

BOLETÍN INFORMATIVO PARA LOS PROVEDORES DEL GRUPO POPULAR

Año 1 / No. 1 / Octubre 2016



CADENA
DE VALOR



**GRUPO
POPULAR®**



¡FORTALEZCAMOS NUESTRA CADENA DE VALOR!

Cadena de Valor del Grupo Popular



3,800
empresas proveedoras.



Unos **47**
proveedores intervienen
en la **emisión de una**
tarjeta de crédito.



Un
total de **546**
proveedores tienen más
de cinco años trabajando
para Grupo Popular.



Hasta **18** proveedores
se necesitan para que
opere adecuadamente un
cajero automático.



Generan
74,000
empleos.



Facturación
mensual promedio
RD\$1,900
millones.



El manejo integral de la relación de las empresas con sus proveedores se ha convertido en uno de los ejes estratégicos de la nueva gerencia. Contribuir a fortalecer esta generación de valor añadido en la cadena del suministro va en beneficio de la empresa que recibe los servicios y de los proveedores que los prestan, porque hacen de la gestión un proceso conjunto más confiable.

Para el Grupo Popular y sus filiales es de significativa importancia contar con un diverso portafolio de proveedores comprometidos y apegados a la ética y a la eficiencia operativa. Colaboradores que ejerzan las mejores prácticas y apliquen las políticas con transparencia.

El éxito de nuestra organización va alineado a los objetivos de crecimiento de nuestras empresas suministradoras de bienes y servicios. En la medida en que aumente la estandarización de los procesos con altos controles de calidad, aumentará también la confianza y la reputación

social de las empresas suministradoras que trabajan para el Grupo Popular y sus filiales.

Esta fidelidad, creada sobre base firme a lo largo de los años, nos llama ahora a incrementar la estandarización de los procesos con altos controles de calidad, robusteciendo la relación con cada uno de ustedes. Así creamos una cadena de valor con un impacto poderoso en la sociedad, en términos de contribución económica y de creación de empleo. En este contexto, hoy entregamos la primera edición de “Cadena de Valor”, el boletín informativo para proveedores del Grupo Popular, con carácter trimestral. Será una vía para transmitir nuestra cultura corporativa, compartir testimonios, noticias y crear un espacio abierto de participación con cada una de las miles de entidades proveedoras que forman parte de la familia Popular.

Sean todos bienvenidos.

EN ACCIÓN... TRANSMISIÓN DE CULTURA

El Popular, como banco líder en el mercado local, ejerce una Cultura Basada en Valores que modela, y siendo que los suplidores son recursos clave en nuestro accionar, existe un marcado interés en que conozcan los cinco valores que deben dirigir la toma de decisiones en el manejo de operaciones ejecutadas día a día. De esta manera, la red de empresas suplidoras del Grupo popular integra dichos valores en el desempeño de sus funciones, y ello les permite entregar un mejor servicio y fortalecer el vínculo con nuestra organización.

**INTEGRIDAD**

Reconocer que la integridad, es un aspecto fundamental para la toma de decisión frente a nuestros clientes, empleados, accionistas y en cada una de las acciones de nuestro estilo de vida.

**INNOVACIÓN**

Reconocer que la innovación es un atributo de las organizaciones exitosas que les permite revisarse, adaptarse a los cambios y reenfocarse de acuerdo a su naturaleza visionaria y a las tendencias del mercado.

**TRABAJO EN EQUIPO**

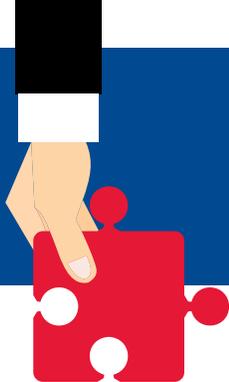
Reconocer la relevancia del Trabajo en Equipo como mecanismo impulsor para lograr los objetivos institucionales.

**SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

Reconocer que priorizar la satisfacción del cliente es una garantía para mantener su lealtad y confianza hacia la marca Popular y cada uno de nosotros como sus embajadores.

**RESPECTO**

Reconocer que el ejercicio del respeto, frente a los clientes, accionistas y ante nuestros compañeros de labores, sólo puede derivar de la creación de una cultura de hombres y mujeres justos y respetuosos.



ALIADOS DE LA CALIDAD

TESTIMONIO DEL SEÑOR JOSÉ LUIS OVALLES, VICEPRESIDENTE Y ADMINISTRADOR GENERAL DE DISTRIBUIDORA UNIVERSAL S.A.



José Luis Ovalles,
Vicepresidente -Administrador
Gral. de Distribuidora Universal.

¿Cómo usted describe la relación que tiene Distribuidora Universal con el Banco Popular?

Nuestra relación nace con nuestra empresa. Tenemos 41 años de manera ininterrumpida siendo suplidor y a la vez cliente de Banco Popular, y cada día se consolida y se hace más fuerte la relación de negocios, pues hemos crecido juntos y lo más importante es que hemos logrado todas las metas y objetivos que nos hemos trazado en todos estos años.

Nuestra empresa ha sido bendecida con tener un socio estratégico que todos los días nos plantea nuevos retos y nos impulsa a innovar. Iniciamos con ventas de sumadoras modelo Suma y Más, y así hemos pasado juntos todas las etapas de avances tecnológicos; hoy estamos brindándole al Banco soluciones a la medida en sus diferentes áreas. Ha sido un experiencia maravillosa ofrecerle nuestros servicios al Banco, y dicha experiencia la continuamos viviendo día a día. En el mes marzo de este mismo año recibimos un reconocimiento de parte del Popular como suplidor destacado, lo cual significó una inmensa satisfacción para todo el

personal de nuestra empresa, y lo más importantes es que al momento de anunciarlo todo el personal asumió como un objetivo propio el que nos mantengamos en la categoría de suplidor de destacado en los años siguientes, basándonos en la estrategia Ganar/Ganar, lo cual ha sido nuestra meta principal con todo nuestros clientes, en especial con ustedes.

¿Cuál es su opinión respecto a la Cultura Basada en Valores que promueve el Banco?

En los últimos dos años hemos participado en dos eventos sobre la Cultura Basada en valores que promueve el Banco y ha sido una experiencia enriquecedora, pues hemos logrado que todos nuestros colaboradores asuman los valores de Banco como los nuestros. Tenemos valores en común, como son la Integridad y el Trabajo en Equipo. Queremos continuar participando con estos eventos donde el Banco resalta sus valores todos los años, para que nuestro personal de nuevo ingreso los asuma de la misma manera que lo ha asumido el personal existente, y reafirmar nuestro compromiso con estos valores.

CUMPLIENDO LAS NORMAS



RESPECTO A LAS DISPOSICIONES DE LA LEY NO.72-02, SOBRE LAVADO DE ACTIVOS PROVENIENTES DEL TRÁFICO ILÍCITO DE DROGAS Y SUSTANCIAS CONTROLADAS

Nuestros suplidores están comprometidos, tanto las empresas como sus empleados, funcionarios, directores y representantes autorizados, a cumplir con los lineamientos y las disposiciones establecidos en la Ley 72-02 sobre lavado de activos provenientes del tráfico ilícito de drogas y sustancias controladas. Esta disposición ha sido creada a los fines de evitar conductas que tipifiquen el lavado de activos o el incremento patrimonial, procedentes de determinadas actividades delictivas y otras infracciones vinculadas.

En este espacio compartimos información sobre las reglamentaciones que rigen la relación comercial con nuestros suplidores. Reglas que a su vez garantizan nuestra gobernabilidad y responden a nuestro compromiso social.

INNOVACIONES

AZUL TRAE AL MERCADO LA TECNOLOGÍA DE PAGOS SIN CONTACTO

Servicios Digitales Popular, filial del Grupo Popular, vuelve a marcar un hito en innovación, al convertirse en el primer adquirente dominicano que trae al país la tecnología NFC (Near Field Communication), la cual hace posible los pagos sin contacto, a través de tarjetas de crédito y débito, en una primera fase. Con la aceptación de tarjetas sin contacto, los comercios afiliados a AZUL brindarán una nueva experiencia de pago a sus clientes, más ágil y también más segura. Gracias a esta innovación de AZUL, República Dominicana se convierte en el segundo país del Caribe en implementar esta tecnología en soluciones de pagos.





La siembra Popular es una actividad de integración que muestra un apoyo significativo en temas de responsabilidad social.

HACIENDO DE LA RESPONSABILIDAD UN EMBLEMA EMPRESARIAL

**PARA GRUPO POPULAR SER UNA EMPRESA RESPONSABLE IMPLICA ADOPTAR
EL COMPROMISO DE HACER QUE TODA SU OPERACIÓN ESTÉ EN ARMONÍA CON
UNA VISIÓN ÉTICA DE HACER NEGOCIOS.**

Antes de que el término Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se popularizara en la República Dominicana, Grupo Popular ya destacaba como una institución involucrada en la mejora de su entorno social y medioambiental, viabilizando las aspiraciones de progreso y desarrollo humano y democratizando los servicios financieros. Un proceso que inició en 1963. Actualmente el grupo financiero opera bajo un modelo de actuación sostenible, que proviene desde una visión institucional integral, a través de la Fundación Popular; y una empresarial ejercida por la Vicepresidencia de Relaciones Públicas y Comunicaciones de Grupo Popular y las demás empresas filiales del grupo, con el objetivo de crear valor social compartido.

Ejemplos de este accionar la red de oficinas fotovoltaicas, que reducen la huella ambiental y la emisión de CO₂ a la atmósfera; y el canal de Subagente Popular, instalado en miles de comercios de todo el país, lo cual promueve la inclusión financiera.

Asimismo, los talleres de capacitación para las PYME, a través de Impulsa Popular y los módulos de educación financiera a miles de empleados que reciben su nómina en la entidad financiera.

Para José Mármol, vicepresidente ejecutivo de Relaciones Públicas y Comunicaciones de Grupo Popular, la empresa debe ser ética, transparente y coherente en sus acciones, y en esa virtud agrega, está llamada a ofrecer un servicio al cliente responsable, asumir compromisos medioambientales y a invertir en el desarrollo comunitario.

Grupo Popular procura soluciones para problemas económicos y desafíos de la sociedad, como el desempleo juvenil, la calidad de la educación, la cultura financiera o los retos del cambio climático, como vías de integración para lograr la participación plena y efectiva en la sociedad, proveyendo o apoyando las herramientas que garantizan la mejoría de sus condiciones de vida.

Una de sus metas es innovar constantemente para promover vías novedosas a favor del desarrollo sostenible del país, y que esto se evidencia en los tres enfoques importantes que han sido integrados a su estrategia global: son la educación en finanzas personales, el desarrollo tecnológico y el fomento del emprendimiento.



53 sucursales cuentan con el sistema fotovoltaico.



Estudiantes de la escuela rural de La Ensenada.

Su visión también integra a la red de suplidores y proveedores con los que colaboran y a los que transmiten su cultura organizacional fundamentada en principios y valores éticos, con el propósito de que ellos sean parte de esta misma filosofía.

Para el resto de 2016, el Grupo continuará aportando a la transformación económica y social del país, con iniciativas alineadas a la naturaleza del negocio y que den respuesta a los desafíos que plantea la sociedad actual.



GALERIA POPULAR

EMPRESARIOS ENUMERAN PRÁCTICAS QUE GARANTIZAN EL ÉXITO EMPRESARIAL

EL FORO IMPULSA DEL BANCO POPULAR CONGREGÓ 1,500 EMPRESAS PYME

Los empresarios Felipe A. Vicini, presidente ejecutivo de INICIA; Marcial M. Najri, vicepresidente ejecutivo de Grupo Najri; y Manuel A. Grullón, presidente del Banco Popular y del Grupo Popular disertaron sobre las claves del liderazgo y los desafíos de la permanencia empresarial ante un auditorio de mil quinientos ejecutivos de pequeñas y medianas empresas, durante la cuarta edición del Foro Empresarial Impulsa, organizado por el Banco Popular Dominicano. Expusieron cuáles han sido sus principios de gerencia empresarial, su espíritu emprendedor y su visión de futuro, elementos que han permitido a sus grupos empresariales trascender en el tiempo.

