostenible a través del programa de simulación bancaria Banquero Joven Popular.

En este innovador programa de simulación bancaria, realizado en alianza con Junior Achievement Dominicana (JADOM), cada año miles de estudiantes de comunidades educativas públicas y privadas aprenden la importancia de tener una buena formación financiera y previsional y desarrollan valores como la integridad, la innovación y el trabajo en equipo.

Los estudiantes practican el modelo de banca ética del Popular, un estándar de actuación bancaria pionero en el sector financiero nacional, donde las decisiones empresariales se sustentan en una cultura basada en valores y un fuerte modelo de gobierno corporativo.

En 2019 un total de 3.702 estudiantes de 67 centros escolares públicos y privados recibieron capacitaciones y participaron en los eliminatorios intercolegiales.

En adición, en 2019 estructuramos una iniciativa en educación financiera como parte de los beneficios derivados de las millas obtenidas, la cual consiste en que los clientes pueden canjear millas acumuladas por cursos en educación financiera que comprenden sesiones de coaching financiero especializado de acuerdo con las necesidades de los clientes.

El programa de Millas por Asesoría Financiera ofrece a nuestros tarjetahabientes Popular la oportunidad de canjear sus millas acumuladas (Programa de Lealtad Popular) por asesorías de educación financiera con nuestro suplidor autorizado Edufinanzas.

En 2019 se realizaron 18 sesiones de asesoría financiera gracias al programa, capacitando y formando a un total de 9 clientes.

Por su parte, nuestras filiales especializadas en el mercado de valores e inversiones AFI Popular e Inversiones Popular realizan acciones de carácter educativo a través del programa de educación juvenil **"Máster Class"**, impartiendo charlas sobre el mercado de valores y los fondos de inversión en diversas universidades del país, promoviendo la formación e inclusión financiera para el desarrollo sostenible de sus metas a través de nuestra institución.

Este año un total de 335 jóvenes se beneficiaron de los programas de educación juvenil "Máster Class" en temas de mercado de valores y fondos de inversión

Hacia dónde vamos en educación financiera

- Con el objetivo de continuar desarrollando y fortaleciendo los programas en educación financiera con la población dominicana y obtener un mayor impacto social del programa en la economía del país y reputación del banco, nuestra gestión en la educación financiera apunta a fortalecer las plataformas digitales que nos permiten llegar a más personas e implementar en la App Popular el control de finanzas.
- Asimismo, buscamos incrementar la penetración del programa en las Empresas Nomina de Banco Popular Dominicano y



aumentar el número de clientes impactados positivamente a nivel nacional, disminuyendo los parámetros de mora y aumentando los balances promedio de ahorro.

- Finalmente, queremos aumentar las facilidades de educación financiera para el pueblo dominicano, con miras a cumplir nuestro objetivo pautado de educar a 150.000 personas para el año 2030.



6.2 INCLUSIÓN FINANCIERA

GRI 103-1

La inclusión financiera posibilita la consecución de los objetivos de negocio de Grupo Popular en tanto que busca ampliar la base de clientes (bancarios, pensionales e inversionistas). Desde las principales filiales se realizan iniciativas que buscan garantizar el acceso a los servicios financieros a colectivos que aún no hacen parte del sistema. De igual forma, con la inclusión financiera cubrimos una de las necesidades básicas humanas como es el acceso a productos y servicios financieros que incluyen crédito, ahorro, seguros, sistema de pagos y pensiones; elementos que proveen al beneficiario de una vida sostenible y digna.

GRI 103-2

Subagente Popular

Como parte del compromiso por seguir democratizando los servicios financieros, Banco Popular cuenta con un poderoso y difundido canal de inclusión financiera llamado Subagente Popular. Subagente Popular es un canal para realizar transacciones bancarias en ferreterías, farmacias, colmados, entre otros; que el Banco Popular ha puesto a disposición para lograr el acceso a servicios financieros en todo el país de forma que sean cercanos, eficientes y fácil de usar. El Banco Popular fue pionero en la introducción de este canal financiero en el país.

FS13

Los resultados obtenidos en 2019 demuestran la importancia de la red para acercar y facilitar la realización de transacciones financieras especialmente al segmento de población de escasa o nula bancarización, permitiéndoles entre otros servicios el pago de préstamos y tarjetas de crédito, de modo rápido y seguro, con la ventaja añadida de los horarios extendidos de los comercios.

- En 2019, 348 afiliados a la red de Subagente popular.
- 2.378 comercios afiliados en 117 municipios a la red de Subagente Popular.
- Crecimiento de un 10% en puntos afiliados con respecto al año 2018.
- Más de 550.000 usuarios y 2.4 millones de transacciones bancarias habituales demuestran la buena aceptación de esta iniciativa que democratiza el acceso a los servicios financieros.

Asimismo, desde hace más de dos décadas, el Banco Popular ofrece el servicio de remesas, en alianza con las principales empresas remesadoras a nivel mundial, contribuyendo así al crecimiento y prosperidad de miles de familias. Las remesas se han logrado canalizar a través de los subagentes bancarios, así como también por medio los servicios de billetera móvil popular.

En el año 2019 se generaron un total de 440.712 transacciones entre recibidores y pagadores de remesas, generando un volumen tranzado de USD\$120'092.582,10

Productos y servicios para la inclusión financiera

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CLIENTES AFILIADOS EN EL 2019
ALTICE PESO	Altice Peso, es una cuenta que se asocia al número de móvil Altice y número de cédula del usuario. Sirve para guardar y enviar dinero en efectivo, realizar pagos y/o compras de una manera segura, rápida y simple sin mantener un balance mínimo o la necesidad de tener una tarjeta plástica.	153.682
E-FECTIVO MÓVIL DE CLARO	Es una billetera electrónica o Tarjeta Virtual Prepagada (TVPP), operada a través del móvil, que sirve para realizar depósitos y retiros, recargar minutos, consultar balances, pagar facturas y servicios y enviar dinero de la forma más fácil, rápida y segura. Este servicio de marca compartida entre Banco Popular y Claro Dominicana, se asocia a un teléfono móvil y una cédula.	24.413

Productos financieros para jóvenes

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	NÚMERO DE AFILIADOS
CUENTA DIGITAL LIBRE	Cuenta corriente que le permite a los jóvenes realizar transacciones bancarias libres de comisión a través de los canales electrónicos: Internet Banking, App Popular, tPago y Cajeros Automáticos y cuenta con la facilidad de una tarjeta de débito internacional, sin cargos mensuales.	47.009
CUENTA DE AHORRO PLANNER JOVEN	Por medio de esta cuenta de ahorro, los jóvenes emplean la herramienta de planificación financiera para alcanzar las metas de ahorro, definiendo el monto, plazo y periodicidad de las transferencias.	37
PRÉSTAMO OKM JOVEN	Facilidad financiera con condiciones especiales, destinada para jóvenes entre 18 y 29 años y financia hasta el 90% del valor del vehículo con un plazo de hasta 84 meses.	26.138
TARJETA DE CRÉDITO ORBIT	Tarjeta destinada al público joven que permite empezar a construir el historial crediticio, realizar compras por internet y acumular Millas Popular.	29.950

Este año un total de 103.134 jóvenes dominicanos se afiliaron a algún tipo de servicio o producto ofrecido por Banco Popular.

Bancarización de colectivos

De la mano con la ONG Dream Project, Banco Popular trabaja apoyando al grupo social comúnmente denominado NINI's (ni estudia ni trabaja) a través de procesos de formación,

emprendimiento y construcciones de habilidades y capacidades para el sector laboral. El principal objetivo de la alianza es contribuir en la formación integral de jóvenes en situación de riesgo en la provincia de Puerto Plata con el objetivo de que se capaciten para la inserción al mercado laboral y/o al sistema de educación formal. Al finalizar los procesos de formación, se le ofrece al grupo social los productos financieros de Banco Popular, logrando la bancarización y generando un impacto significativo en las finanzas del grupo.

En 2019, un total de 230 jóvenes se beneficiaron de este programa.

En efecto, la excelente gestión de las diferentes áreas nos ha permitido aumentar el número de clientes que han depositado su confianza en Banco Popular.

Este año un total de 127.988 personas iniciaron relaciones con Banco Popular, demostrando nuestro compromiso por democratizar los servicios financieros.

GRI 103-3

Para medir el impacto de los programas e iniciativas desarrollados en inclusión financiera, se tiene en cuentas la cantidad de nuevos clientes, de subagentes bancarias, sucursales y de usuarios afiliados a Internet Banking y a las billeteras electrónicas.

Hacia dónde vamos en inclusión financiera

- En línea con nuestro compromiso de proveer a los dominicanos de una vida

sostenible y digna nos hemos propuesto para el 2020 estructurar un producto enfocado en la reestructuración financiera de las personas.

- De igual forma, con el objetivo de proveer fuentes de financiamiento y acceso a servicios financieros por parte de trabajadores de los diferentes sectores económicos, hemos determinado aumentar el número de afiliados, para el 2020, a los productos de billetera móvil ofrecidos al mercado.





6.3 EDUCACIÓN PENSIONAL Y PREPARACIÓN PARA EL RETIRO

GRI 103-1

Desde que en el año 2001 se aprobó la reforma al sistema de Seguridad Social con la Ley 87-01, la cual crea el Sistema Dominicano de Seguridad Social, las pensiones se han visto involucradas en un proceso de expansión. No obstante, el tema aún genera incertidumbre, no solo porque se cuestiona la capacidad del sistema para garantizar ingresos suficientes para los pensionados, sino también porque existe un desconocimiento generalizado sobre el sistema y la importancia del ahorro pensional.

GRI 103-2

En AFP Popular contribuimos a mejorar el entendimiento del sistema pensional dominicano mediante programas en educación enfocados en resaltar la importancia del ahorro previsional y conocer las mejores prácticas de los sistemas de pensiones del mundo. Nuestra gestión en el tema está encaminada a democratizar el conocimiento sobre el sistema pensional dominicano y sentar las bases para construir capacidades y habilidades en educación previsional y preparación para el retiro en los diferentes usuarios.

FS16

Para lograr lo anterior, la AFP Popular cuenta con el programa en educación pensional **Planifica tu Futuro**, el cual consiste en un conjunto de cursos a solicitud de las empresas clientes y destinados a sus empleados. Estos cursos son charlas y conferencias realizadas por un coach

financiero sobre planificación financiera. Los cursos se realizan en cada una de las empresas clientes en donde se les explica a los empleados sobre las bondades del sistema pensional, los beneficios de ahorrar para el retiro y el uso de buenos hábitos en el manejo del dinero al pensionarse.

AFP Popular, como parte de su iniciativa de apoyo a profesionales a nivel nacional, realizó este año 35 jornadas de conferencias sobre finanzas y crecimiento personal de la mano con el conferencista y coach Diego Sosa, impactando a un total de 2.639 personas en todo el país

FS16

Como parte de nuestro compromiso en la educación del sistema pensional, en AFP Popular realizamos talleres sobre el manejo del **Módulo de la Tesorería de la Seguridad Social (TSS)**, destinadas a directores y ejecutivos de las áreas de Recursos Humanos y Finanzas de las empresas clientes, cuyas temáticas abordan el sistema de pensiones y el manejo de tesorería de la seguridad social.

En 2019, AFP Popular impartió 96 cursos a 2.288 participantes de diferentes empresas en las ciudades de Santo Domingo, Santiago, La Romana, Puerto Plata, Higüey, San Francisco de Macorís, San Pedro de Macorís y Bávaro.

De igual forma, AFP Popular realiza diplomados, en alianza con la Escuela Nacional de la Judicatura y el Instituto OMG, destinados a jueces del Ministerio Público para profundizar los conocimientos sobre las mejores prácticas del sistema pensional de República Dominicana y a nivel mundial, con expertos internacionales y nacionales en la materia.

Este año logramos capacitar 34 jueces del Ministerio Público.

Además, en conjunto con el Instituto OMG diseñamos un portal web de capacitación sobre el sistema de pensiones. Los cursos en línea son totalmente gratis y al final de las lecciones se realiza una evaluación en la que, una vez aprobado, se emite un certificado. El curso estará disponible al público en el 2020.

Asimismo, reconocemos el papel que juegan nuestras empresas clientes en la generación de empleo del país, razón por la cual brindamos charlas de inducción sobre el funcionamiento del sistema previsional para los nuevos empleados de las empresas y, en estos espacios, ofrecemos orientación para el manejo financiero personal. De la mano con las empresas clientes, impartimos charlas destinadas a los afiliados de las empresas clientes capacitando a un total de 4.356 personas.

Anualmente, como parte del programa de responsabilidad social de AFP Popular “Envejeciendo con Dignidad”, realizamos charlas de motivación para personas mayores de 45 años. En el marco del Día Internacional del Envejeciente, AFP Popular celebró en varias provincias del país una serie de conferencias tituladas “Aprendiendo a vivir sin edad y feliz” con el objetivo de concientizar a la población dominicana sobre la capacidad, habilidad y destreza con que una persona que supera los 50 años puede desarrollar cualquier tipo de actividad. Este año logramos llegar a 2.100 personas con charlas realizadas con un alcance nacional.

INICIATIVA DESTACADA 2019

En 2019 impartimos charlas con jóvenes profesionales y estudiantes de universidades, escuelas vocacionales e institutos a nivel nacional sobre la mejor manera de planificar un buen retiro laboral y las necesidades de realizar proyecciones financieras para lograr un retiro digno. Logramos impactar a un total de 600 jóvenes en todo el país.

GRI 103-3

El modelo de gestión de AFP Popular de mejora continua está basado en las necesidades de nuestros afiliados y futuros afiliados, ya que son la prioridad de la organización, y por ello su enfoque siempre será ofrecer una solución pensional de la mano con elementos pedagógicos que les permita defender sus derechos y proteger sus beneficios presentes, de cara al futuro. Es por esta razón que llevamos a cabo un monitoreo de los principales

indicadores de gestión y de resultado de los programas e iniciativas que ejecutamos en educación previsional y preparación para el retiro. El seguimiento constante nos permite evaluar nuestra gestión, comprender mejor en qué áreas debemos continuar trabajando y ajustar el enfoque en cada uno de los programas.

Hacia dónde vamos con la educación previsional y preparación para el retiro

- Con el objetivo de continuar aportando en la educación del sistema previsional dominicano, nos hemos propuesto realizar en el primer semestre de 2020 el lanzamiento oficial del curso online con el Instituto OMG. De igual forma, nos hemos trazado lograr incrementar en un 30% el número de personas impactadas con las charlas impartidas de Educación Previsional en comparación al año 2019.
- Así mismo, como parte de nuestro compromiso por mejorar la preparación de la población dominicana para el retiro, hemos determinado realizar las capacitaciones mediante charlas virtuales para mantener el número de jóvenes impactados en la capacitación de AFP Popular te acompaña, mediante la inclusión de nuevas universidades; manteniendo o incrementado el número de personas impactadas con las charlas de preparación para el retiro en relación con el año 2019.



6.4 APOYO AL EMPRENDIMIENTO

GRI 103-1

La diversificación del portafolio de productos de las filiales de Grupo Popular es clave para la continuidad del negocio, pues al ser una entidad financiera, debe adaptarse a los desafíos y las necesidades de los clientes y potenciales clientes, siendo la innovación y expansión de productos un aspecto fundamental para cubrir las demandas del mercado. Por esta razón, uno de nuestros principales enfoques está dirigido a apoyar a los emprendimientos y las pymes en la consecución de sus metas.

GRI 103-2

Banco Popular cuenta con el programa **Impúlsate Popular** el cual busca impulsar a jóvenes emprendedores en el crecimiento de sus proyectos innovadores, permitiéndoles acceder a un capital para fortalecer y hacer crecer sus planes empresariales.

Este año concursaron un total de 110 proyectos, obteniendo el premio 3 iniciativas con acceso a un total de 3.3 millones de pesos dominicanos como capital semilla y se beneficiaron, adicionalmente, 3 proyectos los cuales obtuvieron menciones especiales por un total de 850.000 pesos dominicanos.

Asimismo, Banco Popular ha impartido diplomados en emprendimientos con universidades del norte y sur del país.

Durante este año se realizaron un total de 4 diplomados, logrando impactar un total de 308 jóvenes.

En línea con la educación para los negocios, el Banco cuenta con el programa de **Fortalecimiento Empresarial Pyme** el cual abarca todo el territorio nacional y cubre las necesidades de capacitación de esta gama de clientes empresariales medianos y pequeños, a través del uso de módulos, talleres y diplomados que les ayudan a impulsar sus negocios a un nivel superior.

En 2019, logramos capacitar a 12.000 clientes Pymes.

En adición, Banco Popular ha puesto a disposición del público general el portal **Impulsapopular.com**, pionero en el mercado, el cual ofrece contenido gratuito para pymes. Este sitio web incluye más de 2.000 artículos y videos de interés, así como herramientas prácticas para evolucionar los negocios.

Más de 3.9 millones de visitas se realizaron a la página impulsapopular.com

De igual forma, Banco Popular cuenta con un esquema de apoyo a los centros de emprendimiento de varias instituciones como

es el caso de la PUCMM, Intec, Unibe, Barna, UNPHU, ISA y UTESA en donde suministran espacios para que los jóvenes emprendedores puedan crear proyectos, se imparten conferencias y ejecutivos que hacen parte de Grupo Popular participan en competencias validando y premiando ideas de negocio.

Como aporte por la gestión suministrada durante la gestión de Impúlsate Popular, se le entrega a cada centro de emprendimiento un monto de RD\$85.000 por cada convocatoria apoyada.

En asocio con USAID y dentro del marco del proyecto Alerta Joven, se aborda el tema de emprendimiento de bajo nivel o emprendimiento por necesidad, que cual busca fortalecer a negocios de subsistencia como las panaderías, guarderías, centros de cómputos, entre otros.

GRI 103-3

Para evaluar el desempeño de las iniciativas y programas enfocados en el apoyo al emprendimiento, se lleva a cabo una medición sobre el número de participantes en los diplomados. En cuanto a Impúlsate Popular el compromiso de Banco Popular va mucho más allá de simplemente los aportes con dinero.

Banco Popular Dominicano realiza un seguimiento a las empresas ganadoras del programa, suministrándole asesorías por 6 meses.

A lo largo de este tiempo, se mide el desempeño y se desembolsa el premio acorde al cumplimiento de las metas establecidas.

Hacia dónde vamos con el apoyo al emprendimiento

- Para el 2020 queremos continuar posicionando el programa Impúlsate Popular como el programa de apoyo al emprendimiento joven más importante del país. En este sentido continuaremos ampliando la red de aliados para ofrecer mejor capacitación y formación a los concursantes durante el concurso y a los ganadores posterior a su participación.
- Así mismo, nos hemos propuesto contribuir a mejorar las condiciones para el emprendimiento a nivel nacional mediante el apoyo a instituciones y el fortalecimiento de las alianzas con organizaciones.



7

CONSTRUIR



7.1. ÉTICA, ANTICORRUPCIÓN Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO

GRI 103-1

El comportamiento ético y el cumplimiento normativo debe ser la base del accionar de cualquier empresa. Por ello, la implementación de sistemas y controles para prevenir el fraude, soborno y la corrupción, el lavado de activos, financiación del terrorismo y la proliferación de armas de destrucción masiva, nos permiten entablar relaciones duraderas, transparentes y garantizar la operación sostenible de todas las empresas de Grupo Popular.

GRI 103-2

Grupo Popular, conforme a los estatutos sociales, ha conformado el Consejo de Administración como órgano máximo que se encarga de supervisar, controlar y administrar las operaciones del Grupo y velar por el cumplimiento de las disposiciones legales de acuerdo con los principios y prácticas del Gobierno Corporativo. Desde el Consejo de Administración se dictan todas políticas y principios que guían el actuar de cada uno de los miembros de la organización.

Como instrumentos internos de regulación frente a este tema, disponemos de **Principios de Gobierno Corporativo**, un **Código de Ética** aplicable a todos los empleados y proveedores de las filiales y con una **Política de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo y Proliferación de armas de Destrucción Masiva**, lo cual refuerza nuestra gestión y compromiso con una actividad

totalmente transparente.

Por disposición general, el sistema de gobernabilidad de Grupo Popular ha establecido diez (10) Principios de Gobierno Corporativo como mandatos transversales y funcionales para todas las filiales del grupo, consistentes con los parámetros de buen gobierno establecidos a nivel nacional e internacional.

Nuestros Principios de Gobierno Corporativo son:

- I. Administración objetiva, responsable, capaz y prudente.
- II. Protección y defensa de los intereses de los accionistas.
- III. Grupos de interés.
- IV. Responsabilidad social.
- V. Conducta ética.
- VI. Conflicto de intereses.
- VII. Información y transparencia
- VIII. Auditoría, control interno y administración de riesgos.
- IX. Cumplimiento regulatorio.
- X. Prevención de lavado de activos.

Comportamiento ético

El Grupo Popular cuenta ya hace más de diez años con un Código de Ética que ofrece orientación sobre la dirección correcta hacia la cual los grupos de interés internos deben dirigirse ante situaciones determinadas con la finalidad de mantenerse apegados a los lineamientos de valores establecidos en la institución. Dicho documento representa las políticas, procedimientos y regulaciones emitidas por los Organismos internos y externos, los cuales deben ser de conocimiento y cumplimiento de todo el personal. En las disposiciones incluidas se prohíbe a sus accionistas, empleados y proveedores incurrir en cualquier conducta que pudiera dar lugar a la apariencia o a la sospecha de actividades inadecuadas e ilícitas.

Así mismo, se dispone de la política “conozca a sus empleados”, la cual tiene como finalidad velar por el correcto comportamiento de sus empleados, de acuerdo con lo establecido en el Código Conducta Ética.

Con el objetivo de reforzar la apropiación del Código, se realizan, a lo largo del año, sesiones de validación y capacitación.

Los empleados de Grupo Popular deben

completar la certificación online, la cual debe adquirirse cada año de carácter obligatorio. Esta certificación permite monitorear el grado de comprensión y conocimiento del Código.

Grupo Popular ha puesto a disposición de los empleados, accionistas, proveedores y/o terceros una línea ética como medio de comunicación para realizar las denuncias sobre conductas irregulares que comprometan los valores y deberes de Grupo. En este sentido, se cuenta con línea de conducta ética totalmente anónima y con un correo electrónico, así como con la posibilidad de acudir presencialmente a las oficinas de la División de Conducta Ética.

Cumplimiento normativo

En materia de cumplimiento regulatorio, Banco Popular forma parte del sistema integral de cumplimiento regulatorio del Grupo Popular. Este sistema busca establecer, mediante una estructura integral al nivel del Grupo, la medición, asesoría, monitoreo y supervisión del cumplimiento regulatorio y reducir al mínimo las contingencias vinculadas con los posibles incumplimientos a las normas y regulaciones aplicables.

La Política de Cumplimiento Regulatorio del Grupo Popular, como eje central del sistema, se complementa con otras normas de carácter grupal o interno del Banco: i) Código de Ética; ii) Política de Manejo de Conflictos de Intereses; iii) Política de Transparencia de la Información; iv) Política Anticorrupción y Anti soborno; v) Política de Prevención del Lavado de Activos y la

Financiación del Terrorismo; y vi) Código de Ética para Suplidores.

También toma en consideración la valoración del riesgo reputacional, es decir, aquel que se asume ante una valoración adversa por parte de los grupos de interés o el mercado en sentido general, a consecuencia de una situación o de una constante o habitual vulneración de las disposiciones regulatorias inherentes y aplicables a la entidad.

Como parte de nuestro compromiso con el cumplimiento de la normativa legal nacional, así como con diferentes tratados internacionales de los cuáles el Banco Popular fomenta y garantiza su cumplimiento, cumplimos con lo dispuestos en la Ley 155-17 contra el lavado de activos y la Ley 267-08 sobre el financiamiento del terrorismo.

Asimismo, Grupo Popular cuenta con Comité de Conducta Ética que tiene como objetivo conocer, evaluar y decidir sobre las violaciones al Código de Ética realizadas por parte de nuestros funcionarios y empleados del Grupo Popular y sus Filiales.

El comité está integrado por siete (7) miembros, seis (6) con voz y voto, de los cuales cinco (5) tendrán sus respectivos suplentes asignados y uno (1) con voz sin voto (Coordinador). Las decisiones serán tomadas por mayoría de votos. Los casos en los que ocurra un empate serán elevados, por el presidente del Comité, al presidente de la Institución para su decisión. Además, cuenta con la División Conducta

Ética, del Área Legal y Cumplimiento Normativo, que tiene como principal finalidad garantizar la implementación efectiva, así como los planes de acción viables para el adecuado seguimiento a la correcta aplicación de nuestro Código de Ética, coordinando las investigaciones que permitan esclarecer los hechos que involucren al personal. Asimismo, garantizará la preservación de la integridad en la toma de decisiones relacionadas con los mismos.

En el plano internacional, nos adherimos a las recomendaciones de Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI) sobre prevención del lavado de dinero y el financiamiento del terrorismo del 2012; la Ley Patriota Estadounidense 2001; la Convención de Naciones Unidas celebra en Viena sobre el Combate al Narcotráfico del 1988; la Convención de Naciones Unidas celebrada en Palermo sobre el Crimen Organizado del año 2000; la Convención de las NNUU celebradas en Mérida sobre Corrupción

COMUNICACIÓN SOBRE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS	
PÚBLICO OBJETIVO	NÚMERO TOTAL DE PERSONAS COMUNICADAS
MIEMBROS DEL ÓRGANO DE GOBIERNO	15
EMPLEADOS	6.937
SOCIOS DE LOS NEGOCIOS	711
TOTAL	7.663

FORMACIÓN SOBRE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS ANTICORRUPCIÓN	
PÚBLICO OBJETIVO	NÚMERO TOTAL DE PERSONAS FORMADAS
MIEMBROS DEL ÓRGANO DE GOBIERNO	15
EMPLEADOS DE LAS ÁREAS CENTRALIZADAS	2.445
EMPLEADOS DE LAS ÁREAS DE NEGOCIOS	3.753
EMPLEADOS DE LAS ÁREAS CON CERTIFICACIÓN DE RIESGO DE CRÉDITO	739
TOTAL	6.952

Prevención de lavado de activos y financiamiento al terrorismo

Comprometidos con la ética y transparencia de nuestro negocio y en virtud de ser una entidad regulada por la Superintendencia de Bancos de la República Dominicana, Banco Popular cuenta con un programa de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo basado en riesgo, que responde al cumplimiento de las mejores prácticas y regulaciones a nivel nacional e internacional.

El compromiso con el cumplimiento y observancia de las políticas y recomendaciones en materia de prevención del lavado de activos y la financiación del terrorismo se encuentra previsto desde la Declaración de Principios de Gobierno Corporativo.

Anualmente se estructura un Plan de Prevención de Lavado de Activos en el que se incluye un programa de capacitación para todos los miembros y funcionarios de Grupo sobre prevención del lavado de activos.

En 2019 se llevaron a cabo 48 talleres y capacitaciones enfocados en fomentar la cultura de la prevención de lavado de activos, impactando a un total de 4.177 beneficiarios entre los que se encuentran colaboradores y clientes.

El programa, que es plasmado en el “Manual de control interno para la prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo para el Banco Popular Dominicano” es revisado y aprobado anualmente por el Consejo de Administración de esta entidad bancaria.

Adicionalmente, Grupo Popular cuenta con una política sobre prevención de sobornos, que proporciona a todos los empleados y funcionarios de Grupo Popular y empresas filiales, un marco para las buenas prácticas empresariales y estrategias de gestión de riesgo para contrarrestar el soborno.

En el año 2019, un total de 4 empleados participaron en el Seminario Avanzado sobre Ética y Compliance Empresarial facilitado por la Universidad de los Andes en coordinación con Intras.

AFI Popular, por su parte, se establece como sujeto obligado con deberes restringidos, referente a la normativa que regula la prevención de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y la proliferación

de armas de destrucción masiva en el mercado de valores dominicano. Aun siendo un sujeto obligado con deberes restringidos, a modo de mejores prácticas, AFI Popular posee un Manual de Políticas para la Prevención del Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo, Código de Ética, así como políticas y procedimientos enfocadas en los procedimientos de Debida Diligencia, Reporte de Operaciones Sospechosas, Congelamiento Preventivo, entre otras, aprobadas por el Consejo de Administración de la Sociedad.

GRI 103-3

Como parte del ejercicio de rendición de cuentas y transparencia en el tema de cumplimiento normativo, anticorrupción y ética, Grupo Popular realiza un Informe Anual de Gobierno Corporativo en el que detalla cómo la entidad se adhiere y cumple con las reglas de gobierno corporativo. En este mismo informe, se comunica y se comparte con los accionistas del Grupo y todos sus grupos de interés, los principios, estructura, reglas, prácticas externas e internas en las cuales basa el sistema de actuación.

La estructura encargada de supervisar, el monitorear y velar por el cumplimiento regulatorio reposan en el Área Legal y Cumplimiento Normativo. Esta se encarga de supervisar que el sistema de cumplimiento regulatorio, en su conjunto, se encuentre y se aplique de conformidad con las reglas establecidas por las normas dictadas por la Administración Monetaria y Financiera y, en particular, con el Instructivo sobre la Gestión de Cumplimiento Regulatorio en Entidades de

Intermediación Financiera de la Superintendencia de Bancos, así como con las recomendaciones para las estructuras de cumplimiento establecidas por el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea.

El área de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo, del cual forma parte el Oficial de Cumplimiento, es responsable del diseño e implementación de las estrategias y controles para la prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo con énfasis en un enfoque basado en riesgo, centrado en los clientes, productos, canales y jurisdicciones de mayor riesgo, apoyados en plataformas tecnológicas de primera línea e iniciativas de formación y concientización continua al personal, sobre todo a las áreas de negocio, que constituyen la primera línea de defensa.

Hacia dónde vamos en la ética, anticorrupción y cumplimiento normativo

En tanto que nuestra gestión se ha enfocado en prevenir el fraude, soborno y la corrupción, el lavado de activos, financiación del terrorismo y la proliferación de armas de destrucción masiva nos hemos propuesto reforzar el mantenimiento y mejora de los procedimientos incorporados ante los cambios de circunstancias en el entorno en el que nos desarrollamos, así como dar continuidad de los planes desarrollados para la gestión del Programa para la Prevención del Soborno y otras Prácticas Corruptas. Algunos de los retos que nos hemos propuesto abordar para el 2020 son:

- Dar continuidad a los planes de capacitación existente asegurando la actualización permanente al personal sobre nuevas tipologías y tendencias de delitos y

fraudes.

- Mantener una efectiva transmisión de conocimientos, buscando agilidad, con menos recursos, apoyándonos en nuevos formatos virtuales.
- Seguir promoviendo la concientización de las entidades no reguladas (clientes externos y proveedores) sobre las responsabilidades que tienen por estar relacionados con nuestra institución, en la asunción de responsabilidades de prevención de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y proliferación de armas de destrucción masiva, soborno y corrupción.
- Fortalecer las capacitaciones focalizadas bajo los nuevos esquemas de corrupción producto de la crisis sanitaria global.
- Consolidar Plan de Capacitación de Fraude, Soborno y Corrupción.



7.2. DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO Y BIENESTAR

GRI 103-1

Somos conscientes que nuestros colaboradores son un elemento fundamental a la hora de lograr el desempeño esperado de las diferentes filiales de Grupo Popular. Es por esta razón que el bienestar y desarrollo de cada uno forma parte de nuestra preocupación como organización. Grupo Popular invierte en el desarrollo y bienestar y ofrece un clima laboral basado en el respeto y confianza, promoviendo de esta forma una cultura Basada en Valores.

GRI 103-2

Por medio de la formación, capacitación y promoción de actividades de bienestar para nuestros colaboradores, generamos valor agregado al negocio a través de procesos robustos que garanticen la atracción, desarrollo y retención del mejor talento, además de un buen clima laboral, propendiendo por una cultura organizacional basada en el liderazgo, la participación y la innovación, pilares que apalancan la estrategia corporativa de Grupo Popular.

GRI 103-3

Grupo Popular es una organización diversa, comprometida y con visión de futuro. Sabemos que somos agentes de cambio y que aportamos al desarrollo sostenible de la nación. Por medio de la formación, capacitación y promoción de actividades de bienestar para nuestros colaboradores, generamos valor agregado al negocio a través de procesos robustos que

garanticen la atracción, desarrollo y retención del mejor talento, además de un buen clima laboral.

Desde el Área de Gestión Humana y Cultura se llevan a cabo mediciones para evaluar la composición y desempeño del talento humano y, se establecen mediciones sobre el bienestar del capital humano que hace parte de la organización.

Perfil del Talento Humano Popular

En el año 2019 nuestro personal, sumando todas las filiales de Grupo Popular, ascendió a un total de 8.594 empleados con contrato laboral fijo y contrato de temporero.

GRI 102-8

GÉNERO	CONTRATO LABORAL FIJO	CONTRATO DE TEMPORERO	TOTAL
FEMENINO	5.091	75	5.166
MASCULINO	3.427	54	3.481
TOTAL	8.518	129	8.647

REGIÓN	NÚMERO TOTAL DE EMPLEADOS
Santo Domingo (RD)	6.585
Zona Norte (RD)	1.217
Zona Este (RD)	602
Zona Sur (RD)	190
Panamá	53
Total	8.647

FILIAL	NÚMERO TOTAL DE EMPLEADOS
Banco Popular Dominicano	7.488
Infocentro Popular	552
AFP Popular	262
Servicios digitales Popular	151
Popular Bank	62
Inversiones Popular	52
Fiduciaria Popular	39
Avance Capital Dominicana	20
AFI Popular	14
Grupo Popular (Fundación Popular)	7
Total	8.647

GRI 401-1

En relación con el talento interno, nuestra labor evidencia las oportunidades de crecimiento profesional que ofrece la organización. En 2019, además de las promociones y traslados, se crearon 275 nuevas plazas de trabajo. De igual manera se contrataron 1.465 empleados, de los cuales 905 fueron mujeres y 560 hombres, manteniendo al Grupo Popular como el mayor empleador del sector financiero privado, y el tercer mayor empleador a nivel nacional.

Gestión del talento humano y bienestar

GÉNERO	PORCENTAJE DE ROTACIÓN
Masculino	5,29%
Femenino	7,56%

EDAD	PORCENTAJE DE ROTACIÓN
Menor de 30 años	8,76%
31-50 años	3,99%
Mayor de 50 años	0,10%

REGIÓN	PORCENTAJE DE ROTACIÓN
Santo Domingo (RD)	10,29%
Zona Norte (RD)	1,57%
Zona Este (RD)	0,76%
Zona Sur (RD)	0,24%

Nuestra estrategia de bienestar y gestión humana se fundamenta en cinco (5) focos que buscan el desarrollo integral de nuestros colaboradores: profesional, social, físico, financiero y emocional:

En el aspecto profesional y como parte de la sostenibilidad del liderazgo en el Grupo Popular, contamos con el programa de Altos Potenciales, el cual busca la retención y desarrollo del talento gerencial dentro de la organización. **Altos Potenciales** es una de las iniciativas con mayor efectividad y ofrece a sus participantes sesiones de coaching y mentoring por parte de firmas internacionales, con más de 200 horas de acompañamiento. Esta plataforma es un referente que nos coloca dentro de las mejores prácticas a nivel mundial en la gestión del talento.

Durante el año 2019 fueron acumuladas aproximadamente 350 horas de Coaching y Mentoring, las cuales se realizaron en 233 sesiones. Los altos potenciales favorecidos con estas intervenciones fueron 170 gerentes, de los cuales se beneficiaron 40 altos potenciales de la filial Banco Popular Dominicano y 130 altos potenciales de la filial AFP Popular. Así mismo, a 31 de diciembre de 2019 un total de 174 Altos Potenciales siguen activos.

Desde el 2011 a diciembre de 2019 un total de 222 gerentes han sido parte del programa, siendo receptores de programas especializados, como son: cursos especializados, presenciales y online; becas en instituciones nacionales e internacionales; sesiones de mentoría; sesiones

de coaching; formación en coaching; talleres con especialistas internacionales y participación en congresos con temas de vanguardia.

De igual manera, contamos con un **Centro de Aprendizaje** destinado tanto para el personal de nuevo ingreso, facilitando su inserción a la empresa, como para todos los colaboradores. En el mismo se imparten todos los cursos en función de las demandas de nuevos conocimientos, así como desarrollo y adquisición de habilidades y competencias.

En 2019 se capacitaron en total 8.594 empleados, logrando un promedio de horas en capacitación y formación por colaborador de 108,3 horas al año.

Además, incentivamos el desarrollo integral de nuestros colaboradores a través de la Escuela de Arte. En 2019, un total de 116 de empleados participaron en los cursos artísticos, lo cual evidencia que somos una organización que estimula y fomenta la formación integral y holística de nuestros colaboradores.

GRI 404-2

Actualmente, nuestros colaboradores cuentan con diferentes programas para desarrollar sus habilidades profesionales y personales.



GRI 404-2

Igualmente, en tanto que valoramos el aporte generado por los colaboradores a la institución a lo largo de la carrera profesional, hemos puesto a disposición un programa que buscan asistir a los empleados retirados. Este consta de un seguro de vida, seguros de salud, prestamos adicionales a los colaboradores que se retiran con más de 25 años de labor, asignación de labores temporales y proyectos y actividades sociales y recreativas que mantienen el vínculo con la organización.

En cuanto al foco físico, inauguramos en 2019 un espacio ideado en el bienestar y salud física de nuestros colaboradores llamado **Centro de Bienestar Popular**, el mismo cuenta con todas las facilidades para entrenamientos físicos y técnicas de relajación, ofreciendo al personal opciones para mejorar su calidad de vida a través del cuidado físico, mental y nutricional. Se trata de una iniciativa pionera en la banca dominicana, orientada a continuar promoviendo un ambiente

organizacional positivo y más productivo entre los más de 8,600 empleados del Banco Popular y de su casa matriz, Grupo Popular, quienes podrán hacer uso de estas instalaciones antes, durante y después de su jornada laboral, efectivamente impulsando los primeros avances en el tema de flexibilidad laboral para algunos tipos de puestos.

Como iniciativas complementarias asociadas al cuidado y promoción de hábitos saludables, mantenemos de forma permanente un programa de charlas y campañas de comunicación vinculadas a temas de salud y asesoría de nutrición para empleados enfocado en mejorar los hábitos alimenticios y de cuidado de la salud del personal. Asimismo, instauramos la celebración del Mes del Bienestar, periodo en el que se ejecuta un amplio programa de actividades orientadas a la preservación de la salud física, financiera, mental, y emocional de

nuestros colaboradores.

En lo referente al aspecto social, contamos con varias iniciativas que buscan generar una conexión social entre los colaboradores. A tal efecto, se ha dado continuidad al Círculo de Lectura como espacio para el afianzamiento de la comunidad de colaboradores amantes de la lectura y las letras. Se lleva a cabo un programa que abarca todo el año de funciones artísticas y culturales a cargo de nuestro grupo coral y de teatro, compuestos por empleados. Además, mantenemos equipos deportivos que propician la sana competencia y el trabajo en equipo. También se celebran de forma exitosa las Olimpiadas Popular. Estas actividades contribuyen con el afianzamiento del sentido de pertenencia de los empleados y sus familias.

En relación con el foco emocional, Grupo Popular es consciente de que el bienestar de sus

colaboradores debe ir acompañado del bienestar de sus familiares. Es por esta razón que cuenta con diversos programas enfocados en apoyar el desarrollo de los familiares. La empresa se asegura de estar presente en los momentos especiales de las vidas de sus empleados y sus familiares, como es el nacimiento de un hijo, una graduación universitaria, nupcias o la muerte de un pariente directo, a través del programa “Cerca de Ti”. Además, otorga beneficios que trascienden la obligación legal como es un aumento en 6 días para los padres de un recién nacido y días de permiso adicionales a los vacacionales. De igual forma, ha estructurado programas de pasantías universitarias y pasantías y campamentos de verano para los familiares de los empleados. En adición, y como parte de este foco, se han habilitado salas de lactancia en los diferentes edificios de Grupo Popular y se realizan operativos de donación de sangre como parte de la responsabilidad social de nuestros empleados con la sociedad.

GRI 401-3

EMPLEADOS CON DERECHO A PERMISO PARENTAL		EMPLEADOS QUE SE HAN ACOGIDO AL PERMISO PARENTAL EN 2019	
HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
3.428	5.166	132	276

Finalmente, en el componente financiero, Grupo Popular tiene como objetivo apoyar económicamente a los empleados brindando

subsidios en renglones establecidos.

Dentro de este foco tiene programas de becas universitarias y escolares para empleados e hijos de empleados, subsidio de útiles escolares y en tasas de préstamos y otros productos.

GRI 404-3

Como parte del compromiso con la mejora continua, nuestros procesos de gestión de talento humano incluyen la realización de evaluaciones de desempeño de forma periódica a los colaboradores de Grupo Popular. En Grupo Popular contamos todo un programa de evaluaciones de desempeño, las cuales buscan medir tanto los objetivos particulares por posición como los factores o competencias vinculadas a nuestra cultura organizacional, a saber: productividad, calidad de resultados, independencia, manejo de relaciones, aportes a la gestión, aprendizaje continuo y satisfacción del cliente.

En el año 2019, el 96% de los empleados recibieron una evaluación de desempeño.

El promedio de calificaciones estuvo en 110.05, obteniendo resultados que excede las expectativas tanto a nivel de cumplimiento de Objetivos como de Factores. Como plan de acción para mejorar los resultados de aquellos empleados con calificación total por debajo de 90, se establecieron planes de acompañamiento, en conjunto con el supervisor inmediato.

De igual forma, Grupo Popular evalúa el clima laboral a través de encuesta y entrevistas presenciales que persiguen determinar, según la

opinión de los integrantes del grupo de trabajo, el grado de satisfacción con diferentes factores que impactan el bienestar de los colaboradores.

Los factores evaluados son los siguientes: satisfacción con los compañeros de trabajo; satisfacción con supervisor inmediato; satisfacción con los diferentes niveles gerenciales y vicepresidentes; adecuación organizacional de los supervisores; satisfacción con las condiciones físicas; satisfacción con el trabajo que realiza; identificación con el puesto y nivel de compromiso e identificación con la empresa.

Hacia dónde vamos en el desarrollo del talento humano y bienestar

- Con el objetivo de seguir siendo reconocida en la República Dominicana como unos de los mejores empleadores del país, para el 2020, nos hemos propuesto realizar una medición del clima laboral de Grupo Popular y sus filiales bajo el benchmark The Great Place to Work, y así identificar brechas y oportunidades de mejora que nos ayuden a fortalecer la gestión del talento humano y el bienestar de nuestros colaboradores.
- En adición, a partir de la lectura que hemos hecho sobre la composición demográfica de la organización, hemos identificado que el 78% del personal que trabaja en las filiales de Grupo Popular hace parte de la generación de los millenial. En efecto, nos hemos propuesto garantizar la gestión humana, del talento y el bienestar atendiendo a las características y expectativas de las nuevas generaciones.

7.3. EQUIDAD DE GÉNERO

GRI 103-1

Las organizaciones pueden desempeñar una importante función en fomentar la diversidad e igualdad de oportunidades en su planta de colaboradores y eliminar las brechas de género. Todas nuestras prácticas de gestión humana reflejan el compromiso que tiene la Organización en el fomento de la diversidad y la igualdad de oportunidades. Esto se evidencia en la composición de nuestra planta de trabajadores, en la tolerancia hacia las preferencias sexuales de los colaboradores y los procesos de selección del personal, pasando por las promociones y la remuneración son libres de discriminación, garantizando que el género no es un requisito determinante.

GRI 103-2

Nuestras políticas de contratación procuran que tanto las horas de trabajo como las retribuciones a los profesionales sean equitativas, en función del desempeño y el nivel de responsabilidad, omitiendo cualquier tratamiento discriminatorio por razón de sexo, raza, creencias u opiniones.

Expresamos nuestras ideas antidiscriminación en la contratación, promoción, formación y despidos de los empleados mediante políticas o programas de igualdad de oportunidades, así como controles y seguimiento de resultados a través del Sistema de Desempeño. Hacemos pública la composición de los miembros del Consejo de Administración, así como la lista de

sus funcionarios en los Informes de Gestión Anual de Grupo Popular y de las otras empresas filiales.

Nuestra planta de colaboradores está compuesta por un total de 59% mujeres y un 41% hombres, distribuidos de la siguiente manera:

GRI 405-1

CATEGORÍA LABORAL	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL
EJECUTIVO	21	46	67
GERENCIAL	585	474	1.059
PERSONAL SOPORTE	3.668	2.201	5.869
SUBGERENTE	892	707	1.599
TOTAL	5.166	3.428	8.594

Somos una organización que no permite ningún tipo de discriminación, reflejada no solo en la aceptación a cualquier tipo de preferencia sexual por parte de los colaboradores, sino también garantizamos que la preferencia no sea una condición limitante para el desarrollo profesional.

GRI 103-3

En nuestra organización, los procesos de selección, remuneración, promociones, reconocimientos, se fundamentan en las competencias de las personas, en donde históricamente la composición de nuestro personal ha mantenido, consistentemente, el equilibrio de género.

Hacia dónde vamos con la equidad de género

- En tanto que nuestra gestión se ha enfocado en fomentar la diversidad e igualdad de oportunidades en la planta de colaboradores y eliminar las brechas de género, nos hemos propuesto, como principal reto, para el 2020, diseñar y poner en práctica una política de equidad de género que sea aplicable para todas las filiales de Grupo Popular. En adición, para el 2020, Grupo Popular se ha propuesto lograr la adhesión al "Sello de Género" de Naciones Unidas.

7.4. SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

GRI 103-1

Entendemos que el motor de nuestra organización son los clientes. Es por esta razón que nos empeñamos en brindar un servicio de atención personalizado, garantizando lo más altos estándares de calidad y a satisfacción de los clientes. Debido a la naturaleza de nuestro negocio, en Grupo Popular nos hemos propuesto ser reconocidos por la calidad de servicio, ofreciendo una experiencia memorable, asegurando que los modelos de atención estén alineados a nuestras normas y atributos FAST (fácil, agradable, simple y transparente) y adaptados a los nuevos entornos digitales.

GRI 103-2

Nuestra gestión está encaminada a garantizar la satisfacción total del cliente mediante dos vías: la experiencia del cliente y satisfacción del cliente.

Experiencia del cliente

Banco Popular cuenta con un modelo de atención automatizada en las oficinas, diseñado para mejorar la experiencia de los clientes que las visitan. Este modelo también permite monitorear en línea los tiempos de espera de los clientes y la productividad de los empleados, otorgando mayor eficiencia a la gestión de los recursos.

La excelente gestión de la operación se fortalece a partir de la relación a largo plazo que establecemos con los clientes, por lo que nos empeñamos en prestar un servicio de calidad bajo los más altos estándares, mediante la constante capacitación a nuestros empleados y con la apropiación de avances que aportan al modelo de transformación digital de nuestras filiales. De esta forma, garantizamos la mejora de la experiencia de los clientes y la satisfacción de nuestros empleados.

Al interior de la organización tenemos programas recurrentes que refuerzan nuestras normas y lineamientos de servicio en toda la institución, enfocados en proporcionar la mejor experiencia para el cliente:

- Contamos con una unidad de **Cultura de Servicio** que se encarga de liderar todos los programas relacionados a difundir y fortalecer la cultura de servicio en toda la organización y algunas filiales.
- Realizamos reunión semanal de alineación para todas las unidades del banco donde se trata un tema central de la **cultura de servicio y reglas de excelencia** y se incluyen las principales novedades, políticas y procesos que impactan nuestros clientes.
- Entrenamientos en servicio memorable al personal de nuevo ingreso, luego de 3 meses de pertenecer al banco.
- Se cuenta con el **Manual de Calidad de Servicio** el cual se entrega a todos los nuevos empleados y es compartido con cada una de las unidades del banco. El mismo incluye las normas y lineamientos de servicio, nuestro lema de servicio, nuestras reglas de excelencia y ejemplos de cómo podemos crear experiencias únicas y memorables en cada contacto.
- Se realiza una certificación anual de servicio para todo el personal, de carácter obligatorio.
- Se realizan programas de entrenamiento en atributos de experiencia FAST (Fácil, Agradable, Simple y Transparente).
- Se ha diseñado un portal de servicio en intranet que contiene todo lo relacionado a la **Cultura de Servicio del Banco**.
- Contamos con herramienta de aportes al servicio, dentro del Portal de Servicio, donde los empleados pueden, en base a su conocimiento, proponer mejoras a nuestros productos, servicios y procesos.

- Se han implementado programas de reconocimiento en base a los servicios memorables recibidos en el Portal de Servicio, de parte los clientes internos y externos.
- Indicadores de Calidad de Servicio en el sistema de gestión de desempeño de toda la institución donde 10% de su compensación depende de los resultados de la encuesta anual.
- Se realiza coaching individual a las oficinas y oficiales no certificados en Calidad de Servicio.
- Incorporamos además el correo Voz del Cliente Interno con el fin de disponer de un canal para que los clientes internos también comuniquen sus sugerencias, expectativas de servicio y puntos de mejora en el servicio de las unidades que les brindan servicio interno.

Atención al cliente

Banco Popular ha dispuesto del canal la **Voz del Cliente**, iniciativa de servicio al cliente que engloba los diferentes medios para que los clientes puedan solicitar información general o de los productos y comunicar las inquietudes, sugerencias, quejas y/o felicitaciones. La Voz del Cliente está compuesta por varios canales a disposición de los clientes que pueden ser empleados de acuerdo con sus preferencias de uso:

- Correo electrónico (vozdelcliente@bdp.com.do)

- Centro de atención telefónica (infocentro popular y líneas telefónicas).

- Chat popular, canal a través del cual respondemos a las inquietudes, quejas y sugerencias de clientes que acceden a la web de Banco Popular.

- Asesores digitales en las oficinas.

Los múltiples canales que empleamos para recibir retroalimentación de nuestros clientes nos ayudan a identificar puntos que merecen ser atendidos y mejorar constantemente nuestros procesos de atención, servicios y productos.

GRI 103-3

Al interior de Banco Popular, el Área de Calidad de Servicio y Experiencia del Cliente se encarga de gestionar individualmente las inquietudes, quejas, sugerencias y felicitaciones que llegan por los diferentes canales. Una vez recibida, la información obtenida se clasifica en los diferentes segmentos: banca empresarial y banca personal. Las solicitudes son evaluadas y atendidas de forma individual, brindando respuesta a cada uno de los requerimientos puntuales. En caso de existir varias solicitudes, quejas y/o reclamos enfocados en un proceso, servicio o producto en particular, se implementan mejoras consolidadas buscando en todo momento optimizar la eficiencia y experiencia del viaje del cliente.

El equipo de medición y analítica de experiencia cliente se asegura de evaluar la gestión del servicio midiendo los siguientes aspectos:

Satisfacción del cliente

El Banco Popular da prioridad a la satisfacción de los clientes y diariamente trabaja para merecer su preferencia. Para esto, un total de 94 módulos se han habilitado en las oficinas y sucursales del Popular para realizar mediciones digitales sobre la calidad de servicio ofrecida.

De forma paralela, como parte de la evaluación del servicio ofrecido a los clientes, realizamos en 2019 la encuesta de satisfacción del cliente que nos permite medir qué tan satisfechos se encuentran los clientes con los productos y servicios ofrecidos, así como identificar áreas de mejora en las que necesitamos trabajar para dar garantizar la total satisfacción de nuestro grupo de interés.



En la encuesta de satisfacción del cliente, realizada en 2019, se tuvo como resultado que el porcentaje de clientes satisfechos y muy satisfechos (Top-Two Box) se mantuvieron en un 92%. Por otra parte, el porcentaje de clientes muy satisfechos pasaron de 59% a 61%, aumentando en 2 puntos en relación con el 2018, superando por primera vez nuestro objetivo de lograr 60% o más de clientes muy satisfechos.

En 2019 se incluyeron a modo de diagnóstico, mediciones de las filiales Servicios Digitales Popular y Fiduciaria Popular. Para el 2020, estas filiales se medirán formalmente y recibirán formación adicional sobre la Cultura de Servicio establecido.

Net Promoter Score (NPS)

Como indicador adicional para evaluar la gestión y satisfacción del cliente, medimos el índice de recomendación neta o NPS (Net Promoter Score), el cual permite conocer el grado de satisfacción y recomendación de los clientes con los diferentes productos, canales y servicios. El índice mide a través de una encuesta si los clientes del banco son promotores, neutros o detractores.

El NPS para el año 2019 fue de 59 puntos. Este puntaje disminuyó en 6 puntos en relación con los 65 puntos que obtuvimos en 2018.

Posicionamiento en el mercado

En términos de posicionamiento en el mercado medimos cuatro variables que nos permiten evaluar la posición de la institución bancaria en el sector. Realizamos una encuesta con un universo amplio que incluye clientes y no clientes de Banco Popular Dominicano.

En 2019, en promedio, el 80% de los encuestados nos posicionaron como la institución bancaria que brinda el mejor servicio, el más confiable, el principal y el banco con la mejor plataforma digital.

BANCO CON MEJOR SERVICIO	BANCO MÁS CONFIABLE	BANCO PRINCIPAL	BANCO CON MEJOR PLATAFORMA DIGITAL
83%	84%	79%	88%

Índice de facilidad para hacer negocios

Como parte de la evaluación que realizamos en la satisfacción de los clientes, realizamos una medición de la experiencia de nuestros usuarios/clientes con los productos y servicios que ofrecemos. En este sentido empleamos dos metodologías de medición: la facilidad de hacer negocios y el Customer Effort Score (CES). En cuanto al primero, el índice de facilidad de hacer

negocios pasó de 91 puntos obtenidos en el 2018 a 89 puntos en 2019. En relación con la segunda metodología, si tomamos el CES, el cual analizamos en 2019, el dato pasa de 89 puntos en el 2018 a 85 puntos en 2019, evidenciándose una disminución de 4 puntos.

La caída en la puntuación de ambas métricas se debe a que en 2019 se implementaron a nivel nacional nuevas regulaciones que intensificaron los requisitos y los requerimientos para la apertura de nuevas cuentas, reforzando los controles para la prevención del lavado de activos, medidas que tuvieron un impacto en la facilidad para hacer negocios con el Banco Popular.

Índice de deserción

Nos interesa ser el banco de preferencia de nuestros clientes y lograr cimentar una relación de largo plazo. Es por esto por lo que evaluamos el índice de deserción o indicador que mide la razón de clientes que se fueron del Banco frente al número de clientes activos. El porcentaje de clientes que desertaron en comparación con los clientes activos se mantuvo en 2019, con 7.1% frente al 7.2% que logramos en el 2018. Nuestra excelente gestión, manifestada en la amplia red y cobertura de nuestros servicios de atención y la plataforma digital de punta nos han posicionado como un banco que se preocupa por mantener satisfechos a sus clientes.

HECHOS DESTACADOS 2019

- Redefinimos los atributos de servicio y reenfocamos nuestro modelo de medición, monitoreo y diseño de experiencias para garantizar que el viaje de nuestros clientes sea cada vez más FAST. (Fácil, agradable, Simple y Transparente). Estos atributos abarcan gente, procesos y canales.
- Consolidación de nuestra cultura de servicio a través de diferentes programas que procuran alinear a toda la organización en el cumplimiento de las normas de servicio y atributos FAST. Iniciamos la incorporación del concepto Cuidado del Cliente para fortalecer el modelo de atención personalizada en toda la cadena de servicio.
- Posicionamos el canal Voz del Cliente como la principal vía y de preferencia de nuestros clientes para gestionar sus comentarios, quejas y sugerencias, permitiéndonos identificar mejoras sistémicas que contribuyeron al fortalecimiento de nuestros modelos de atención.
- Iniciamos el proceso de transformación de la experiencia del cliente al momento de realizar una reclamación, este proyecto persigue mejorar todo el modelo de manejo de reclamaciones y ofrecerle al cliente las vías para que se pueda auto-servir.
- Incorporamos dos filiales en la Medición Anual de Calidad de Servicio: Servicios Digitales Popular (AZUL) y Fiduciaria Popular. Con estas nuevas inclusiones, son 7 empresas filiales medidas en calidad de servicio.

Hacia dónde vamos con la satisfacción del cliente

- En tanto que nuestra gestión se ha enfocado en brindar un servicio de atención personalizado, garantizando lo más altos estándares de calidad y a satisfacción de los clientes, para el 2020 nos hemos propuesto realizar un diagnóstico sobre la satisfacción del servicio a nivel interno y externo con la filial AFP Popular. Esta filial se suma a las filiales de Servicios Digitales Popular (AZUL) y Fiduciaria Popular, las cuales iniciamos diagnóstico de satisfacción de clientes en 2019.
- De igual forma, nos encontramos trabajando en la creación de una unidad de Cuidado del Cliente, que estará enfocada en estrategias que fortalezcan la lealtad y permanencia de nuestros clientes, principalmente.
- Así mismo, estaremos transformando la experiencia de los clientes que realizan reclamaciones, de forma que podamos solucionar al primer contacto y digitalizar la misma para hacer más fácil la creación y seguimiento por parte de los clientes, buscando una reducción del 30% de las reclamaciones con las iniciativas y resolución del 15% de las mismas al primer contacto.
- En adición, hemos determinado ampliar a 15 oficinas el programa de Popular para Todos que busca hacer más accesible el banco para personas con discapacidad; ampliar a 60 sucursales el Programa de Gestión de Filas, de forma que podamos diferenciar la atención de

los clientes de alto valor y mejorar la espera de todos los clientes. En este sentido y para minimizar el tiempo de espera de nuestros clientes, pondremos a disposición de los mismos, la facilidad de Turnos y Citas, mediante la cual, el cliente podrá iniciar su fila sin necesidad de estar en la oficina, o elegir mediante la cita, el día y la hora en que desea ser atendido.

- Finalmente, nos hemos trazado reforzar nuestras encuestas digitales para la medición de la satisfacción y experiencia de uso de nuestros canales digitales.



7.5. TRANSPARENCIA EN LA COMUNICACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

GRI 103-1

En Grupo Popular entendemos que el logro de una relación de largo plazo con nuestros clientes se fundamenta en la comunicación, la transparencia y la responsabilidad que tenemos a la hora de proteger los intereses del cliente, brindando servicios acordes con las necesidades y adaptadas a las condiciones de nuestros aliados. Por ello, la transparencia en la comunicación de los productos y servicios que ofrecemos es fundamental para la continuidad del negocio y la confianza de nuestros grupos de interés.

GRI 103-2

Grupo Popular reconoce el rol de la información en el sistema financiero y, en consecuencia, el transparente ejercicio de la actividad financiera para cada uno de los grupos de interés que se vinculan con ésta, en especial los accionistas, clientes o usuarios, reguladores y mercado en sentido general. En este sentido, Grupo Popular se compromete con cumplir con todos los requerimientos regulatorios en materia de información y transparencia, e incorporarlos en sus políticas internas. Como mínimo, Grupo Popular se compromete a que la práctica de información cumpla con los siguientes elementos: i) precisión; ii) claridad; iii) constancia, habitualidad o periodicidad (cuando aplique); y, iv) accesibilidad.

Como parte del sistema de protección de los derechos del cliente o usuario, damos cumplimiento a las normas existentes en materia de información. En este sentido, publicamos, vía la página Web de la Superintendencia de Bancos, el texto íntegro de todos los contratos financieros de adhesión utilizados por la entidad.

Estos datos pueden ser consultados en la dirección electrónica de la Oficina de Protección al Usuario de los Servicios Financieros de la Superintendencia de Bancos: <http://www.sb.gob.do/prouuario/>

Asimismo, como complemento para el cumplimiento de las disposiciones de la Ley Monetaria y Financiera sobre información de las tasas y comisiones, Banco Popular publica en su página web el tarifario de productos y servicios.

Desde la División de Mercado y Comunicaciones de Banco Popular se aborda la transparencia en la comunicación de los productos y servicios a través de tres líneas de trabajo:

En primer lugar, simplificamos el lenguaje y el tipo de mensaje que incorporamos en las piezas informativas con los contenidos de los términos y condiciones de uso de los productos y servicios ofrecidos. En este sentido, nos enfocamos en

realizar comunicaciones con un lenguaje sencillo y adecuado que pueda ser comprendido por cada uno de nuestros clientes.

En segundo lugar, proveemos situaciones donde el cliente pueda autoservirse mediante el uso de los canales digitales, prescindiendo del agente bancario, y comprendiendo cómo aplican las comisiones y las tarifas asociadas a los productos.

Finalmente, nos hemos apoyado de herramientas audiovisuales para lograr la instrucción de los productos y servicios a los diferentes clientes, empleando metodologías mucho más dinámicas y didácticas.

De esta manera, como parte de nuestro compromiso con la transparencia en la comunicación de los productos y servicios, realizamos, en el año 2019, tres campañas macro sobre productos y servicios financieros ofrecidos por Banco Popular enfocadas en brindar información transparente, completa y de manera responsable a los clientes y potenciales clientes.

Por medio de la **Campaña Masiva de Préstamos**, invitamos a nuestros clientes a elegir la tasa fija de su preferencia hasta por 5 años para irse de viaje o invertir en su negocio, montarse en su vehículo nuevo o usado, reduciendo las cuotas hasta en un 30%

realizando pagos extraordinarios, o adquiriendo su casa con cuotas constantes. En apoyo a esta campaña, realizamos una **Activación con Expertos**, donde se creó una alianza con expertos y suplidores, desarrollando una plataforma conjunta con beneficios para ambas partes, preguntas frecuentes y videos con tips de manos de cada aliado y su renglón profesional.

Adicionalmente, se lanzó la **Auto Ruta**, una iniciativa apoyada en la Temporada de Préstamos Popular que invitó a nuestros clientes a disfrutar de condiciones especiales como, por ejemplo, reducir sus cuotas hasta en un 30% al realizar pagos extraordinarios desde el momento del lanzamiento, hasta la Autoferia Popular al canalizar sus financiamientos de préstamos vehículos en el Popular. La misma fue realizada en los Showrooms de los importadores y dealers aliados.

Como parte de la gestión en el fortalecimiento en la transparencia en la comunicación de productos y servicios, se ha dispuesto que cada vez que se realice actualizaciones en los contenidos de las páginas web, se renueven los mensajes de manera que contengan un lenguaje sencillo, preciso y transparente.

GRI 103-3

Con el objetivo de dar seguimiento a la adopción y el comportamiento de los clientes con relación al uso de los productos y servicios financieros, desde el Área de Mercadeo y, específicamente desde el Departamento de Mercadeo Analítico, se realizan mediciones de las campañas publicitarias como parte de la valoración en la

recepción de los clientes.

De igual forma, a través del estudio de reputación corporativa se evalúa las percepciones de los clientes en relación con una dimensión racional esencial: la oferta de productos y servicios. En términos concretos, el estudio mide si la entidad financiera ofrece productos financieros seguros, fiables y de calidad; y si la organización se asegura de proporcionar a los clientes de información clara, útil y completa.

[Hacia dónde vamos con la transparencia en la comunicación de productos y servicios](#)

En tanto que nuestra gestión se ha enfocado en el logro de una relación de largo plazo con nuestros clientes fundamentado en la comunicación, la transparencia y la responsabilidad que tenemos a la hora de proteger los intereses del cliente, hemos determinado para el próximo año:

- Mejorar la receptividad de las campañas que realizamos sobre las condiciones de uso de los productos y servicios.
- Crear campañas de comunicación, basados en tutoriales para facilitar al cliente la comprensión y uso, en donde se incluyan ejemplos puntuales con clientes sobre los términos y condiciones de los productos y servicios.
- Seguir proveyendo a los clientes de información y herramientas para la toma de decisiones del producto ideal, adaptado a sus necesidades y condiciones, conociendo los costos asociados a las transacciones o el valor de las cuotas que pueden pagar de acuerdo con sus ingresos.
- Continuar empleando un lenguaje llano basado en su necesidad y en su forma de hablar o lenguaje, con el objetivo que los clientes entiendan desde el punto de vista de su necesidad para facilitar comprensión y uso.

An aerial photograph of a tropical beach. The foreground shows a white sandy beach with numerous palm trees and lounge chairs. The water transitions from a shallow turquoise near the shore to a deep blue further out. In the background, there are green hills under a blue sky with scattered clouds. A large, semi-transparent number '8' is overlaid on the right side of the image.

8

ELEVARSE

8.1. INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN

GRI 103-1

Nuestra visión es ser una organización referente en lo digital, transformando nuestra propuesta de valor a través de un fuerte ecosistema de innovación, agilidad y tecnologías digitales, para brindar una experiencia memorable a nuestros clientes.

En los últimos años la innovación y migración de nuestros clientes al uso de canales digitales se ha convertido en una de las prioridades de nuestra institución. Para lograr la Transformación Digital de nuestro banco trabajamos en la mejora constante de la experiencia del usuario utilizando nuestros canales digitales y haciendo los procesos más eficientes, transformando nuestras políticas y procesos y apalancándonos en el plan estratégico definido para estos fines.

GRI 103-2

Desde el Área de Banca Digital, la cual está encargada de liderar y priorizar los proyectos e iniciativas de transformación digital, apoyada por las demás áreas del banco que se ven impactadas por las mismas, hemos basado la estrategia de Transformación Digital en los siguientes pilares o focos:

1. Ventas digitales: Aprovechar la gran interacción y presencia que tienen los canales digitales para hacer cross-selling y adquisición de nuevos clientes.

2. Autoservicio: continuar llevando y moviendo a los clientes del mundo manual y análogo a un mundo cada vez más virtual y digital. Lo anterior aplica tanto para los servicios monetarios, como para los no monetarios.

3. Aceleración de la innovación: Desarrollar iniciativas primero enfocadas en crear un centro de innovación en el que a través de equipos multidisciplinarios y metodologías basadas en el design thinking y en gestión de proyectos de innovación -Lean, Agile, Scrum, entre otros. - innovar y reducir el time to market. Lo anterior nos permitirá acercarnos a ecosistemas de innovación en la industria bancaria, adelantarnos a cualquier cambio regulatorio e identificar barreras para la prestación de servicios y productos diseñados y validados por el mercado.

4. Transformación del modelo de atención y de gestión comercial apoyados en herramientas digitales para dar un mejor servicio. Lograr apoyar un modelo de atención remoto que permite ser un modelo más eficiente.

La gestión en la innovación y transformación digital es posible gracias a que se cuentan como capacidades habilitadoras una arquitectura tecnológica abierta, analítica avanzada y la transformación cultural. Como institución financiera, nos mantenemos

siempre en la vanguardia, buscando facilitar la vida de nuestros clientes para que cumplan sus metas. Por eso les ofrecemos productos y servicios innovadores que buscan la agilidad, facilidad y seguridad para todos los segmentos de clientes y acercan a nuestros clientes a la transformación digital.

Banca personal

Banco Popular provee a sus clientes pertenecientes al segmento de banca personal diferentes servicios digitales acordes con las preferencias de los usuarios:

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
INTERNET BANKING	Es un canal digital con acceso en línea (popularenlinea.com) que les permite a nuestros clientes realizar transacciones y transferencias entre cuentas, consultar el balance, realizar pagos de tarjetas de crédito, realizar transferencias internacionales y solicitar servicios y productos, entre otros.
APP POPULAR	Es un aplicativo móvil (app) que puede ser descargado por nuestros clientes desde cualquier teléfono inteligente. A través de la APP Popular se realizan pagos expresos y a terceros, transferencias entre tus cuentas, pagar tus tarjetas de crédito y préstamos en pesos, dólares o euros, pagos a otros bancos, avance de efectivo desde tarjetas de crédito, pago de servicios y facturas, desembolsos de Extracrédito y Avance de sueldo. Asimismo, puedes instalar el Token Popular de forma digital (para validar transacciones digitales), buscar los cajeros automáticos y sucursales que están a tu alrededor, entre otros servicios.
TPAGO	Tpago es una solución que vincula las cuentas de banco y tarjetas de crédito con el celular. Este medio les permite a los clientes pagar, comprar y enviar dinero desde el celular, sin consumir minutos, ni Internet.

Por su parte, AFP Popular cuenta con el aplicativo móvil **App AFP Popular**, el cual le permite a los afiliados al fondo de pensiones, tener acceso directo, desde la comodidad del teléfono móvil, al balance y visualizar los fondos que hacen parte de la cuenta de capitalización individual (CCI).

En 2019 hemos logrado la consolidación de las aplicaciones móviles fortaleciendo los servicios que son prestados desde nuestras filiales y afianzando la transformación digital de nuestros clientes y procesos internos. De igual forma, hemos logrado posicionar a nuestro Centro Digital, como la plataforma por excelencia para el lanzamiento de las innovaciones tecnológicas del Popular y un laboratorio desde donde fortalecemos nuestro liderazgo en la banca digital.

Durante el periodo realizamos en el Centro Digital un total de 70 Charlas, logrando impactar a 1.000 personas en temas relacionados con las finanzas, globalización y tecnología.

Banca pymes y banca empresarial

Nuestra filial Servicios Digitales Popular, mediante su marca AZUL, es pionera en la introducción de las terminales de pago NFC (Near Field Communication), tecnología que permite a los dispositivos electrónicos interactuar entre sí, facilitando la realización de transacciones sin contacto con tan solo acercar la tarjeta a la terminal de pago.

De igual manera, AZUL ha desarrollado la

E-Commerce AZUL, una nueva plataforma de soluciones para aceptar pagos en páginas web y aplicaciones móviles de forma segura y conveniente para el comercio y el cliente final. E-Commerce AZUL ofrece a nuestros clientes la oportunidad de integrarse a PayPal, la plataforma de pagos al instante más utilizada a nivel mundial.

Para nuestro segmento de banca empresarial, Banco Popular ha puesto a disposición para las empresas afiliadas a Internet Banking Empresarial el Botón de Pago Popular, facilidad que hace más sencilla los pagos en línea de sus clientes finales.

A lo largo del año 2019 hemos impulsamos la afiliación y uso de los canales digitales por parte de los usuarios, aprovechando el primer contacto en el proceso de creación de clientes para que queden afiliados a los canales, así como la educación en el uso de los cajeros automáticos.

Este año logramos la afiliación de 334.692 usuarios a Internet Banking y 205.783 a TPago, logrando que el 90.5% de nuevos clientes, se afilien a los canales digitales que ofrece Banco Popular.

En la gestión comercial que se realiza se busca migrar las transacciones manuales hacia los canales digitales, dando seguimiento a indicadores como número de depósitos en efectivo realizados en caja en comparación de los depósitos realizados en cajeros automáticos y los mismos para los pagos de tarjetas de crédito y préstamos.

En 2019 se realizaron un total de 180.723 pagos de tarjetas de crédito y prestamos en cajeros automáticos y se realizaron un total de 6.2 millones de depósitos en cajeros automáticos.

Asimismo, se monitorean el total de transacciones realizadas por canales digitales en comparación con el número de transacciones manuales.

Durante este año, el 79% de las transacciones realizadas se hicieron por medio de los canales digitales, logrando realizar 35 millones de transacciones a través de Internet Banking y APP Popular.

En 2019 se desarrollaron iniciativas puntuales para fortalecer la innovación y la transformación digital:

- Se realizaron ventas de Extra créditos vía App Popular
- Se incorporó la autenticación con huella dactilar en los depósitos en efectivo vía Cajeros Automáticos
- Se incluyó la funcionalidad de pagos al instante a otros bancos desde el App Popular y la activación y bloqueo de tarjetas de crédito en el App Popular.
- Transferencias a terceros y pagos en comercios con código QR a través de tPago.

GRI 103-3

Todos los proyectos de innovación realizados en las filiales de Grupo Popular emplean algún tipo de metodología para lograr una mejor gestión

del tiempo y de los equipos, así como entregar un producto que sea validado, aprobado y a satisfacción del cliente. Banco Popular y AFP Popular cuentan con unidades de manejo de proyectos, bajo metodología "Agile", cuyo principal objetivo es implementar proyectos de innovación reduciendo el "time to market". En el Banco Popular se trabaja constantemente en optimizar la eficiencia en los procesos, para satisfacer las demandas de los clientes. Por esto, seguimos implementando la metodología y cultura Lean para lograr una mejor gestión del tiempo y de los equipos.

La evaluación de nuestra gestión en el tema de innovación y transformación digital nos permite identificar las áreas que merecen ser mejoradas en la difusión de la cultura digital, lo que nos

permitirá seguir creciendo y entregar productos acordes con los nuevos retos digitales. Así desde el área, se han definido indicadores de seguimientos con el objetivo de difundir la cultura digital. El desempeño de estos es monitoreado constantemente por los ejecutivos de las áreas de Negocio y Banca Digital. De igual forma, contamos con herramientas y equipos de monitoreo en línea para asegurar un alto desempeño y disponibilidad de los canales digitales.

Hacia dónde vamos en innovación y transformación digital

- Entendemos que hacemos parte de un ecosistema que necesita reinventarse cada vez más rápido, empleando nuevas tecnologías y

adaptándose a las expectativas y necesidades de los clientes. Es por esta razón que nos hemos propuesto para el 2020 mejorar la analítica de datos a partir del uso de herramientas de inteligencia artificial y machine learning. De igual forma, seguiremos trabajando en la transformación cultural de los clientes fortaleciendo el foco de autoservicio y la democratización en el uso de plataformas digitales.

- Finalmente, como parte de la transformación digital de los procesos internos de Banco Popular, nos hemos propuesto lograr una mayor digitalización y automatización a los procesos end to end; esperando reducir en un 50% el "Time to Market" para el despliegue de nuevas funcionalidades en los canales digitales.



8.2. SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

GRI 103-1

De acuerdo con el Reporte Global de Riesgos de 2019 del Foro Económico Mundial, los robos y fraudes de la información se encuentran en la cuarta posición y los ciberataques se encuentran posicionados en la quinta ubicación de este ranking de riesgos globales, solamente siendo superados por los desastres naturales, eventos climatológicos y la incapacidad para la mitigación y adaptación del cambio climático, convirtiéndose en la seguridad y protección de la información en un tema de mayor importancia para las organizaciones.

Entendiendo el contexto y los retos que este tipo de riesgos presentan, en el Grupo Popular garantizamos que la información de los clientes, empleados y de las filiales se proteja como un activo más de la organización y sea usada para los fines acordados según la normativa vigente. Es por esta razón, que gestionamos los datos en términos óptimos de almacenamiento, organización y acceso, de forma tal que garantizamos la privacidad, confidencialidad y seguridad de la información.

GRI 103-2

Como uno de los pilares estructurales del programa que inicio en el año 2018 para fortalecer su estrategia de seguridad, así como ampliar su capacidad táctica y operativa en materia de ciberseguridad, invirtiendo decididamente en su capital humano, soluciones

tecnológicas y la revisión de procesos internos, con el fin de lograr ubicar a dichos riesgos en niveles aceptables y garantizar la seguridad del Banco; se implementó un Centro de Operaciones de Seguridad - SOC - por sus siglas en inglés, que, haciendo uso de tecnologías de inteligencia artificial, le permiten al Banco llevar a cabo el monitoreo, correlación y detección de amenazas en su infraestructura tecnológica. Este centro recibe permanentemente información de inteligencia de amenazas, procedente de fuentes especializadas reconocidas mundialmente, lo cual permite tomar acciones preventivas antes que las amenazas lleguen a la organización.

Siendo conscientes de los riesgos de ciberseguridad inherentes a los procesos de transformación digital y la adopción de nuevas tecnologías, el Grupo se ha enfocado en fortalecer su estructura estratégica, táctica y operativa de Seguridad de la Información y Ciberseguridad, con el fin de mantener los ciber riesgos en niveles aceptables y lograr la adecuada adopción de las nuevas metodologías y tecnologías para soportar la operación de las entidades; asimismo ha conformado un equipo humano experto, quienes apoyados en controles de última generación, basados en Inteligencia artificial y machine learning, permiten hacer una detección y gestión oportuna de las ciber

amenazas en la infraestructura tecnológica.

De la misma forma, se han implementado procedimientos recurrentes para la implementación de actualizaciones tecnológicas y remediación de vulnerabilidades, soportados en marcos de trabajo internacionales de gobierno y la gestión de las tecnologías de información (TI), minimizando la probabilidad que dichas vulnerabilidades sean aprovechadas por personas mal intencionadas.

Es importante resaltar que el Grupo ha adelantado las acciones y ajustes necesarios para dar cumplimiento a las múltiples regulaciones locales e internacionales en materia de Ciberseguridad y privacidad de los datos personales.

GRI 103-3

Los riesgos son revisados de manera periódica ajustando su variación en base a la implementación de controles sugeridos los cuales retroalimentan la matriz de riesgos por activos. Regularmente se presenta en el Comité Interno de Riesgo Operacional y al Comité Gestión Integral de Riesgo del Consejo de Administración los indicadores de exposición para su conocimiento, aprobación y toma de decisiones.

Entre las actividades y procesos ejecutados en 2019 para dar apoyo a la gestión realizada, se destacan los siguientes:

- Se incluyó dentro del apetito de riesgo del Grupo los principales riesgos de ciberseguridad, a fin de ser monitoreados por las principales instancias de la organización.
- Se publicaron múltiples campañas de concientización de ciberseguridad para clientes por intermedio de las distintas redes sociales de las organizaciones.
- Se adelantaron campañas de concientización de empleados sobre las principales amenazas de ciberseguridad a las cuales se pueden llegar a ver enfrentados en el desarrollo de sus funciones. Adicionalmente, el personal de Grupo Popular debe certificarse anualmente en el riesgo de seguridad de la información.

CERTIFICACIÓN EN EL RIESGO DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	
BANCO POPULAR	FILIALES
6.725	956

- Se realizó la integración de nuestro Centro de Operaciones de Seguridad (SOC) con el nuevo SPRICS (Sistema de Pagos Respuesta de Incidentes de Ciberseguridad) del Banco Central de la República Dominicana, lo cual permite intercambiar información de Inteligencia de ciberseguridad con las demás entidades del sector financiero del país.
- Se fortalecieron las capacidades de detección y respuesta a incidentes de

ciberseguridad del Security Operation Center (SOC).

Para el año 2019, pasamos de monitorear un (1) millón de eventos en el SOC a dos (2) millones de eventos por minuto.

Hacia dónde vamos en la seguridad y protección de la información

En tanto que nuestra gestión se ha enfocado en fortalecer la estrategia de seguridad, así como ampliar la capacidad táctica y operativa en materia de ciberseguridad, nos hemos propuesto, para el 2020, mitigar y minimizar la probabilidad de ocurrencia de los riesgos de ciberseguridad inherentes a los procesos de transformación digital y de adopción de nuevas tecnologías. Adicionalmente, continuaremos concientizando y formando a todos los grupos de interés sobre los principales riesgos en ciberseguridad.





9

AVANZAR



9.1. MITIGACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO

GRI 103-1

La República Dominicana se ha visto altamente expuesta a los efectos del cambio climático manifestados en sequías en las diferentes regiones del país, desastres naturales y afectaciones a los diferentes sectores económicos derivados de los eventos climatológicos. Ante este desafío de magnitud global, en Grupo Popular reconocemos que abordar el cambio climático es esencial para crear un futuro sostenible.

Asimismo, uno de los cuatro ejes de la Estrategia Nacional de Desarrollo 2030 procura: "(...) una sociedad con cultura de producción y consumo sostenibles, que promueve una adecuada adaptación al cambio climático". El Estado Dominicano formuló, mediante un proceso participativo, su Política Nacional de Cambio Climático. El marco de actuación de Grupo Popular no es ajeno al compromiso del país por mitigar y compensar las emisiones de gases de efecto invernadero.

GRI 103-2

En efecto, nuestras organizaciones contribuyen en la mitigación y adaptación del cambio climático mediante el desarrollo de iniciativas que disminuyen nuestra huella en el ambiente y crean condiciones para que diversos actores en nuestro entorno actúen en beneficio del desarrollo sostenible del país. Nuestro trabajo en este frente abarca la generación

de energía fotovoltaica que alimenta nuestras instalaciones y mitiga nuestro impacto y el de nuestros clientes en el ambiente, el cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas y el apoyo a iniciativas de reforestación en reservas forestales de gran importancia ecosistémica para el país que tienen como objetivo compensar nuestro impacto en el medioambiente.

El Banco Popular concluye 2019 con 54 oficinas y 30 áreas de parqueos techados con 11.934 paneles solares, instalados en esta red de oficinas fotovoltaicas, que están distribuidas en 22 provincias y equivalen al 42% del total de oficinas del Banco Popular los cuales permiten producir 5.1 millones de kilovatios por hora (kWh) de energía limpia y equivalen a una capacidad instalada de 3.4 mW (Mega Watts). Estas instalaciones ecoeficientes permiten suplir la mayor parte del consumo de esta red de sucursales bancarias e inyectar energía sostenible al sistema nacional. Esta iniciativa nos consolida como la primera institución del país con la mayor capacidad de generación de energía solar.

GRI 103-3

La energía proporcionada por los paneles fotovoltaicos de la red de oficinas del Banco Popular permite realizar las operaciones bancarias habituales y, al mismo tiempo, reducir la huella ambiental generada. En este sentido,

tanto la energía generada y no consumida a través de la estación de carga como la energía sobrante de la red de oficinas ecoeficientes es de nuevo inyectada en el sistema eléctrico nacional, en beneficio de hogares y empresas del país. Desde el Centro de Gestión y Eficiencia Energética se monitorea la Producción de Energía de todos los Sistemas de Paneles Solares Fotovoltaicos instalados por el Banco

Aliados de la movilidad sostenible

Como parte de la estrategia de Banca Responsable y de movilidad sostenible, el Banco Popular Dominicano instaló frente a la oficina de la Torre Popular la primera estación de carga fotovoltaica, que inició en el mes de mayo y permite la recarga de energía limpia de vehículos eléctricos e híbridos, ofreciendo esta facilidad a los clientes y visitantes de la institución financiera.

Por medio de esta facilidad, los usuarios tienen a su disposición cuatro tomas, tres con voltaje 110 y una de 220 voltios, siendo esta última la más utilizada en vehículos de última generación. En adición, la estación cuenta con cargadores de 30 amperes y uno de 40 amperes, que permitirán la carga total de automóviles y motocicletas en un período de entre 15 minutos y un máximo de tres horas, dependiendo del modelo de vehículo.

La estación de carga se alimenta de energía solar a través de 14 paneles fotovoltaicos en el techo, que tienen la capacidad para producir 7.800 kWh al año.

Las Naciones Unidas registró el proyecto de generación fotovoltaica del Popular en la plataforma en línea NAMA (Nationally Appropriate Mitigation Action) de la Convención Marco sobre el Cambio Climático. Este hecho constituye un reconocimiento al esfuerzo del banco en la mitigación de emisiones de CO₂ a nivel nacional y es la primera vez que la República Dominicana aparece en este registro internacional.

Organización carbono-neutral

Banco Popular es la primera empresa del sector que ha establecido el inventario corporativo de emisiones y que se ha planteado implementar una política de carbono-neutro, es decir, de reducir y/o compensar las emisiones de CO₂ y otros gases de efecto invernadero emitidos por la organización. Con esta acción, somos una organización pionera en este campo, la cual nos posiciona como un referente nacional en la mitigación y adaptación al cambio climático tanto del sector privado como del sector bancario. Esto reafirma nuestro compromiso con el desarrollo nacional y con la sostenibilidad global. Con la medición de la huella de carbono, el Banco Popular tiene como objetivo:

- Reducir sus emisiones de GEI y compensar las emisiones restantes.

- Identificar oportunidades de reducción de costos
- Incorporar la reducción de emisiones en la toma de decisiones
- Demostrar a nivel empresarial / sectorial su responsabilidad medioambiental
- Satisfacer la potencial demanda de información de parte del cliente y de la sociedad
- Favorecer la implementación de una economía eco-sostenible
- poner a disposición de la sociedad dominicana sus avances, conocimientos y estrategias para un futuro sostenible.

En la realización del inventario de las emisiones de gases efecto invernadero se empleó la metodología The Greenhouse Gas Protocol - A Corporate Accounting and Reporting Standard (edición revisada) del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) y el World Resources Institute (WRI), siendo el 2015 el año elegido por la empresa como año base, y el periodo de análisis incluye el año calendario 2015.

En cuanto a los límites organizacionales usados en el inventario, se incluyeron todas las emisiones antropógenas (de origen humano) por las fuentes y de las remociones por los sumideros de todos los Gases de Efecto Invernadero (GEI), no controlados por el Protocolo de Montreal; según los procesos y

actividades administrativas únicamente de Banco Popular, y según la data disponible.



Para el cálculo de las emisiones GEI, se incluyeron las emisiones de dióxido de carbono (CO₂), metano (CH₄) y óxido nitroso (N₂O), cuya fuente provienen de la quema de combustibles fósiles y de la disposición de algunos residuos no reciclados por la empresa. No fueron incluidas las emisiones de HFC proveniente de los aires acondicionados de las oficinas, ni las asociadas al transporte de materiales y/o la distribución de productos.

La huella de carbono promedio de la empresa, con base al periodo 2015-2019 es de 18.801 toneladas de CO₂ emitidas (tCO₂e) y de acuerdo con el escenario tendencial de las emisiones históricas, las emisiones acumuladas al 2019 son de 94.004 tCO₂e.

GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3

EMISIONES POR ENFOQUE	2015	2016	2017	2018	2019	EMISIONES ACUMULADAS
Alcance 1	5.762	5.762	5.762	5.762	5.762	28.810
Alcance 2	13.039	13.039	13.039	13.039	13.039	65.194
Alcance 3	0	0	0	0	0	0
Total	18.801	18.801	18.801	18.801	18.801	94.004

JORNADA	FILIAL	NÚMERO DE ÁRBOLES SEMBRADOS	NÚMERO DE COLABORADORES	UBICACIÓN
Jornada 1	Banco Popular - Fundación Popular	14.000	400	Montones Abajo, San José de las Matas
Jornada 2	Banco Popular - Fundación Popular	4.200	368	Comunidad de los Montones Abajo, en San José de las Matas.
Jornada 3	AFP Popular - Fundación Popular	10.480	263	Montones Abajo, provincia Santiago.
Jornada 4	Banco Popular - Fundación Popular	52.000 plantas endémicas y nativas	60	Microcuenca Ozama Alto

EMISIONES POR FUENTE tCO ₂ e	2015	2016	2017	2018	2019
Gasolina	1.855	1.855	1.855	1.855	1.855
Diésel / Gas Oil	3.557	3.557	3.557	3.557	3.557
GLP	0	0	0	0	0
Gas natural	350	350	350	350	350
Electricidad	13.039	13.039	13.039	13.039	13.039
Total	18.801	18.801	18.801	18.801	18.801

GRI 304-3

En este sentido, como parte de nuestras iniciativas de compensación de nuestra huella ambiental, hemos contribuido en la principal iniciativa de reforestación del país, el **Plan Sierra**. Desde hace 20 años realizamos jornadas de reforestación junto al Plan Sierra para contribuir con la recuperación de la capa boscosa del Cibao y la conservación de sus cuencas hidrográficas. De igual forma, las jornadas de reforestación nos permiten compensar nuestras emisiones de gases de efecto invernadero GEI.

En las cuatro jornadas de reforestación en La Sierra, se sembraron 80.680 plantas, las cuales permiten capturar 28.380 toneladas de CO₂eq al año, retener 10 millones de kilogramos de suelo y almacenar más de 241,7 millones de litros de agua.



INICIATIVA DESTACADA 2019

En 2019, Banco Popular Dominicano alcanzó la categoría de Organización Carbono-Neutral, certificada por el BRIGHTLINE Institute, Inc., bajo el estándar internacional ISO 14064-1:2006, siendo la primera entidad financiera del país en obtenerla. Este importante logro ambiental significa que la huella de carbono del Banco Popular, consecuencia de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) producidas por las operaciones, se compensa con las iniciativas que lleva a cabo en favor del medioambiente y la ecoeficiencia.

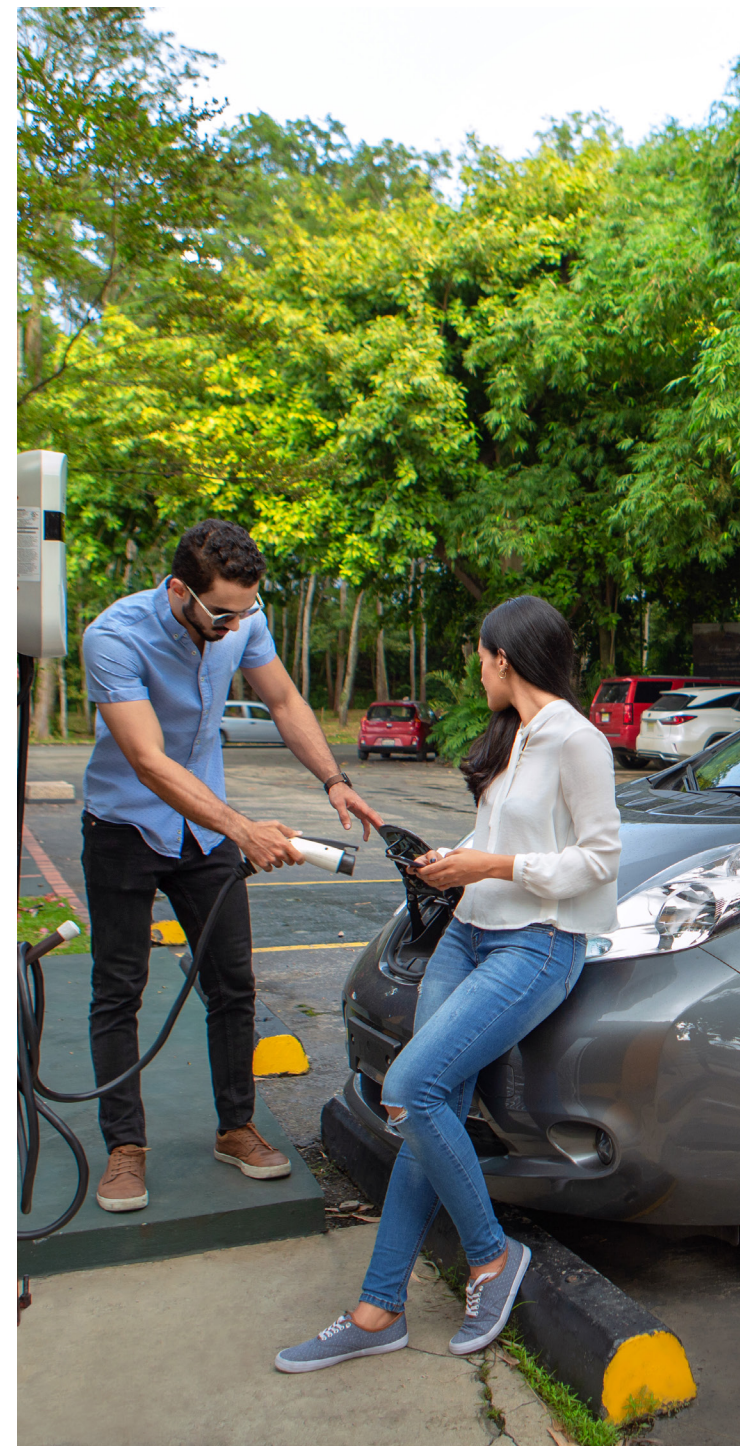
Hacia dónde vamos con la mitigación del cambio climático

En tanto que la gestión de Grupo Popular se ha enfocado en contribuir en la mitigación y adaptación del cambio climático mediante el desarrollo de iniciativas que disminuyen nuestra huella en el ambiente y crean condiciones para que diversos actores en nuestro entorno actúen en beneficio del desarrollo sostenible del país, nos hemos propuesto para el 2020:

- Lograr que el proyecto de estaciones de carga fotovoltaica se extienda de forma

progresivamente a otras oficinas del Popular con gran afluencia de visitantes y en diferentes puntos de la geografía nacional.

- En virtud de compensar nuestro impacto ambiental y de convertirnos en una organización carbono-neutral, nos hemos propuesto sembrar más de 1 millón de árboles y generar 4.6 mega watts/año para el 2030.
- Establecer al menos tres acuerdos para la realización de jornadas de reforestación en las áreas geográficas de construcción de las hidroeléctricas y de los acueductos comunitarios.
- Involucrar a la AFP Popular en el cálculo de las emisiones GEI y sus compensaciones para el 2020.
- Obtener la certificación como Organización Cero Emisiones, para lo cual debe implementar un proyecto de compensación de carbono para 1.17.452 toneladas de CO₂ hasta el año 2030, cumpliendo así el plazo establecido por la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Continuar ampliando la Capacidad Instalada en Paneles Solares a 4.7 Mega Watts.
- A través de las Mesas Articulación Empresarial para la Acción Climática, se prevé la renovación de la declaratoria y el compromiso con la Contribuciones Nacionales Determinadas (NDC por siglas en inglés) de manera conjunta con actores importante y grupos más relevantes de los Gremios Empresariales de cara a los compromisos de reducción asumidos por el sector empresarial en la COP21 y a la revisión de las NDC del país del 2020.





9.2. ECOEFICIENCIA

GRI 103-1

Grupo Popular genera impactos ambientales derivados de las operaciones los cuales se manifiestan a través de la presión que ejercen sobre los recursos energéticos e hídricos y en la alta demanda de insumos como el papel y plástico. Conscientes del impacto en el medio ambiente, Grupo Popular ha incorporado en su ADN el uso sostenible de los recursos naturales y el cuidado del medio ambiente.

GRI 103-2

La gestión de Grupo Popular enfocada en mitigar el impacto ambiental abarca una aproximación en tres niveles: el primero, comprende el fomento de la consciencia ambiental en todo el personal de las filiales; el segundo consta del uso racional de recursos y de prácticas de reciclaje; y el tercero y último, incluye la incorporación de sistemas de gestión ambiental en nuestras instalaciones las cuales nos permiten reducir nuestro impacto en el medioambiente.

Al interior de Grupo Popular buscamos fomentar en nuestros empleados una cultura de responsabilidad con el medioambiente que impacte de manera ecoeficiente en el negocio, la sociedad y el entorno. En este sentido hemos extendido el programa interno de reciclaje ecoeficiencia y cultura 3R, el cual fomenta la optimización de los recursos y promueve conductas solidarias con el medioambiente, bajo el marco de una cultura orientada a reducir, reusar y reciclar.

Como parte del compromiso con el medioambiente, la ecoeficiencia y la cultura 3R, el Banco Popular Dominicano está introduciendo en sus consumos de material gastable el papel ecológico, que se suma al uso actual de papel reciclado. Tanto el papel reciclado como el ecológico son amigables con el medioambiente. Las diferencias entre ambos tipos de suministros se basan en sus respectivos procesos de elaboración: el reciclado es un papel ya utilizado y recuperado, que mediante químicos se convierte en fibra de celulosa reutilizable; por su parte, el papel ecológico proviene de siembras controladas y de una producción que ha cumplido internacionalmente con los criterios de sostenibilidad ambiental.

El papel ecológico que está utilizando ahora el Banco Popular cuenta con el sello de la Etiqueta Ecológica Europea y la certificación del Consejo de Administración Forestal (FSC). Estos organismos promueven a nivel mundial la gestión responsable de los recursos forestales y el etiquetado de productos sostenibles. Los dos tipos de papel son tan efectivos para la impresión como el papel de primer uso, con la diferencia de que, con el reciclado, la empresa contribuye a la reutilización de los desechos y, con el ecológico, asegura que el suministro proviene de fuentes ambientalmente respetuosas.

Logros en 3R obtenidos por nuestros empleados en 2019:

- 540 kg de plástico clasificados.
- 10.498 kg de cartón clasificado.
- 110.812 kg de papel clasificado.

De igual forma, el compromiso de Grupo Popular en relación con la gestión de residuos se evidencia en la reutilización de piezas del mobiliario clasificado como obsoleto e inservible. Lo anterior se debe a que las dimensiones y la estructura del mobiliario de las oficinas se encuentran estandarizadas, lo cual facilita el reúso de algunos de sus componentes en las instalaciones de nuevas oficinas y se reducen al máximo los residuos sólidos.

Adicionalmente y en virtud del desarrollo de la estrategia de transformación digital, se ha adoptado de forma transversal la digitalización de los procesos que contribuye con la reducción de consumo de papel, iniciativa que nuestra filial AFP Popular continúa trabajando en el eje AFP Sostenible, cuya principal finalidad es reducir la cantidad de papel impreso.

En 2019 se realizaron un total de 40'324.310 impresiones. Esto datos, comparados con el cierre de 2018, representan un aumento de 3'392.548 impresiones, equivalentes a 6.785 resmas de papel, para un incremento de 9%.

Infraestructura ecoeficiente

La infraestructura de las filiales de Grupo Popular es una de las más ecoeficientes a nivel nacional. Los principales edificios y las nuevas sucursales cuentan con un sistema de automatización que nos permite controlar y gestionar el horario de utilización de nuestros sistemas de iluminación, sistemas de aire acondicionado, con sensores de temperatura, humedad, monitoreo de nuestros generadores eléctricos, tanques de combustible, medidores eléctricos y monitoreo de los sistemas de respaldo UPS, todo de forma remota a través de la red interna de la institución, así como sistemas de climatización eficientes que utilizan sistemas de bombeo y que son empleados para regular la temperatura de los data centers y centros de cómputos.

Con el fin de reducir el consumo de energía, se cambiaron los equipos a mayor eficiencia ahorrando 131.770 kWh y ampliamos la capacidad instalada en Paneles Solares Fotovoltaicos con 448 kWp Adicionales. El Banco Popular cuenta con un Centro de Gestión y Eficiencia Energética desde donde se monitorea toda la red eléctrica de nuestras sucursales y edificios, se miden constantemente en tiempo real todas las variables que impactan en el consumo de energía, con paneles de alerta que permiten detectar a tiempo las averías y tomar acciones correctivas que permitan la continuidad del negocio y se auditan las facturas de energía comparando con medidores que están dentro de la red, que permiten realizar análisis garantizando que todos los parámetros estén

GRI 302-1, GRI 303-5, GRI 306-2

EMISIONES POR ENFOQUE	2015
CONSUMO	5.762
AGUA DE SUMINISTRO PÚBLICO (MEGALITROS)	687.000
COMBUSTIBLE DE FUENTES NO RENOVABLES (KILOVATIOS HORA)	245.992.31
ELECTRICIDAD (KILOVATIOS HORA)	17'335.734,42
REFRIGERACIÓN (KILOVATIOS HORA)	11'557.156.28
RESIDUOS	
NO PELIGROSOS (TONELADAS)	7.700

dentro de los rangos aceptables.

El sistema fotovoltaico del Popular es bidireccional, lo que significa que el banco consume una parte de su producción de energía limpia e inyecta al sistema la que no consume, en beneficio de hogares y empresas dominicanos, acordes con el reglamento de medición neta, de la comisión nacional de energía. A la vez se monitorea la Reducción de Huella Ambiental tomando los datos de la producción de energía solar de estas instalaciones la cual es similar al consumo promedio mensual de 10.141.08 hogares y en términos de disminución de la huella ambiental, el proyecto significa reducir 3.2 millones de kilogramos de CO2 por año de emisiones contaminantes, con una ponderación equivalente al CO2 que podrían absorber 322.841 árboles anualmente.

GRI 302-4

Estos proyectos nos han permitido elevar significativamente los niveles de gestión y eficiencia energética en todas nuestras sucursales, edificios y localidades que cuentan con dicha implementación y nos han permitido lograr una reducción del consumo energético en 2019 de 4'817.014 kWh.

GRI 103-3

El Banco Popular cuenta con un Centro de Gestión y Eficiencia Energética desde donde se monitorea toda la red eléctrica de nuestras sucursales y edificios, se miden constantemente en tiempo real todas las variables que impactan en el consumo de energía, con paneles de alerta que permiten detectar a tiempo las averías y tomar acciones correctivas que permitan la

continuidad del negocio y se auditan las facturas de energía comparando con medidores que están dentro de la red, que permiten realizar análisis garantizando que todos los parámetros estén dentro de los rangos aceptables.

El sistema fotovoltaico del Popular es bidireccional, lo que significa que el banco consume una parte de su producción de energía limpia e inyecta al sistema la que no consume, en beneficio de hogares y empresas dominicanos, acordes con el reglamento de medición neta, de la comisión nacional de energía.

A la vez se monitorea la Reducción de Huella Ambiental tomando los datos de la producción de energía solar de estas instalaciones la cual es similar al consumo promedio mensual de 10.141.08 hogares y en términos de disminución de la huella ambiental, el proyecto significa reducir 3.2 millones de kilogramos de CO₂ por año de emisiones contaminantes, con una ponderación equivalente al CO₂ que podrían absorber 322.841 árboles anualmente.

GRI 302-4

Estos proyectos nos han permitido elevar significativamente los niveles de gestión y eficiencia energética en todas nuestras sucursales, edificios y localidades que cuentan con dicha implementación y nos han permitido lograr una reducción del consumo energético en el 2019 de 4'817.014 kWh.

INICIATIVA DESTACADA 2019

El Banco Popular Dominicano recibió Certificación Oro por su Sistema de Gestión Ambiental, otorgado por las organizaciones Sostenibilidad 3Rs y el Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal (CEDAF), reconociendo de este modo su eficiencia en el uso adecuado de recursos y manejo de residuos.

La Certificación Sostenibilidad 3Rs es la única a nivel nacional que reconoce a aquellas organizaciones públicas o privadas que cuentan con un sistema de gestión ambiental y que han implementado con éxito la cultura de las 3R (Reutilizar, Reducir y Reciclar) como medida para evitar, reducir y compensar los impactos ambientales de sus operaciones.

Hacia dónde vamos con la ecoeficiencia

- En tanto que nuestra gestión se ha enfocado en mitigar el impacto generado al interior de nuestras operaciones, nos hemos propuesto, como principal reto, lograr la certificación oro de construcción ecoeficiente para las nuevas edificaciones.
- De igual manera, nuestro compromiso con el desarrollo sostenible es permanente, razón por lo cual nos hemos propuesto construir nuevas oficinas empleando tecnologías que apunten a la eficiencia energética.





9.3. FINANCIAMIENTO VERDE

GRI 103-1

Para lograr alcanzar las metas derivadas de la firma del Acuerdo de París y los Objetivos de Desarrollo Sostenible que se ha propuesto alcanzar el país, es esencial contar con el apoyo y capacidad del sector financiero para destinar recursos a financiar e invertir en proyectos que tengan un impacto social y ambiental.

El compromiso de Grupo Popular con la sostenibilidad se refleja en la Visión Sostenible y el Compromiso de Banca Responsable 2030, cuya principal meta es impactar en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

GRI 103-2

Grupo Popular y las filiales contribuimos en este contexto a través de la estructuración de productos y servicios financieros verdes que generan impactos positivos en la vida de los dominicanos y valor compartido para las organizaciones y las comunidades donde operamos. De igual forma, apoyamos a sectores de la economía en su transformación hacia una economía circular y baja en carbono.



Hazte Eco

Banco Popular se orienta en ayudar a la economía en su transición hacia un modelo bajo en carbono, alineando las iniciativas de negocio a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la lucha contra el cambio climático. En ese sentido, el financiamiento verde que dispone el Banco está alineado con los Principios de Banca Responsable, una alianza internacional de las Naciones Unidas y el sistema financiero mundial, de la que el Popular es el primer y único banco de la República Dominicana y del Caribe insular.

En este aspecto, Banco Popular lanzó en 2019 el paquete de productos "Hazte ECO", el cual consiste en un conjunto de préstamos con condiciones preferentes para la compra de vehículos híbridos y eléctricos, paneles solares y electrodomésticos de bajo consumo, cuyo principal objetivo es incentivar a los clientes a modificar sus hábitos de vida hacia un modelo más sostenible con el medioambiente. De igual forma, somos el único banco en la República Dominicana en financiar parques solares, como parte de nuestra iniciativa destinada al segmento institucional.

FS8

PRODUCTOS	CONDICIONES	TASAS
VEHÍCULOS HÍBRIDOS Y ELÉCTRICOS		
PRESTAMOS OKM	Financiamiento del 80 % del valor del vehículo y plazo de hasta 84 meses	6,90% fija por dos años
PANELES SOLARES		
PRÉSTAMOS PERSONALES	Financiamiento del 80%, póliza individual para paneles solares y plazo hasta de 84 meses	13,95% fija por 1 año
PRÉSTAMOS COMERCIALES	Financiamiento del 80%, póliza individual para paneles solares y plazo hasta de 84 meses	16,50% fija por 5 años
ELECTRODOMÉSTICOS DE BAJO CONSUMO Y MEDIOS DE TRANSPORTE SOSTENIBLE		
EXTRACRÉDITO	Financiamiento revolvente y plazo hasta de 60 meses	18,95% fija por 1 año
EXTRAHOGAR	Financiamiento revolvente y plazo hasta de 10 años	12,50% por 1 año
		13,50% por 3 años
		14,50% por 5 años
		16,50% por 10 años

Durante el año 2019, se colocaron un total de RD\$ 297 millones en facilidades de crédito Hazte Eco

PRODUCTO	FINANCIAMIENTO (CIFRAS EXPRESADAS EN MILES)	NÚMERO DE PRESTAMOS
VEHÍCULOS HÍBRIDOS Y ELÉCTRICOS	RD\$196.033	52
PANELES SOLARES		
BANCA PERSONAL	RD\$232	1
PREMIUM	RD\$11.088	18
EMPRESAS PERSONALES	RD\$81.288	29
BANCA EMPRESARIAL	RD\$8.100	3
BANCA PRIVADA	RD\$600	1
TOTAL PANELES SOLARES	RD\$101.309	52
TOTAL PAQUETE HAZTE ECO	RD\$297.342	104

Autoferia Popular

Autoferia Popular, la principal plataforma de comercialización y financiamiento automotriz del país ofreció planes de financiamiento más competitivos del mercado, así como facilidades para la adquisición de carros híbridos y eléctricos. Para el segmento de vehículos híbridos y eléctricos se ofreció una tasa preferente de 6.90% fija por dos años y un descuento de hasta el 50% en el monto del seguro.

Dentro de las novedades de este año en la Autoferia Popular, se incorporó la "Zona Eco", un espacio donde los concesionarios hicieron demostraciones en vivo de sus opciones de

vehículos híbridos y eléctricos, presentándose un total de 22 modelos de esta categoría. Además, varios especialistas ofrecieron charlas sobre el impacto del cambio climático y cómo mitigarlo haciendo uso de estas tecnologías automotrices.

Esta oferta responde al creciente interés y sensibilidad ambiental de muchos usuarios, así como del compromiso de Banco Popular Dominicano con los Principios de Banca Responsable de UNEP-FI.

En 2019, Banco Popular colocó en la última edición de la Autoferia Popular un total de 57 préstamos para vehículos híbridos y eléctricos, correspondientes a RD\$170.8 millones.



Sector turismo

Nos orgullecemos de ser considerados el Banco del Turismo en República Dominicana y Latinoamérica, sobrenombre atribuido a que somos más que un banco, somos un aliado que establece relaciones de largo plazo con nuestros clientes del sector turístico. Desde hace 13 años somos el único banco en la región en contar con una Vicepresidencia de Negocios Turísticos, estableciéndonos como un socio estratégico que apoya y garantiza el desarrollo y crecimiento del sector. En el último año hemos otorgados préstamos a hoteles para la instalación de paneles solares y demás facilidades para la eficiencia energética.

Un monto total de US\$60 millones fueron desembolsados a clientes del sector turístico para el desarrollo de actividades turísticas eco

sostenibles y de bajo impacto ambiental (turismo rural, promoción inmobiliaria de bajo impacto) y un total de RD\$301.3 millones para el financiamiento de paneles solares y el desarrollo de actividades turísticas eco sostenibles.

Hacia dónde vamos con el financiamiento verde

- Como retos en el corto plazo enfocados en el fortalecimiento de nuestra gestión en el financiamiento verde, nos hemos propuesto desarrollar una herramienta que permita realizar un reporte automatizado de los montos financiados en paneles solares, así como identificar un mecanismo que permita cuantificar los créditos e extracréditos otorgados para el financiamiento de electrodomésticos de bajo consumo.

- En cuanto a los retos de mediano plazo, nos hemos planteado estructurar una mayor variedad de productos verdes adecuados a las necesidades crecientes de nuestros clientes y a las estrategias de adaptación en materia de cambio climático. Así mismo, nos hemos comprometido en identificar y estructurar mecanismos de incentivos para hacer más atractivos los productos a los consumidores finales. Lo anterior de cara a convertirnos en los líderes de financiamiento verde en República Dominicana, siendo el mayor proveedor de productos y servicios encaminados a financiar iniciativas de impacto positivo ambiental.

- Finalmente, como retos a largo plazo, hemos determinado involucrar a las autoridades reguladoras para fomentar procesos de eliminación de barreras, así como el cumplimiento de las normativas internacionales.





9.4. DESARROLLO SOCIAL Y PROTECCIÓN AMBIENTAL

GRI 103-1

Enfocados en el desarrollo holístico de la comunidad, en Grupo Popular contribuimos con iniciativas que permiten la inclusión de sus habitantes y posibiliten su bienestar y crecimiento, eliminando las barreras que impiden y limitan su progreso, propiciando condiciones que impulsen modos de vida sostenibles.

GRI 103-2

A través de la Fundación Popular gestionamos las acciones sociales y ambientales del Grupo y sus filiales, mediante una Inversión Social Responsable (ISR), como fundamento del Modelo de Actuación Sostenible, estructurado programas encaminados en dos frentes de acción: desarrollo social a través de la atención de grupos vulnerables y la protección ambiental por medio de estrategias para la adaptación a las vulnerabilidades provocadas del cambio climático.

Atención a grupos vulnerables

Procuramos mejorar la calidad de nuestra sociedad mediante el fomento de una atención médica integral y de calidad que mejore los estándares de vida en la población más vulnerable y, al mismo tiempo, contribuimos con la calidad de los servicios de salud y el acceso medicamentos a través de a través de dos programas: Sanar una Nación y Programa Hospital Universitario Nuestra Señora de la

Altagracia. El programa **Sanar una Nación** tiene como misión proveer de medicamentos, alimento fortificado e insumos médicos a la población más vulnerable de la República Dominicana, en asocio de más de 100 organizaciones aliadas en todo el territorio nacional.

De igual forma, desde el programa Sanar una Nación se ha contribuido, por medio de la realización de talleres, a fortalecer las capacidades de los aliados para mejorar la cobertura en la provisión de tratamientos y el manejo y entrega de medicamentos.

TIPO DE APORTE	IMPACTO	PORCIONES	INVERSIÓN (PESOS DOMINICANOS)
Alimentos	66.418	5'092,440	\$43'328.515
Medicamentos	733.035		\$1.039'147.051
	799.453	5'092,440	\$1.082'475.566

Desde hace más de una década nos enfocamos en mejorar los servicios de salud y atención sanitaria ofrecidos en el principal hospital y centro docente obstétrico y neonatal de la República Dominicana, el Hospital Universitario Nuestra Señora de la Altagracia. El objetivo principal de esta iniciativa es reducir la mortalidad materna y neonatal, aspirando a

convertirlo en un hospital ejemplar con un modelo de gestión replicable en otros centros hospitalarios.

Los logros en el Programa con el Hospital Universitario Nuestra Señora de Altagracia fueron:

- Se capacitaron a 232 proveedores de la salud
- 2 videos colposcopios entregados.
- 120.710 mujeres atendidas.
- 10.636 nacimientos.
- 3.105 periantos atendidos
- Capacitación al personal intrahospitalario y médico que ofrece servicios en este centro, enfocada en el diagnóstico y atención de enfermedades obstétricas, así como en atención y servicio.

En sintonía con la atención a grupos vulnerables, AFP Popular cuenta con una iniciativa en beneficio del desarrollo social de los adultos mayores. Mediante el programa Envejeciendo con Dignidad acompañamos a nuestros adultos mayores porque creemos que son custodios de nuestras raíces y los forjadores de los valores de generaciones venideras. Mediante esta iniciativa de responsabilidad social se dotan hogares de adultos mayores para

cumplir requerimientos de transformación en un mediano plazo, de manera que los envejecientes puedan desenvolverse en dichos hogares en un ambiente cómodo y seguro, reforzando su optimismo y alegría.

En 2019 fueron impactados 3 hogares de adultos mayores y se beneficiaron un total de 200 envejecientes.

Estrategias de adaptación al cambio climático

Como parte de las estrategias de adaptación al cambio climático, nuestros aportes se han encaminado a aportar en la construcción y reparación de hidroeléctricas rurales las cuales tienen como objetivo dotar de energía limpia a comunidades rurales en la República Dominicana. Esta iniciativa incide a la creación de nuevas oportunidades de fomento económico y el consecuente mejoramiento de la calidad de sus vidas. Asimismo, mejoramos las condiciones de salubridad de los habitantes de diferentes comunidades, mediante la construcción de acueductos para la dotación agua potable en las provincias más empobrecidas de la región sur del país, a saber, Azua, San Juan y Elías Piña.

GRI 203-1

La Fundación Popular, en conjunto con la Unidad de Electrificación Rural y Suburbana (UERS) y el Programa de Pequeños Subsidios del Fondo para el Medio Ambiente Mundial entregó a los pobladores de Guayajayuco, en el municipio Pedro Santana, provincia Elías Piña, una **microcentral hidroeléctrica**, con capacidad para generar 75 kilovatios de energía limpia y cuya puesta en funcionamiento mejorará la calidad

de vida y el desarrollo sostenible de las 1.500 personas de esta comunidad.

El proyecto requirió de una inversión cercana a los RD\$60.5 millones y es el resultado del trabajo mancomunado de los comunitarios, representados por la Asociación de Regantes El Valle de Guayajayuco.

La dotación de energía eléctrica limpia en la comunidad de Guayajayuco, ha contribuido a mejorar las condiciones de salud de esta comunidad y las condiciones de vida de las mujeres y los niños de esta comunidad, teniendo los adultos más tiempo para la realización de actividades productivas, y los niños y niñas más oportunidad para estudiar y con mayor acceso a la tecnología. Asimismo, el uso de efectos electrodomésticos facilita las labores y el surgimiento de opciones pequeñas de generación de ingresos.

GRI 203-1

En el caso del **Acueducto** construido en 2019, se realizó con el propósito de mejorar las condiciones de salud de los habitantes de la Asociación Comunitaria de Agua Potable del Acueducto comunitario Bastida (ASOCAR), perteneciente al Distrito Municipal de Villarpando, Municipio de Las Yayas, Provincia de Azua, a través de la construcción de un acueducto de agua potable por bombeo convencional, que benefició a 1.032 habitantes (307 familias), con la participación activa de los propios beneficiarios.

Esta asociación está conformada, capacitada y administra los servicios de suministro de agua

a las familias, asumiendo el cobro de cuotas y manteniendo en perfecto funcionamiento el sistema de agua. Al menos el 90% de las familias que habitan en la comunidad de Bastida, adquieren conciencia de los beneficios, uso correcto, importancia y derecho a tener fácil acceso a agua potable.

Estas iniciativas son un esfuerzo en alianzas con organismos internacionales, el gobierno y organizaciones de base comunitaria, donde el Grupo Popular hace un aporte económico, además de un seguimiento, monitoreo y supervisión a través de la Fundación Popular. Por su parte, la comunidad contribuye con alto porcentaje en valor total de las infraestructuras aportando mano de obra y recursos económicos para la sostenibilidad y mantenimiento de las mismas.

GRI 203-2

Algunos de los ejemplos de impactos económicos indirectos significativos identificados generados por la hidroeléctrica y el acueducto comunitario han sido:



- Mejoría de la economía familiar quienes invierten menos en energía fósil y en compra de agua.
- Mejor administración del tiempo para dedicarse a actividades productivas.
- Reducción de los episodios de siniestralidad y accidentes provocados por velas o lámparas de gas.
- Mejoría de la seguridad en la comunidad.
- Incremento de las capacidades educativas en horario nocturno para adultos.
- Generación de pequeños emprendimientos para mejorar la economía familiar.
- Empoderamiento de la comunidad.
- Mejora del acceso a servicios financiero e inclusión a través de los subagentes bancarios del Popular.

Estas iniciativas se conectan directamente con agenda de la estrategia nacional de desarrollo y con las prioridades definidas por el gobierno. Las hidroeléctricas comunitarias y los acueductos están alineados con la Agenda 2030 y la población beneficiada y las organizaciones que hacen parte de la alianza corresponden a nuestros grupos de interés y las iniciativas son la respuesta a las necesidades detectadas

De igual forma, ayudamos a conservar las cuencas productoras y abastecedoras de agua de la ciudad de Santo Domingo y apoyamos la construcción de humedales artificiales en una de las principales cuencas hidrográficas del país.

En 2019, apoyamos la construcción de un humedal artificial, el cual contribuirá al saneamiento ambiental de la comunidad de Cristo Rey del municipio de Jarabacoa, logrando beneficiar a un total de 300 personas (40 familias).

GRI 103-3

El seguimiento y monitoreo de los avances y resultados de las diferentes iniciativas se evalúa a través de la presentación de informes técnicos por parte de nuestros implementadores, así como por medio de mecanismos como acompañamiento técnico, visitas de monitoreo y reuniones con los involucrados. No obstante, para el año 2020 se prevé la realización de estudios de impacto de los programas enfocados en medir los cambios y transformaciones sociales y económicos positivos en las comunidades derivado de los proyectos de infraestructura (hidroeléctricas y los acueductos).

[Hacia dónde vamos con el desarrollo social](#)

En tanto que nuestra gestión se ha enfocado en mejorar la calidad de nuestra sociedad mediante el fomento de una atención médica integral y de calidad y contribuir con la calidad de los servicios de salud y el acceso medicamentos, nos hemos propuesto para el 2020:

- Socializar la sistematización de la experiencia del modelo de gestión llevado a cabo en el Hospital Universitario Nuestra Señora de la Altagracia a otros centros de referencia y contrarreferencia (Hospitales Satélites que refieren a este centro) con el objetivo de mejorar la atención y diagnóstico.

- Mantener la capacitación a los proveedores de servicios de salud de la Maternidad para lograr la Adherencia a los protocolos de emergencias obstétricas.

[Hacia dónde vamos con la protección ambiental](#)

Con el objetivo de contribuir en el desarrollo de estrategias de adaptación al cambio climático Grupo Popular ha determinado para el 2020:

- Seguir aportando al desarrollo sostenible desde el Plan Sierra, estableciendo alianzas estratégicas con diferentes organizaciones como son USAID o el Ministerio de Industria y Comercio. De igual forma, en alianza con la USAID incorporar elementos de prevención de la salud que refuercen las intervenciones de salud de Sanar una Nación.
- Lograr contar con un sistema de monitoreo de impacto para medir el impacto ambiental (gestión de residuos), económico (inclusión de prácticas productivas sostenibles) y social de Plan Sierra en las Comunidades locales.
- Extender la iniciativa incluyendo la reforestación de la cuenca de la cual se está nutriendo los proyectos de hidroeléctricas y los acueductos y las tomas de agua.
- Expandir los procesos de reforestación en Plan Sierra y Ozama Alto. Aumentar la capacidad de siembra para lograr la meta de sembrar un 1 millón de árboles. Ozama es una zona con altas necesidades de cobertura boscosa y es una zona húmeda.

9.5. GESTIÓN DE RIESGOS AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBIERNO CORPORATIVO (ASG) EN LA CADENA DE SUMINISTRO GRI 103-3

GRI 103-1

Los impactos y riesgos sociales y ambientales más significativos de una organización pueden muchas veces generarse o materializarse en su cadena de valor. Si bien estos no dependen el ciento por ciento de la organización, es nuestra responsabilidad mantener un control sobre nuestra cadena de valor a fin de evitar cualquier incidente que pueda repercutir en la reputación y en adecuado desarrollo de las operaciones de Grupo Popular.

GRI 102-9

Nuestros proveedores, además de formar parte de una cadena de valor de amplio alcance, son socios estratégicos que nos permiten brindar a los clientes un excepcional servicio. En Grupo Popular contamos con proveedores de bienes y servicios micro, pequeños, medianos y grandes empresas, además de personas físicas. En Grupo Popular tenemos un total 6.372 proveedores registrados y en este año se incorporaron a la red de aliados un total de 1.022 nuevos proveedores.

GRI 103-2

Con el fin de gestionar los riesgos en la cadena de abastecimiento, contamos con un Código de Ética para proveedores, el cual debe ser firmado por todos los proveedores con quien tenemos una relación comercial. A través de este Código, buscamos el compromiso de los requisitos y buenas prácticas sociales, ambientales y de gobernanza de nuestros suplidores. Este Código

FILIAL	NÚMERO DE PROVEEDORES	FACTURACIÓN ANUAL (CIFRAS EN MILLONES DE PESOS)
BANCO POPULAR	6.131	RD\$23.600
SERVICIOS DIGITALES	94	
AFP POPULAR	93	
INFOCENTRO POPULAR	45	
AFI POPULAR	9	
TOTAL	6.372	

establece los principios gerenciales y laborales que los proveedores deben cumplir en materia de derechos humanos, derechos laborales, cuidado al medioambiente, responsabilidad social empresarial, seguridad en el trabajo, entre otros principios que impulsarán la reputación de estas empresas suministradoras.

Es de gran interés para Grupo Popular y sus empresas filiales mantener un clima apropiado de relaciones contractuales y de servicios con cada uno de sus proveedores. En este sentido procuramos establecer los lineamientos que nos

encaminarán a fortalecer los lazos que nos unen con cada uno de nuestros aliados de negocios. Con este Código, nuestra institución se fortalece y abre las puertas para que cada proveedor se enmarque en la aplicación de los principios generales de ética, buena conducta y prácticas justas, garantizando empresas más sostenibles y recursos humanos más comprometidos con la sociedad.

GRI 308-1, 414-1

Asimismo, como parte de nuestra gestión responsable de la cadena de abastecimiento hemos incorporado en la evaluación y selección de nuevos proveedores criterios ambientales y sociales que nos permitan extender la apropiación de prácticas sostenibles en toda nuestra cadena de valor.

Este año, el 41% de los nuevos proveedores seleccionados fueron examinados a partir de criterios ambientales y un 7% desde criterios sociales.

GRI 308-2

De igual forma, en el año 2019 iniciamos un análisis de riesgos ambientales en nuestra cadena de suministro, logrando evaluar un total 58 proveedores. Este análisis nos permitió identificar que 56 proveedores emplean productos nocivos para el medioambiente. De igual forma, el análisis arrojó que los impactos ambientales significativos -reales y potenciales en la cadena de suministro fueron el inadecuado

manejo de residuos y de agua residuales y el manejo de productos nocivos para el medioambiente.

GRI 103-3

Nuestra institución, a través del Departamento de Operaciones con Suplidores, velará por el grado de cumplimiento con lo establecido en el presente Código por parte de los proveedores existentes, así como los nuevos. Con el fin de evaluar la gestión de riesgos en la cadena de abastecimiento y el desempeño en temas sociales, ambientales y de gobernanza de nuestros proveedores, realizamos auditorías aleatorias a ciertos proveedores con el fin de comprobar las buenas prácticas y el nivel de cumplimiento de los principios establecidos en el Código de Ética.

En 2019 realizamos más de 425 visitas de inspección y evaluación de proveedores.

De igual forma, se llevaron a cabo 145 auditorías evaluando el nivel de cumplimiento de nuestro código de ética.

Los proveedores serán responsables del seguimiento y mantenimiento de la documentación relativa a su nivel de cumplimiento, así como realizar sus mayores esfuerzos por promover su aplicación dentro de sus cadenas de suministro y de todas sus instalaciones. Grupo Popular y sus empresas filiales se reservan el derecho de investigar los casos de no cumplimiento por parte del proveedor en los casos en que sea necesario alguna constancia. El no cumplimiento puede ser motivo de anulación o cancelación de

obligaciones contractuales con cualquier proveedor.

Durante el año 2019 realizamos diversas iniciativas para fortalecer la gestión de impactos y riesgos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en la cadena de abastecimiento, entre los que se encuentran:

- Realizamos jornadas de capacitación y formación a proveedores en diferentes temas en sostenibilidad. En 2019 realizamos charlas con nuestros proveedores enfocadas en aspectos ambientales y sociales. Por medio de estas iniciativas buscamos extender nuestra cultura en toda la cadena de valor en donde ellos forman parte estratégica de nuestra organización.
- Construimos un nuevo Check List donde se incluyeron los temas medio ambientales y el código de ética para proveedores.
- Realizamos videos donde los proveedores narran la historia de éxito de sus empresas, luego de pertenecer al catálogo de proveedores del Grupo Popular.

Hacia dónde vamos en la gestión de la cadena de suministro

Como parte de nuestra oportunidad de mejora y en línea con el compromiso sostenible de nuestra organización, hemos establecido los siguientes compromisos para el 2020:

- Incrementar el número de auditorías en sostenibilidad realizadas a los proveedores

logrando cubrir un alto porcentaje de proveedores.

- Realizar un acompañamiento a las empresas proveedoras que fueron auditadas y tuvieron una calificación baja en la auditoría, con el objeto de establecer planes de trabajo encaminados a generar cambios positivos en la gestión en sostenibilidad de los proveedores.
- Ampliar el impacto en la educación y concientización a los proveedores en diferentes aspectos en sostenibilidad relevantes para Grupo Popular.
- Establecer un programa de reconocimiento con los proveedores como parte del fortalecimiento de la relación. Reconocer a los proveedores con mayor impacto positivo en la sociedad y en el medioambiente. A partir de este reconocimiento realizar un evento anual de premiación.
- Comunicar en nuestras plataformas y redes sociales las experiencias y prácticas en sostenibilidad que los proveedores han implementado dentro de sus organizaciones.
- Incorporar nuevos proveedores bajo este esquema, para abarcar a un mayor número de empresas evaluadas en estos temas.
- Realizar un nuevo proceso de Onboarding de Proveedores, donde practiquemos una inducción a los suplidores al momento de su contratación, ampliando sobre nuestro Código de Ética y la importancia de cumplir con el mismo para una relación a largo plazo con el Grupo Popular.



9.6. EDUCACIÓN AMBIENTAL

GRI 103-1

Conscientes del contexto internacional sobre el medioambiente, en el Grupo Popular fomentamos y brindamos espacios de conocimiento y educación a los ciudadanos sobre tendencias, problemáticas y desafíos ambientales. Con esto, reconocemos nuestra responsabilidad como un actor clave de la región hacia el crecimiento sostenible y el desarrollo socioeconómico responsable.

GRI 103-2

A través de diversas iniciativas y programas hemos incentivado el compromiso por parte de diferentes grupos en el desarrollo de soluciones creativas, conocimientos y prácticas que promuevan medidas para la conservación del medioambiente.

¡Soy ecoeficiente!

En 2019 participaron 5.389 jóvenes en el programa ¡Soy ecoeficiente!, alcanzando una participación total 15.904 jóvenes desde el inicio del programa.

Taller Ahorrar Nos Hace Bien

2.603 jóvenes hicieron parte del Taller nos Hace Bien en 2019, logrando impactar y sensibilizar en el cuidado del medioambiente y en prácticas de ahorro a un total de 11.914 jóvenes.

Cátedra de Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad "Alejandro E. Grullón E.

- 476 personas impactadas en 2019
- 23 maestrías en curso
- 32 graduados con Maestría en Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad desde su inicio

Además, se llevaron a cabo iniciativas en educación ambiental a través de talleres, diplomados y cursos de especialización enfocados en mitigación y resiliencia al cambio climático con entidades gubernamentales, empresa privada y organizaciones de sociedad civil. Estas iniciativas se realizan en el marco del Acuerdo entre la Fundación Popular y el Consejo Nacional de Cambio Climático y Mecanismos de Generación de Energía Limpia (CNCCMDL).

En 2019, participaron del Diplomado de Adaptación y Resiliencia al Cambio Climático 32 organizacionales gubernamentales, ampliando nuestra contribución en la educación ambiental de los grupos de interés.

En línea con las iniciativas en educación ambiental, Fundación Popular participó como gestor en el panel "Buenas Prácticas y Lecciones Aprendidas de proyectos de adaptación basada

en la comunidad", en el que participaron 66 personas. Asimismo, se llevaron a cabo una serie de talleres enfocados en el rol de las empresas como agentes que impulsan la transición hacia una economía verde. En el taller titulado "Empresas y cambio climático, una transición hacia la economía verde", participaron un total de 111 participantes.

De forma paralela, el Consejo Nacional para el Cambio Climático y Mecanismo de Desarrollo Limpio (CNCCMDL), la Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección Ambiental (ECORED) y la Fundación Popular realizaron las mesas de trabajo, para optimizar las acciones a favor del cambio climático desde sus áreas de intervención. Los sectores representados fueron: sector energía (electricidad y EERR) e industrias extractivas (mineras y productores de cemento), Alimentos, Bebidas y Agroindustrias, Hidrocarburos e Industrias, y Servicios. Representados por 28 empresas de cada sector para llegar a un total de 112 participantes.

Los resultados obtenidos se concentraron en las siguientes áreas de acción:

Iniciativa para la Transparencia de Acciones Climáticas - ICAT:

- Propuesta de articulación del sector empresarial a la medición, reporte y verificación

(MRV) de emisiones de gases de efecto invernadero, medidas para su mitigación y sobre adaptación. (Decreto)

- Aporte de motivación preliminar para la aprobación del decreto con el esquema de MRV sugerido por el Proyecto.
- Contribución Nacional Determinada - NDC 2020:
- Contribución en la identificación de avances desde el sector privado en el cumplimiento de la meta establecida en la NDC 2015 en los sectores priorizados.
 - Registro de insumos agregados obtenidos en el proceso de consulta al sector empresarial en el proceso de articulación para la acción climática.
 - Difusión de los avances en la actualización de la NDC 2020 a través de la plataforma de dialogo creada por el proceso de articulación empresarial en sus mesas de trabajo sectoriales.

Primer Informe Bienal de Actualización - fBUR:

- Apoyo para el levantamiento de información sectorial sobre emisiones de GEI, medidas de mitigación y adaptación implementadas.
- Aporte de información sobre otras informaciones relevantes como las acciones empresariales sobre creación de capacidad en materia de cambio climático.
- Colaboración en el proceso de diseño e implementación de la Plataforma para el Registro Nacional de Medidas de Mitigación.

Finalmente, uno de los componentes de Plan

Sierra incluye la formación de las comunidades y familias que residen en la zona en el manejo de residuos sólidos, protección ambiental y el uso de prácticas productivas sostenibles que dinamizan la producción agrícola y la protección forestal.

GRI 103-3

Con el objetivo de llevar a cabo un seguimiento a la gestión de las iniciativas y programas realizados asociados a la educación ambiental, realizamos un monitoreo de los resultados obtenidos, los cuales nos permiten identificar, entre otras cosas, el número de público que ha atendido las capacitaciones y formaciones y el número de charlas realizadas enfocadas sensibilizar al público sobre la importancia del cuidado del medioambiente y de los recursos naturales. No obstante, hemos decidido empezar a estructurar un sistema que nos permitirá medir el impacto en el largo plazo generado en la comunidad y en el público objetivo.

Hacia dónde vamos con la educación ambiental

- Con el objetivo de llevar a cabo una medición en el impacto del programa “Soy ecoeficiente” y “Ahorrar nos hace bien”, y valorar el efecto que tiene estas iniciativas en la concientización y cambios en los hábitos de las personas, nos hemos propuesto, para el 2020, estructurar un sistema de monitoreo y evaluación de impacto de los programas.
- En el caso particular de “Soy ecoeficiente” nos hemos planteado lograr, para el 2021, la materialización de los proyectos que resulten ganadores. Por su parte, para “Ahorrar nos hace bien” queremos seguir ampliando

nuestra cobertura y llegar a más centros educativos del país, razón por la cual hemos determinado impactar a 3.000 estudiantes y 33 centros educativos.

- Desarrollar programas de capacitación y concienciación ambiental y cambio climático para los recursos humanos de las empresas participantes en el proceso de articulación empresarial para la acción climática, promoviendo conceptos de uso responsable de los recursos no renovables, medidas de mitigación ante el cambio climático, ahorro de agua, eficiencia energética, energía renovable, combustibles alternos y correcta disposición de los residuos. En este sentido, esperamos para el próximo año lograr al menos cien participantes.
- Establecer, consolidar y fortalecer los mecanismos de colaboración entre las empresas firmantes en el proceso de articulación empresarial para la acción climática, para definir y promover iniciativas aplicables en los productos, servicios y recursos humanos para la mitigación del cambio climático. Lograr al menos 15 empresas participantes.
- Desarrollar en el ámbito de Plan Sierra sesiones de capacitación orientadas a la preservación del medioambiente, educación ambiental y manejo adecuado de desechos sólidos. Para lograr lo anterior, se ha propuesto que al menos 100 líderes comunitarios participen, en el 2020, en el proceso de formación.
- Continuar formando en temas ambientales y de cambio climático a líderes empresariales a través de la Cátedra de RSE y Sostenibilidad.



9.7. CONTRIBUCIÓN A LA EDUCACIÓN DE LA POBLACIÓN

GRI 103-1

Creemos firmemente que la educación es la herramienta más poderosa para alcanzar el desarrollo socioeconómico y sostenible del país, razón por la cual apostamos al desarrollo de programas e iniciativas que incentivan la excelencia académica, acompañada de la promoción de los valores. Nuestro objetivo es lograr impactos positivos en la sociedad dominicana a largo plazo, contribuyendo con la formación de ciudadanos íntegros y altamente cualificados.

GRI 103-2

Comprometidos con la mejora de la calidad de la formación en República Dominicana, en Grupo Popular apoyamos la educación de la población desde diferentes frentes:

Fundación Popular de la mano con la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM), estructuró la Cátedra de Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad “Alejandro E. Grullón E”, la cual busca construir y fomentar los conocimientos y herramientas necesarias en las empresas e instituciones para crear modelos de actuación sostenibles y socialmente responsables.

Esta Cátedra, que actualmente está en su tercera cohorte, busca crear un espacio académico de reflexión y análisis, que facilite un diálogo abierto en torno a la Responsabilidad

Social Empresarial y la sostenibilidad en la República Dominicana. La iniciativa cuenta con programas formativos, de investigación y una maestría en Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad, con doble titulación entre la PUCMM y la Universidad Politécnica de Valencia, así como programas de diplomados, cursos especializados, conferencias, talleres, espacios de diálogos y de investigación sobre temas relativos a la sostenibilidad, la RSE y la Agenda 2030. La Cátedra como parte de su accionar lleva a cabo alianzas estratégicas con actores privados individuales o gremios, también con el sector público y organismos internacionales a fin de sumar esfuerzos para la creación de capacidades en líderes empresariales, comunitarios, funcionarios y profesores en áreas vinculadas a sus temas foco. Los esfuerzos se dirigen a impulsar la aplicación de políticas y estrategias de RSE y Sostenibilidad dentro de la gestión de las empresas.

En 2019, un total 39 alumnos se graduaron en la segunda cohorte de la Maestría de Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad

De igual forma, contamos con el programa de becas **Excelencia Popular**, el cual lleva más de 10 años en operación y que apunta a contribuir con la formación integral de los

jóvenes meritorios, preferentemente de escasos recursos, para cursar una amplia variedad de estudios técnicos y superiores, facilitar que se conviertan en un capital humano productivo para el país y lograr excelentes profesionales y personas de comportamiento ético. Al finalizar sus estudios, el grupo de alumnos becados tiene la oportunidad de integrarse a nuestra institución como pasantes o empleados, en caso de existir vacantes.

En 2019 se otorgaron 30 becas Excelencia Popular, alcanzando un total 198 egresados desde la fecha de origen, 230 becarios, de los cuales 17 empleados hacen parte de Banco Popular Dominicano.

Algunas de las universidades con quienes se tienen acuerdos que forman parte de Excelencia Popular son Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM), Universidad Iberoamericana Unibe, Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC), Instituto Tecnológico de las Américas (ITLA), Instituto Politécnico Loyola (IPL), Instituto Especializado de Estudios Superiores Loyola (IEESL), Universidad Central del Este (UCE), Universidad ISA, Escuela de Diseño Chavón, Universidad Católica Nordestana, Instituto de ayuda al Sordo Santa Rosa, Escuela Nacional para Sordos y Fundación por la Música.


Además, Banco Popular ha establecido otros

acuerdos de becas con distintos aliados como la Academia de Arte y el Centro de Estudio Dina que, enfocado en temas de arte y cultura, contribuye a la educación de futuros talentos dominicanos de la música.

Desde hace más de dos décadas Grupo Popular contribuye en la educación de la población a través de la alianza con la **Acción Empresarial por la Educación (EDUCA)**. En Materia educativa, a través Congreso Internacional de Educación Aprendo, se aporta no solamente a los 1.200 maestros y maestras del seminario educativo, sino también se comparte a los participantes las principales metodologías educativas que contribuyen a mejorar la calidad de la formación docente en la República Dominicana. Los resultados generados en los congresos son recogidos en un informe que se envía al Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología y que sirven de insumo para el desarrollo de políticas públicas enfocadas en educación.

INICIATIVA DESTACADA

Bajo el título "Educación de calidad para una nación innovadora y productiva", se celebró la vigésimo tercera edición del Congreso Internacional de Educación Aprendo 2019. La cita de referencia que reunió a diferentes miembros del sector docente del país planteó la necesidad de incrementar la calidad del sistema educativo mediante la incorporación de innovaciones que aporta la Cuarta Revolución Industrial en los procesos pedagógicos en la gestión escolar y en los contenidos educativos que los estudiantes aprenden.



Asimismo, desde el 2015, **Banco Popular y el Instituto Politécnico Loyola** firmaron un acuerdo marco de cooperación estratégica a mediano plazo, cuyo principal objetivo es la capacitación y el fomento del emprendimiento entre los miles de jóvenes que reciben formación en este centro de estudios, generando oportunidades para que los estudiantes alcancen el desarrollo socioeconómico. De acuerdo con lo estipulado en el convenio, la entidad financiera otorga 20 becas para carreras afines al ramo comercial de la entidad bancaria, a ser impartidas en el Instituto Especializado de Estudios Superiores Loyola, y otras 20 becas más para el bachillerato técnico en el Instituto Politécnico Loyola. Ambos tipos de apoyos económicos cubren los costos de inscripción, créditos, congresos y prácticas de laboratorio de los jóvenes meritorios beneficiados.

AFP Popular consciente de la importancia de contar con un código de familia, realizó, de la mano con la Escuela Nacional del Ministerio Público, el primer **Diplomado sobre Derecho de Familia**, dirigido a miembros del Ministerio Público que realizan sus funciones en la jurisdicción de niños, niñas y adolescentes a nivel nacional. Con esta especialización se busca fortalecer las competencias de estos funcionarios, que ya han recibido diversas capacitaciones ejecutadas por la Escuela, relacionadas con este tema, con especial énfasis en las disposiciones del Código para el Sistema de Protección y Derechos Fundamentales de Niños, Niñas y Adolescentes, Ley 136-03, Ley 659, Código Civil Dominicano y Convenios Internacionales para la Protección de la Niñez.

La AFP Popular, además, llevó a cabo una iniciativa para capacitar a los adultos mayores en conocimientos para el manejo de computadores y herramientas tecnológicas. La iniciativa tiene como objetivo dotar, a aquellas personas que están en la segunda mitad de la vida, de herramientas tecnológicas que les permita mantenerse cerca de sus seres queridos a través de las facilidades digitales y así no perder la conexión. En 2019, se impartieron 3 talleres beneficiando a un total de 63 adultos mayores.

Por su parte, Fundación Popular, con el apoyo de varios aliados, ha aportado en diferentes iniciativas de educación que ponen en su centro la niñez y los recién nacidos. En este sentido, Fundación Popular trabajó de la mano con la Institución Educativa Don Bosco en la escolarización de niños vulnerables que han sido afectados por el trabajo infantil. Fundación ha aportado a la institución educativa salas de tareas que garantizan que los niños y niñas puedan ser escolarizados.

De igual forma, Fundación Popular se ha propuesto contribuir en mejorar los indicadores de mortandad infantil, a través de la capacitación a proveedores de salud en diferentes especialidades como son las emergencias neonatales y perinatales, la adhesión a los protocolos de prevención y enfermedades obstétricas. Las instrucciones a los diferentes proveedores de salud han sido posible gracias a la alianza establecida con la Universidad de Chile.

GRI 103-3

El seguimiento y monitoreo de los avances y resultados de las diferentes iniciativas se evalúa a través de la presentación de informes técnicos por parte de nuestros implementadores, así como por medio de mecanismos como acompañamiento técnico, de visitas de monitoreo y reuniones con los involucrados.

Puntualmente, la Cátedra cuenta con un mecanismo de Gobernanza que comprende un Consejo Directivo integrado por el Banco Popular, la Fundación y la Universidad que es quien aprueba la planificación anual y el informe de resultados, el cual se reúne al menos dos

veces al año, y un Comité Ejecutivo que es un espacio técnico que vuelve operativa la agenda, da seguimiento y presenta informe al Consejo.

Hacia dónde vamos con la contribución en la educación de la población

- Como parte de nuestro compromiso en la contribución de educación de la población, nos hemos propuesto continuar formando y capacitando nuevos talentos que puedan ser parte importante de la organización y del sector productivo del país. Es por esto, que nuestra principal meta en la educación de la población

dominicana es mejorar a nivel nacional la calidad y el acceso a la educación técnica y universitaria.

- De igual forma, contribuir con la educación integral, que aporte al desarrollo económico, social y medioambiental, a través de la promoción en los jóvenes dominicanos buenos hábitos ciudadanos sobre la educación financiera, el emprendimiento y una cultura ecoeficiente. De igual forma, nos hemos propuesto aumentar la formación del docente mediante el apoyo a seminarios, realización de conferencias, encuentros, talleres y charlas orientadas a fortalecer la educación del país.



9.8. INCLUSIÓN DE PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD

GRI 103-1

Desde cada una de las filiales de Grupo Popular, somos promotores de la inclusión social de los dominicanos, propiciando para que las personas en condición de discapacidad encuentren el espacio adecuado para desarrollarse.

GRI 103-2, FS14

Hemos adaptado las instalaciones físicas y los servicios virtuales que prestan las filiales de Grupo Popular, brindando la mejor experiencia a las personas en condición de discapacidad. Nuestros edificios, cajeros automáticos y centros de experiencia se han remodelado pensando en la comodidad, el acceso, la atención adecuada y el desempeño de las personas en condición de discapacidad.

En el año 2019 adecuamos 5 facilidades de Grupo Popular para atender y proporcionar el servicio a personas en condición de discapacidad, adecuando las cajas más bajas y baños adecuados a para personas con sillas de rueda lo que nos permitió que personas con discapacidad motora mejoraran su movilidad. En adición, más del 50% de nuestros Cajeros Automáticos ya están adaptados para estos fines

En este año iniciamos una cultura más inclusiva por medio de la puesta en marcha de una campaña de sensibilización y capacitación interna para nuestros empleados que será desplegada en 2020, en la cual llevamos a cabo

iniciativas con el personal interno enfocados en la atención y servicio a las personas en condición de discapacidad.

En 2019 realizamos 2 talleres en lenguaje de señas y traducción simultánea, logrando la capacitación de 27 personas, buscando en el corto plazo garantizar el servicio a las personas con discapacidad auditiva.

De forma paralela, se llevaron a cabo reuniones con las diferentes unidades de Recursos Humanos para determinar las mejores prácticas en términos de contratación de personas con discapacidad. En 2019, registramos el nombre “Banco Popular para Todos” en ONAPI, iniciativa que busca la inclusión laboral de personas en condición de discapacidad.

FS14

Banco Popular Dominicano también cuenta con iniciativas enfocadas en la prestación de servicios y productos bancarios garantizando la inclusión de todas las personas. En 2019 actualizamos nuestras plataformas virtuales como la App Popular e Internet Banking para que cualquier individuo pueda acceder y realizar actividades financieras. Para las personas con discapacidad visual hemos adaptado los servicios adecuándolos a sus necesidades.

Este es el caso del Token Digital en el que las personas con discapacidad visual pueden

escuchar los números que genera el token a la hora de realizar cualquier tipo de transacción. Además, hemos adaptado los documentos de registro, incorporando una señalética para que las personas invidentes realicen las firmas de los documentos y sepan que están firmando, como es el caso de pagaré notariado exigido en los préstamos otorgados a personas no videntes, en el cual la institución está asumiendo el costo.

GRI 103-3

Actualmente en las sucursales que tienen el Sistema de Eflow, sistema para la administración de turnos y gestión de filas, podemos validar la cantidad de personas embarazadas, envejecientes y con discapacidad que visitan las sucursales. A partir de esta información, se han establecido unas escenografías de servicio para dar prioridad en la atención a estos colectivos, cuya implementación es monitoreada de manera aleatoria a través de los Asesores de Experiencia Digital, los cuales, desde el año pasado, además de su rol inicial, deben velar por el cumplimiento de las escenografías de servicio en las oficinas dentro de su cartera.

Hacia dónde vamos con la inclusión de personas en condición de discapacidad

- De cara a continuar siendo una institución financiera que se preocupa por fomentar la diversidad e inclusión de los colectivos, hemos determinado llevar a cabo la elaboración de Política General sobre la iniciativa "Banco Popular para todos" y contribuiremos en la elaboración de guía de atención de personas

con discapacidad para las diferentes unidades que tienen contacto con el cliente.

- En tanto que somos promotores de la inclusión social de los dominicanos, hemos determinado para el 2020, continuar adecuando la infraestructura de nuestras oficinas, sucursales y centros de atención y ampliando la base y las capacidades del personal para brindar un servicio con los más altos estándares.

- Para el 2020, nos hemos propuesto repensar los procesos internos con el objetivo de generar oportunidades de vinculación laboral para las personas en condición de discapacidad. Asimismo, continuaremos con la adecuación de las instalaciones de la unidad de reclutamiento y selección para la contratación de personas con alguna discapacidad.





10

DESTACADOS
2019

10. DESTACADOS 2019

GRUPO POPULAR: MEJOR
EMPRESA PARA TRABAJAR
Revista Mercado

BANCO POPULAR SE ADHIERE A
LOS PRINCIPIOS DE BANCA
RESPONSABLE DE LA ONU

PREMIOS EFFIE A BANCO
POPULAR POR EFICACIA EN MERCADEO

CERTIFICACIÓN ORO POR SISTEMA
DE GESTIÓN AMBIENTAL
Sostenibilidad 3rs Y Cedaf

PRIMER BANCO EN SER CERTIFICADO COMO
ORGANIZACIÓN CARBONO NEUTRAL
Brightline Institute

PREMIO VISA A TARJETAS DEL
BACO POR EXCELENCIA
EN PAGOS ELECTRÓNICOS

BANCO POPULAR PREMIO
A MEJOR BANCO DEL AÑO
The Banker

LANZAMIENTO DE VISIÓN SOSTENIBLE
Y COMPROMISOS 2030

PREMIO A INVERSIONES POPULAR
COMO MAYOR COLOCADOR DE RENTA
VARIABLE Y FIDEICOMISO

MEJOR APP FINANCIERA Y BANCO MÁS
INNOVADOR
World Finance

GRUPO POPULAR LIDERA EL APOYO
FINANCIERO PARA PROYECTOS
DE ENERGÍA LIMPIA

BANCO POPULAR GANA SEGUNDO
LUGAR EN VISA GLOBAL CHALLENGE

MEJOR BANCA PRIVADA Y MEJOR
BANCA DE INVERSIÓN
Global Finance

ONU REGISTRA EL PROYECTO DE
ENERGÍA SOLAR DEL GRUPO POPULAR

BANCO POPULAR ES RECONOCIDO
COMO EMPRESA LÍDER EN REPÚBLICA
DOMINICANA Y #4 EN LA REGIÓN

LANZAMIENTO DE APP PARA
AFILIADOS DE AFP

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	NÚMEROS DE PÁGINA O URL	PACTO GLOBAL	RELACIÓN CON ODS	PRINCIPIOS BANCA RESPONSABLE UNEPFI
CONTENIDOS GENERALES					
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN					
GRI 102: Contenidos generales 2016	102-1 Nombre de la organización	Pág 14			
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	Pág 14-17			
	102-3 Ubicación de la sede	Pág 14			
	102-4 Ubicación de las operaciones	Pág 14			
	102-5 Propiedad y forma jurídica	Pág 14			
	102-6 Mercados servidos	Pág 14			
	102-7 Tamaño de la organización	pág 14 -17, pág 30 y pág 57			
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	Pág 57		ODS 8	
	102-9 Cadena de suministro	Pág 88			
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	No hay lugar a cambios significativos en la organización y su cadena de suministro porque es el primer informe de sostenibilidad de la Organización			
	102-11 Principio o enfoque de precaución	Si bien la Organización gestiona el enfoque basado en riesgos, aún no se maneja específicamente el principio de precaución.			
	102-12 Iniciativas externas	Pág 17			
	102-13 Afiliación a asociaciones	Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD) ,Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAM) ,La Asociación Dominicana de Empresas FinTech (ADOFINTECH), Asociación de Industrias de la Región Norte (AIREN), Asociación Nacional de Empresas e Industrial de Herrera (ANEIH), Acción Empresarial por la Educación (EDUCA), Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección Ambiental (ECORED), Fundación Institucionalidad y Justicia, Inc. (FINJUS, Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP , Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios (ANJE), Consejo Nacional de Competitividad, Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes (ASONAHORES), Clúster Turístico de Santo Domingo, Clúster Turístico de Puerto Plata, Clúster Turístico Samaná, Clúster Ecoturístico de Jarabacoa, Clúster Turístico Bayahibe/ La Romana, Clúster Turístico Pedernales, Clúster Ecoturístico de Constanza ,Clúster Ecoturístico de Barahona ,Miembros del Consejo Asesor del Consejo Nacional de, Cambio Climático y Mecanismo de Desarrollo Limpio., Miembros de las Asambleas de los Fondos de Agua de Santo Domingo y del Yaque., Miembros, por disposición del Poder Ejecutivo de la Comisión Presidencial para el Rescate de la Cuenca del Río Yaque del Norte Por decreto del poder ejecutivo, Presidente de Plan Sierra			

	GOBERNANZA				
	102-18 Estructura de gobernanza	Pág 17-21	Principio 1 Principio 2 Principio 3 Principio 4 Principio 5 Principio 6	ODS 16	
GRI 102: Contenidos generales 2016	Participación de los Grupos de Interés				
	102-40 Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	Pág 7 y 8			Principio 4. Grupos de interés
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	Dentro de Grupo Popular no existen formación de independientes de grupos de empleados (sindicatos) por tal razón el porcentaje total de empleados bajo acuerdos de negociación colectiva es 0%.	Principio 3	ODS 16	
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	Pág 7			
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	Pág 8			
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	Pág 8			
	PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES				
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Grupo Popular S.A y las filiales: Banco Popular, AFP Popular, Inversiones Popular, AFI Popular, Fiduciaria Popular, Servicios Digitales, Infocentro Popular, ASETESA, Popular Bank			
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas de los informes	Pág 10 y 11			
	102-47 Lista de los temas materiales	Pág 12			
	102-48 Reexpresión de la información	No hay lugar a reexpresión porque es el primer informe de sostenibilidad de la Organización			
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	No hay lugar a cambios en la elaboración de informes porque es el primer informe de sostenibilidad de la Organización			
	102-50 Periodo objeto del informe	Enero 1 de 2019 a diciembre de 2019			
	102-51 Fecha del último informe	Este es el primer informe que se realiza de conformidad con los Estándares GRI			
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	Anual			
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Pág 6			
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI			
	102-55 Índice de Contenidos GRI	Pág 99			
	102-56 Verificación externa	Este informe no cuenta con verificación externa			
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	Anual			
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Pág 6			
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI			

CONTENIDOS TEMÁTICOS

DESEMPEÑO ECONÓMICO

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 30		ODS 8	Principio 2. Impacto Principio 3. Cliente
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 30			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 35			
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	pág 30			

IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 85	Principio 1 Principio 7 Principio 9	ODS 6 ODS 9 ODS 11	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 85			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 87			
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	pág 86			
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	pág 86 y pag 87			

ANTICORRUPCIÓN

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 53	Principio 10	ODS 16	Principio 6. Transparencia y responsabilidad
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 53			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 55			
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1: Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	No se han evaluado operaciones en riesgos de corrupción			
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	pág 54			
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	No se presentan casos de corrupción al interior de la Organización			
Contenido propio	Capacitaciones en prevención de lavado de activos	pág 55			

ENERGÍA					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 79	Principio 8	ODS 6 ODS 7 ODS 13 ODS 15 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 79			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 80			
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	pág 80			
	302-3 Intensidad energética	- Consumo de Energia Absoluto / Empleados (Percápita de Energía): 3.642,36 kWh/EmpleadoBPD - Parámetros para la definición: Consumo Total de Energía / Cantidad Prom. de Empleados - Tipos de energía incluidos en el ratio de intensidad: Combustible, Electricidad y Refrigeración - Consumo energético calculado dentro de la Organización unicamente			
	302-4 Reducción de consumo energético	pág 81			
AGUA Y EFLUENTES					
GRI 103: Enfoque de gestión 2018	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 79	Principio 8	ODS 6 ODS 7 ODS 8 ODS 13 ODS 15 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 79			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 80			
GRI 303: Agua 2018	303-5 Consumo de agua	pág 80			
BIODIVERSIDAD					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 75	Principio 7 Principio 9	ODS 7 ODS 13 ODS 15 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 75			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 75			
GRI 304: Biodiversidad 2016	304-3 Hábitats protegidos o restaurados	pág 77			

EMISIONES					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 75	Principio 7 Principio 8 Principio 9	ODS 7 ODS 13 ODS 15 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 75			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 75			
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	pág 77			
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	pág 77			
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	pág 77			
	305-4 Intensidad de las emisiones GEI	La información sobre la intensidad de las emisiones se encuentra en la certificación otorgada por Brihgtline Institute, Inc.			
	305-5 Reducción de las emisiones GEI	pág 78			
Contenido propio	Paneles solares en las oficinas popular	pág 75			
Contenido propio	Número de estaciones para recarga de energía fotovoltaica	pág 75			
EFLUENTES Y RESIDUOS					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 79	Principio 8	ODS 7 ODS 13 ODS 15 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 79			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 80			
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	pág 80			
Contenido propio	Materiales reciclados	pág 79			
EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 88	Principio 2	ODS 8 ODS 13	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 88			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 89			
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con criterios ambientales	pág 88			
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	pág 88			
Contenido propio	Visitas de inspección y evaluación de proveedores	pág 89			
Contenido propio	Auditorías de evaluación del cumplimiento del Código de Ética	pág 89			

EMPLEO					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 57	Principio 3 Principio 4	ODS 4 ODS 8	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 57			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 57			
GRI 401: Empleo 2016	401- 1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	pág 58			
	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Bono Vacacional, Becas, Ayudas, Bonificación, Beneficios de Tasas en productos financieros Ejm. Prestamos y T/C.			
	401-3 Permiso parental	pág 60			
FORMACIÓN Y ENSEÑANZA					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 57	Principio 3 Principio 4	ODS 4 ODS 8	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 57			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 57			
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	pág 58			
	404-2 Programas para mejorar aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	pág 58 y 59			
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	pág 60			
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 61	Principio 6	ODS 5 ODS 8	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 61			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 61			
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	pág 61			

EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 88	Principio 2	ODS 8 ODS 13	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 88			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 89			
GRI 414: Evaluación social de proveedores	414-1 Nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios sociales	pág 88			

PRIVACIDAD DEL CLIENTE

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 72			Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 72			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 72			
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a las violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Grupo Popular no ha recibido sanciones en firme por este concepto.			

SUPLEMENTO FINANCIERO GRI

CARTERA DE PRODUCTOS - FINANCIAMIENTO VERDE

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 82	Principio 9	ODS 7 ODS 11 ODS 13 ODS 17	Principio 2. Impacto Principio 3. Clientes
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 82			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Como reto enfocado en monitoreo de nuestra gestión en el financiamiento verde, nos hemos propuesto desarrollar una herramienta que permita realizar un reporte automatizado de los montos financiados en paneles solares, así como identificar un mecanismo que permita cuantificar los créditos y extracréditos otorgados para el financiamiento de electrodomésticos de bajo consumo.			
FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito	pág 82			
Contenido propio	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio ambiental en el sector turístico	pág 83 y pag 84			

GESTIÓN ACTIVA DE LA PROPIEDAD - INCLUSIÓN DE PERSONAS EN CONDICIÓN EN DISCAPACIDAD					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 95	Principio 1	ODS 1 ODS 4 ODS 8 ODS 10 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 95			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 95			
FS13	Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente	pág 46			
FS14	Iniciativas de productos, servicios e instalaciones para eliminar barreras de acceso	pág 95			
FS15	Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y productos financieros	Los mecanismos para distribuir los lineamientos para el correcto diseño y oferta de servicios y productos financieros son: mail Informaciones de Productos, Comunicación Interna, Reuniones Zonas Negocios, Base de Conocimiento de Producto, Manuales de Segmento y Capacitación, Mail Sistemas y Procesos con Publicaciones Políticas.			
FS16	Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario	pág 44 - pag 48			

TEMAS MATERIALES NO CUBIERTO POR ESTÁNDARES GRI					
GESTIÓN INTEGRAL DEL RIESGO					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 36	ODS 13	Principio 2. Impacto	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 36			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 36			
Contenido propio	Exposición de cartera bruta	pág 38			
	Provisiones constituidas e índice de riesgo	pag 38			
	Cartera vencida y porcentaje de cobertura de provisiones	pág 38			
Contenido propio	Activos y Pasivos Sensibles a Tasa de Interés	pág 38			
	Tasa de interés moneda nacional	pág 39			
	Tipo de cambio	pág 39			
	Requerimiento de capital	pág 39			
Contenido propio	Razones de liquidez	pág 39			
Contenido propio	La pérdida operacional bruta acumulada como porcentaje de los ingresos brutos	pág 39			

REPUTACIÓN

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 40			Principio 6. Transparencia y responsabilidad
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 40			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 42			
Contenido propio	Medición RepTrak Banco Popular	pág 40			
Contenido propio	Medición RepTrak AFP Popular	pág 40			

EDUCACIÓN FINANCIERA

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 44	Principio 1	ODS 4 ODS 8 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 44			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 44			
Contenido propio	Finanzas con propósito	pág 44			
Contenido propio	Mejora en el manejo financiero Finanzas con Propósito	pág 44			
Contenido propio	Participantes programa Master Class	pág 45			
Contenido propio	Banquero Joven Popular	pág 44 y 45			
Contenido propio	Canje de millas por cursos de educación financiera	pág 45			

INCLUSIÓN FINANCIERA

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 46	Principio 1	ODS 1 ODS 8 ODS 10 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 46			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 47			
Contenido propio	Red Subagentes bancarios	pág 46			
Contenido propio	Nuevos clientes Grupo Popular	pág 47			
Contenido propio	Afiliados a la billetera móvil	pág 46			
Contenido propio	Inserción jóvenes al sector financiero	pág 47			
Contenido propio	Programa con la ONG Dream Project	pág 47			
Contenido propio	Leads generados por recibidores y pagadores de remesas	pág 46			

EDUCACIÓN PREVISIONAL Y PREPARACIÓN PARA EL RETIRO					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 48	Principio 1	ODS 4 ODS 8 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 48			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 49			
Contenido propio	Formación y capacitación sobre el sistema previsional	pág 48			
Contenido propio	Público impactado en educación previsional y preparación para el retiro	pág 48			
APOYO AL EMPRENDIMIENTO					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 50	Principio 1	ODS 8 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 50			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 50			
Contenido propio	Resultados Impulsate Popular	pág 50			
Contenido propio	Diplomados en emprendimiento	pág 50			
Contenido propio	Apoyos a centros de emprendimientos	pág 50-51			
SATISFACCIÓN DE CLIENTES					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 62			
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 62			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 63			
Contenido propio	Net Promote Score	pág 64			
Contenido propio	Índice de deserción	pág 64			
Contenido propio	Encuesta de satisfacción del cliente	pág 64			
Contenido propio	Medición de facilidad hacer negocios	pág 64			
Contenido propio	Medición de posicionamiento	pág 64			
TRANSPARENCIA EN LA COMUNICACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 66			
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 66			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 67			
Contenido propio	Campañas enfocadas en la comunicación de productos y servicios	pág 66 y pág 67			

INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 69	Principio 1	ODS 4 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 69			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 70			
Contenido propio	Afiliaciones a canales digitales	pág 70			
Contenido propio	Nuevos clientes digitales	pág 70			
Contenido propio	Número de transacciones en internet banking	pág 70			
Contenido propio	Depósitos en cajeros automáticos	pág 70			
Contenido propio	Pagos en cajeros automáticos	pág 70			
Contenido propio	Porcentaje de transacciones realizadas por canales digitales	pág 70			

SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 72			Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 72			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 72			
Contenido propio	Eventos monitoreados en SOC	pág 73			
Contenido propio	Capacitación en seguridad y protección de la información	pág 73			

DESARROLLO SOCIAL Y PROTECCIÓN AMBIENTAL

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 85	Principio 7 Principio 9	ODS 1 ODS 3 ODS 7 ODS 8 ODS 13 ODS 15 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 85			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 87			
Contenido propio	Sanar una nación	pág 85			
Contenido propio	Hospital Universitario Maternidad Nuestra Señora de Altigracia	pág 85			
Contenido propio	Hidroeléctricas	pág 86 y pág 87			
Contenido propio	Acueductos comunitarios	pág 86			
Contenido propio	Envejeciendo con dignidad	pág 85			

EDUCACIÓN AMBIENTAL					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 90	Principio 8	ODS 6 ODS 13 ODS 15 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 90			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 91			
Contenido propio	Programa ¡Soy ecoeficiente!	pág 90			
Contenido propio	Programa Ahorrar nos hace bien	pág 90			
Contenido propio	Diplomado en Adaptación y Resiliencia Climática	pág 90			
Contenido propio	Panel “Buenas Prácticas y Lecciones Aprendidas de proyectos de adaptación basada en la comunidad”	pág 90			
Contenido propio	Talleres “Empresas y cambio climático, una transición hacia la economía verde”	pág 90			
Contenido propio	Articulación Empresarial para la Acción Climática	pág 90			
CONTRIBUCIÓN A LA EDUCACIÓN DE LA POBLACIÓN					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 92	Principio 1 Principio 5	ODS 1 ODS 4 ODS 8 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 92			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 94			
Contenido propio	EDUCA	pág 93			
Contenido propio	Cátedra en Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad “Alejandro E. Grullón E”	pág 92			
Contenido propio	Excelencia Popular	pág 92			
INCLUSIÓN DE PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD					
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas	pág 95	Principio 1	ODS 8 ODS 10 ODS 17	Principio 2. Impacto
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	pág 95			
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	pág 95			
Contenido propio	Talleres realizados en lenguaje de señas	pág 95			
Contenido propio	Número de personas capacitadas en lenguajes de señas	pág 95			
Contenido propio	Instalaciones adaptadas	pág 95			

