



Popular

2007

Informe de Responsabilidad
Social Corporativa

ALCANCE

Con este, nuestro primer Informe de Responsabilidad Social Corporativa, pretendemos informarle a todos los grupos de interés de Popular – tanto empleados y clientes, suplidores y accionistas, como las comunidades a las que servimos y a las organizaciones no gubernamentales con las que nos asociamos – acerca de cómo transformamos nuestra misión y valores en acciones concretas, medibles, que reflejan la profundidad de nuestra responsabilidad social. El Informe cubre la información más actualizada acerca de los negocios de Popular, de enero a diciembre de 2007. Cuando nos referimos a Puerto Rico, la referencia incluye los círculos de negocio comprendidos por Corporativo, Banco Popular Puerto Rico (BPPR) y EVERTEC y cuando nos referimos a los Estados Unidos, hablamos acerca del círculo de negocio que representa Popular North America (PNA). Aunque hacemos todo lo posible por mantener actualizada la información a través de nuestra Corporación, estamos al día con información acerca de algunos círculos de negocio que no está disponible para otros. Cuando existan este tipo de diferencias, lo señalamos a lo largo del Informe. Tenemos la meta de seguir laborando de manera que podamos proveerle la misma información acerca de todos nuestros negocios en el Informe de 2008. Para propósitos

de este informe la información fue proporcionada por distintos gerentes, a quienes se les indicó el período que cubre el Informe y una descripción de los indicadores. Dicha información es recolectada por nuestro sistema de informes financieros, la aplicación ZAP de recursos humanos y otros programas de software, entre otros. Como referencia para determinar el contenido de este Informe, hemos seguido una línea trazada por la Iniciativa Global de Divulgación (GRI, por sus siglas en inglés), organización que se ha dedicado a desarrollar las guías para la elaboración de memorias de sostenibilidad.

DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DEL INFORME

Hemos organizado la información contenida en este informe en torno a nuestros valores institucionales: compromiso social, cliente, integridad, excelencia, innovación, nuestra gente y rendimiento. Estos valores fueron determinados por nuestro Presidente y Principal Oficial Ejecutivo, Richard L. Carrión, plasmado así, por escrito, los principios que han distinguido a nuestra organización desde su fundación en 1893, en los que hemos enraizado nuestras acciones pasadas y que impulsan nuestra tradición hacia el futuro.

5



9



11



17



1 Mensaje del Presidente de la Junta de Directores, Presidente y Principal Oficial Ejecutivo

Excelencia: Creemos que sólo hay una manera de hacer las cosas: bien hechas.

2 Nuestra Compañía

Rendimiento: Nuestra meta es obtener resultados financieros altos y consistentes para nuestros accionistas, fundamentados en una visión a largo plazo.

3 Regencia Corporativa y Cumplimiento

Integridad: Nos desempeñamos bajo las normas más estrictas de ética, integridad y moral. La confianza que nuestros clientes nos depositan es lo más importante.

5 Gente

Nuestra Gente: Nos esforzamos por atraer, desarrollar, recompensar y retener al mejor talento dentro de un ambiente de trabajo que se caracteriza por el cariño y la disciplina.

9 Comunidad

Compromiso Social: Estamos comprometidos a trabajar activamente para promover el bienestar social y económico de las comunidades que servimos.

14 Servicio

Cliente: Logramos la satisfacción y lealtad de nuestros clientes añadiéndole valor a cada interacción. La relación con nuestro cliente está por encima de una transacción particular.

17 Ambiente

Innovación: Fomentamos la búsqueda incesante de nuevas soluciones como estrategia para realzar nuestra ventaja competitiva.

18 Indicadores del GRI (GR3)

EXCELENCIA: Creemos que sólo hay una manera de hacer las cosas: bien hechas.



Mensaje del Presidente de la Junta de Directores, Presidente y Principal Oficial Ejecutivo

Creemos que las vidas de nuestros empleados, clientes y vecinos debieran ser mejores gracias al Popular. Ese es el principio fundamental de nuestra compañía, la cual, a lo largo de su historia, ha estado estrechamente vinculada al bienestar de las comunidades a las que servimos. Nuestra misión, visión y valores reflejan el compromiso que practican a diario nuestros más de 12,000 empleados, a través del esfuerzo y la pasión con la que le dan vida a esos valores.

El último año estuvo lleno de grandes retos para la industria de servicios financieros y para nuestra Corporación. Tuvimos que tomar algunas decisiones muy fuertes y se han hecho cambios sustanciales. Sin embargo, a lo largo de este difícil proceso, jamás perdimos de vista nuestro activo más importante – la gente que encarna nuestros valores – y todo lo que tenemos que hacer para no sólo lograr sus expectativas, sino sobrepasarlas.

Siento un orgullo enorme por las iniciativas que emprende nuestra compañía. A la vez, soy consciente de que debemos mejorar en ciertas áreas si aspiramos lograr los estándares más altos de responsabilidad corporativa. En el 2006, publicamos nuestro primer informe comunitario para medir y comunicar nuestra inversión en la comunidad. Este año hemos hecho el esfuerzo de ser más disciplinados al informar nuestra responsabilidad social corporativa, no sólo para que se conozcan

nuestras actividades en este campo sino, más importante aún, para darnos una herramienta para medir y mejorar nuestros resultados año tras año. Con este primer informe de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) hemos marcado la pauta al hacer referencia a las guías G3 y al Suplemento del Sector Financiero.

En las próximas páginas estaremos compartiendo datos y anécdotas, así como hitos de la historia de nuestra compañía, todos, dentro del marco de la estructura de valores que rige nuestras ejecuciones. Este informe tiene un propósito doble: el de compartir información crucial y el de imponernos el reto de mejorar continuamente nuestra actuación en torno a nuestra responsabilidad social corporativa hacia el futuro. Les envío mi más sincera apreciación y agradecimiento a todas las personas que han contribuido desinteresadamente a hacer realidad este Informe.

Sinceramente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Richard L. Carrión'. The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the end.

Richard L. Carrión

Nuestra Compañía



INFORMACIÓN FINANCIERA SELECCIONADA, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2007:

- > Activos: \$44,400 millones
- > Préstamos: \$29,900 millones
- > Depósitos: \$28,300 millones
- > Ingreso Neto por Intereses: \$1,400 millones
- > Ingreso Operacional: \$694.3 millones
- > Valor Agregado en el Mercado: \$3,000 millones

NÚMERO DE PRODUCTOS O SERVICIOS PROPORCIONADOS:

- > Clientes BPPR: 1,368,911
Total de Productos: 2,699,377
- > Clientes BPNA: 469,508
Total de Productos: 1,217,752
- > Transacciones Totales de EVERTEC: 1,037,672,145

GRUPOS DE INTERÉS:

- > Empleados a Tiempo Completo: 12,303
- > Accionistas: 29,091

Durante el periodo comprendido en este informe, Popular pasó por distintos cambios en cuanto a su tamaño y estructura, que se detallan en el informe anual financiero de la Corporación, que se puede acceder en www.popular.com.

RENDIMIENTO: Nuestra meta es obtener resultados financieros altos y consistentes para nuestros accionistas, fundamentados en una visión a largo plazo.

Popular, Inc., es una compañía tenedora bancaria diversificada, de capital privado, registrada bajo el Bank Holding Company Act (Ley de Compañías Tenedoras de Banco) de 1956 y está sujeta a la supervisión y reglamentación de la Junta de Gobernadores del Sistema de la Reserva Federal. La Compañía se estableció hace 114 años y sus oficinas centrales están en Puerto Rico. Las acciones comunes de la Compañía están registradas en la Bolsa de Valores NASDAQ, bajo el símbolo "BPOP".

Nuestra estructura organizacional consiste de cuatro círculos principales: (i) el Círculo Popular Puerto Rico, que sirve a Puerto Rico y a las Islas Vírgenes a través de una red de más de 200 sucursales y 600 cajeros automáticos; (ii) el Círculo Popular North America, creado en el 2006 para agrupar al banco comunitario Banco Popular North America (BPNA), la subsidiaria de servicios financieros e hipotecarios Popular Financial Holdings (PFH) y el banco a través del Internet, E-LOAN; (iii) el Círculo de Procesamiento o EVERTEC, uno de los principales proveedores de soluciones para el procesamiento de datos y la tecnología de información en Puerto Rico y el

Caribe; y (iv) el Círculo Corporativo, un grupo centralizado que apoya a otros círculos de negocio en las áreas de finanzas, comunicaciones corporativas, planificación estratégica, manejo de riesgo y legal.

A través de nuestras subsidiarias, proveemos servicios de banca comercial e individual, seguros, inversiones y servicios de procesamiento. Popular, Inc., opera principalmente en los Estados Unidos (Florida, California, Nueva York, Nueva Jersey, Texas e Illinois), Puerto Rico e Islas Vírgenes (St. Thomas y Tortola). Somos la principal institución financiera en Puerto Rico y las Islas Vírgenes, así como la franquicia de servicios financieros hispana más grande en los Estados Unidos. A través de EVERTEC, Popular tiene una presencia en 12 países en América Latina. Le ofrecemos nuestros productos y servicios a individuos en los sectores masivos de ingresos bajos y moderados, y a los sectores más acomodados de la población, así como a clientes comerciales, incluyendo a empresas pequeñas y medianas, corporaciones y a entidades gubernamentales.

Breve Historia de la Ciudadanía Social Corporativa de Popular

<p>1893</p> <p>Se establece el Banco Popular para proveerle servicios bancarios al público en general, especialmente a los menos afortunados</p>	<p>1933</p> <p>Se establece la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Empleados Rafael Carrión Jr.</p>	<p>1944</p> <p>Popular encabeza el esfuerzo por asegurar la elegibilidad de los puertorriqueños para solicitar préstamos del FHA</p>	<p>1951</p> <p>Se inaugura sucursal móvil para llevar servicios bancarios a las áreas remotas y menos desarrolladas de la Isla</p>	<p>1957</p> <p>Se comparten las ganancias con los empleados por primera vez</p> <p>1961</p> <p>Se abre la primera sucursal de Estados Unidos, en el Bronx</p>
---	---	---	---	---

Regencia Corporativa y Cumplimiento

INTEGRIDAD: Nos desempeñamos bajo las normas más estrictas de ética, integridad y moral. La confianza que nuestros clientes nos depositan es lo más importante.

**EN ESTA SECCIÓN
DESCRIBIMOS:**
> **Cómo nos regimos**
> **Nuestro Programa de
Cumplimiento y Ética**

CÓMO NOS REGIMOS

La integridad es la piedra angular de cualquier relación de negocios, y en el negocio nuestro es particularmente importante. En Popular, uno de nuestros activos más importantes es nuestra reputación por mantener los más altos estándares éticos. Este compromiso con la integridad comienza en el nivel más alto de nuestra estructura corporativa, con nuestra Junta de Directores. Ésta consiste de nueve directores con distintos trasfondos en diferentes industrias y profesiones. Siete de los nueve miembros de la Junta son independientes, según establecido en los estándares de independencia para los directores del NASDAQ Stock Market, Inc. y no guardan una relación material con Popular. Nuestra Junta tiene comités permanentes que están compuestos de por lo menos cuatro miembros independientes, en las áreas de

Auditoría, Manejo de Riesgo, Dirección Corporativa y Nominaciones, y Compensación. El Presidente de la Junta de Directores es también nuestro Principal Oficial Ejecutivo y Presidente. Esto le permite a la Junta trabajar estrechamente con nuestro equipo gerencial, mejorando así su función de supervisión. Puede acceder más información acerca de nuestros comités y las responsabilidades de la Junta en nuestro sitio en la Red, www.popular.com.

Para asegurar que nuestra Junta de Directores tiene los medios para mantener su nivel de excelencia y rendimiento en función de sus responsabilidades, requerimos que la Junta pase por una serie de procesos evaluativos. La Junta pasa por una auto-evaluación por lo menos cada año, para poder determinar si está funcionando adecuadamente. Cada Comité de la Junta también pasa por un proceso de auto-evaluación por lo menos cada año y le informa a la Junta acerca de los resultados de esa evaluación. Además, en el 2007, la Junta pasó por un proceso de evaluación independiente por un tercero, dirigido por el Dr. Ram Charan, un reconocido escritor, orador y asesor de juntas y de ejecutivos corporativos,

que se realizó a través de entrevistas individuales con los miembros de la Junta.

También hemos establecido o mejorado distintas políticas corporativas que tienen un enfoque claro de prevención de riesgo. Entre estas políticas se encuentran: Desarrollo de Nuevos Productos; Monitoreo de Riesgo Operacional; Uso de Sistemas de Información; Seguridad de la Información; Administración de Riesgo por parte de un Proveedor de Servicios; Venta y Compra de Activos Financieros; y Retención de Documentos.

En Popular estamos conscientes de la responsabilidad que tenemos para con todos nuestros grupos de interés y hemos establecido los mecanismos necesarios para permitir una comunicación abierta y directa entre ellos y nuestra Junta de Directores. Cualquier accionista o empleado que quisiera contactar a nuestra Junta o a cualquiera de sus miembros puede hacerlo escribiéndoles directamente y también puede comunicarse con nuestro Comité de Auditoría o con cualquiera de sus miembros por teléfono o electrónicamente, a través de www.popular.com/ethicspoint-en, una herramienta confidencial y anónima con base en la Red.

1976

Se abre el Centro de Actividades con instalaciones deportivas y recreativas para los empleados y sus familias; el primero de la Isla con acceso para impedidos

1976

Los mercados de bonos excluyen al gobierno de Puerto Rico. Banco Popular le presta \$100 millones para que saliera de una crisis

1979

Se establece la Fundación Banco Popular para proveerle a la Corporación un marco filantrópico en Puerto Rico

1982

Banco Popular recibe el premio EVE del Departamento del Trabajo de los Estados Unidos por ser miembro fundador del Puerto Rico Liason Group, liderando los esfuerzos de hacer que las empresas cumplan con las leyes de acción afirmativa e igualdad de oportunidad de empleo

1983

Banco Popular introduce los primeros cajeros automáticos en Puerto Rico (Red ATH®)



Por el Libro

El Programa de Cumplimiento y Ética de Popular pretende asegurar el más alto nivel de integridad al enfocarse en distintos temas y factores que pudieran ser complejos y difíciles de aprender. Para poder sobrellevar ese obstáculo, desarrollamos una herramienta dinámica e interactiva para recordarle a la gente periódicamente lo crucial que es el cumplir con nuestro Código de Ética y otras políticas y guías relacionadas.

El meollo de la comunicación a la que nos referimos anteriormente es una campaña llamada: “By the Book” (Por el Libro). La campaña transmite la importancia de la conducta ética a través de una serie de casos verídicos presentados en formato de libro digital que los empleados pueden hojear y utilizar de referencia. Para poder motivar a nuestros empleados a que lean estos casos y aprendan las lecciones que contienen, los presentamos a modo de diario personal para hacerlos de lectura fácil.

NUESTRO PROGRAMA DE CUMPLIMIENTO Y ÉTICA

Nuestro Código de Ética establece las directrices éticas, de integridad y responsabilidad con los que esperamos que cumplan todos nuestros empleados y suplidores de servicio.

Sin embargo, Popular también ha desarrollado un amplio Programa de Cumplimiento y Ética, como parte de sus esfuerzos por asegurar nuestro cumplimiento con los más altos estándares éticos. Este Programa va más allá del Código de Ética y el Manual para el Empleado, al proveer la infraestructura necesaria para asegurar que todas las directrices y políticas relevantes se implanten e impongan efectivamente. Nuestro Código de Ética, aprobado por la Junta de Directores, es una parte integral del Programa de Cumplimiento y Ética y requiere que nuestros empleados, oficiales y directores logren una conducta que refleje los principios éticos que nos rigen. El Código está disponible en nuestro sitio en la Red, www.popular.com y en los intranets de la compañía.

Los directores, oficiales ejecutivos y empleados están obligados a cumplir con el Código y periódicamente reciben adiestramientos en distintos asuntos éticos, incluyendo los conflictos de interés. A finales del 2005 y durante el 2006 ofrecimos el primer Adiestramiento de Cumplimiento y Ética en toda la compañía.

EN EL 2007

- > **Implantamos una campaña de comunicaciones internas para reforzar la importancia de cumplir con el Código (vea el inserto).**
- > **Popular logró una participación de 96% en nuestro Adiestramiento de Cumplimiento y Ética y en el Adiestramiento en Prevención y Detección de Lavado de Dinero. Los empleados nuevos toman ambos adiestramientos cuando llegan a Popular y, por consiguiente, se ajusta la tasa de participación.**
- > **Lanzamos un Código de Ética para los Proveedores de Servicio de Popular, que también está disponible en nuestro sitio en la Red, www.popular.com.**

Al reconocer que nuestra industria es particularmente vulnerable ante el riesgo del lavado de dinero, en el año 2000 Popular implantó una política formal que requiere que todos los empleados se inscriban en el adiestramiento sobre Prevención y Detección de Lavado de Dinero. El programa consiste de tres módulos: Estudio por su cuenta, Sistema Electrónico de Prueba y una presentación en el Intranet.

1986

Nuestros empleados celebran su primera actividad de servicio voluntario, Comparte tu Navidad, actividad que se sigue celebrando hasta la fecha

1989

Se establece un Fondo de Asistencia de Emergencia para los Empleados, para proveer ayuda económica a los empleados en momentos inesperados de necesidad

1992

Se establece el Fondo de Becas Rafael Carrión Jr., para proveer becas universitarias a los hijos de empleados y empleados jubilados, a base de necesidad financiera y mérito académico

1993

Se lanza al mercado TeleBanco (banca por teléfono)

2004

Se establece el Banco Popular Foundation en los Estados Unidos

2007

Primera institución financiera que establece cajeros automáticos bilingües, con instrucciones de audio para los ciegos

Gente

EN ESTA SECCIÓN DESCRIBIMOS LO QUE POPULAR ESTÁ HACIENDO PARA CUMPLIR CON NUESTRO COMPROMISO DE:

- > Cuidar de nuestra gente
- > Asegurar su bienestar financiero
- > Comunicarnos con los empleados
- > Proporcionar oportunidades de adiestramiento
- > Promover la diversidad

La gente es el corazón de todo lo que representa nuestra compañía y todo lo que hacemos. Hemos decidido llamar a nuestros empleados Nuestra Gente y cuidamos de ellos al proveerles con un programa abarcador de beneficios, para ayudarles a lograr un balance entre sus vidas y sus carreras.

CUIDAR DE NUESTRA GENTE

Beneficios de salud

- > En Popular Puerto Rico los empleados que trabajan 30 horas o más pueden participar de un seguro médico de bajo costo, para ellos y sus familias, que incluye cobertura dental, de servicios ópticos y de medicamentos, además de un programa preventivo de salud.
- > En Popular North America existe este beneficio para todos los empleados y se extiende a los compañeros domésticos, ya fueran o no del mismo género. Además, hemos establecido un programa de manejo de salud diseñado para nuestra población a través de nuestro proveedor de seguro médico, para poder hacerle frente a distintas amenazas de salud entre nuestra fuerza laboral, tales como diabetes, hipertensión y problemas de la espalda.
- > Nuestra gente está cubierta por un seguro por incapacidad a corto y largo plazo, de vida y de muerte accidental, pagado por la compañía.

NUESTRA GENTE: Nos esforzamos por atraer, desarrollar, recompensar y retener al mejor talento dentro de un ambiente de trabajo que se caracteriza por el cariño y la disciplina.



Equilibrio entre trabajo y vida

- > Nuestra gente y sus familiares pueden disponer de un Programa de Asistencia para Empleados (PAE). El programa ofrece una variedad de formas de apoyo y mecanismos educativos que se enfocan en las necesidades de trabajo y vida, incluyendo asuntos financieros y legales, así como apoyo y consultoría personal y familiar.
- > En Puerto Rico tenemos un programa abarcador de salud y bienestar ocupacional, que le provee a los empleados acceso gratuito a gimnasios que están

ubicados en varios edificios de Popular, a la vez que le provee a los empleados la oportunidad de participar en distintos torneos deportivos intra-murales, además de otros servicios. En el 2007, más de 1,000 empleados estaban registrados como miembros activos de estos gimnasios.

- > A través del programa de salud, nuestros empleados también pueden inscribir a sus hijos en programas de verano que han sido diseñados para ampliar sus destrezas, adaptados a su edad. Más de 500 niños y jóvenes participaron en estos programas en el 2007.

PERFIL DEL EMPLEADO DE POPULAR

TIPO DE EMPLEO	PUERTO RICO	ESTADOS UNIDOS	AMÉRICA LATINA	POPULAR
Empleados a tiempo completo	7,784	3,594	277	11,655
Empleados a tiempo parcial	407	433	-	840
Empleados temporeros	186	3	-	189
Total de empleados	8,377	4,030	277	12,684



balance de trabajo

Los empleados elegibles pueden tomar ventaja de un programa de trabajo flexible.

Trabajo desde casa de EVERTEC

Constantemente tratamos de ayudar a nuestros empleados a lograr un balance entre el trabajo y el resto de sus vidas, un balance frecuentemente esquivo. EVERTEC implantó un estudio en el 2006 para averiguar qué era lo que los empleados entendían por flexibilidad en el trabajo. Los resultados demostraron una tendencia hacia el trabajar desde su casa, lo cual impulsó el desarrollo de un programa piloto de trabajo desde la casa que comenzó en junio, 2007.

Diecisiete empleados fueron seleccionados y adiestrados. También se les proveyó con herramientas tales como computadoras "laptop", tarjetas para conexión al Internet y acceso a los programas y aplicaciones de "software", para poder establecer sus estaciones de trabajo en sus hogares y así cumplir con sus responsabilidades.

A sólo seis meses de implantar el programa, el 100% de los participantes está satisfecho con la flexibilidad y con la comunicación efectiva con sus supervisores; el 84% dijo que el programa ha mejorado su desempeño y sus finanzas personales. A la vez, 71% de los gerentes ha dicho que el programa contribuye significativamente al desempeño de sus empleados, y mencionaron ejemplos estelares como un mejor compromiso de parte de sus empleados para poder ir más allá de las expectativas, una comunicación continua y un ambiente de trabajo menos tenso.

En el 2008, aumentaremos el número de empleados que participe dentro de la misma posición de trabajo, y expandiremos las posiciones elegibles para participar en el programa.

- > Mantenemos informados y asesoramos a todos nuestros empleados acerca de cualquier enfermedad seria que les pudiera afectar, a sus familias y a sus comunidades. En el 2007, les proporcionamos con una guía acerca de la gripe aviaria, que se puede acceder a través de nuestro intranet.
- > En Puerto Rico hay 315 empleados que están certificados como Coordinadores de Salud. Estos empleados tienen la responsabilidad de asesorar a sus compañeros de trabajo en cuanto a la salud, la seguridad ocupacional y asuntos de ambiente de trabajo.
- > Los empleados que sean elegibles para ello pueden tomar ventaja de las distintas opciones disponibles para un programa de trabajo flexible. Estas incluyen horarios reducidos de trabajo (que están disponibles en todas nuestras compañías), así como un programa de trabajo desde el hogar, en EVERTEC.
- > Un Fondo de Emergencia provee ayuda económica a nuestros empleados cuando tienen necesidades inesperadas tales como la muerte de un familiar, pérdidas causadas por un desastre natural o gastos médicos extraordinarios.
- > En general, el Banco redujo los beneficios de retiro en el área de participación en las ganancias diferidas y en el plan de pensión garantizado para los empleados más jóvenes o de menor tiempo de servicio. A cambio, los empleados recibieron aumentos en su salario básico y una contribución igualada por el Banco, del 1% de su salario básico hasta el 4% de su compensación total en el plan de ahorros 1165E (el equivalente en Puerto Rico de un 401(k) en Estados Unidos).
- > Nos aseguramos que los 5,000 empleados afectados por estos cambios recibieran y entendieran los cambios nuevos, a través de un programa coordinado de comunicaciones.

Honrando el compromiso con los empleados

- > En el 2007, el Banco desarrolló e implantó distintas medidas para que los empleados pudieran tomar mayor control de su propio futuro financiero. Estas incluyeron:
 - Seminarios de Planificación Financiera
 - Inscripción automática en el plan de ahorros 1165E.
- > Nuestros empleados con base en Estados Unidos disfrutaban de un plan de ahorros e inversiones 401(k) bien competitivo, que se distingue por un pareo de fondos que está por encima del mercado, de hasta un 4%, proporcionado por Popular.
- > Los empleados que están próximos a retirarse reciben apoyo y dirección para la planificación de su retiro.
- > Nuestra gente tiene acceso a toda una gama de servicios financieros a descuento, incluyendo cuentas de cheques, banca hipotecaria, arrendamiento de automóviles y planificación financiera.

ASEGURAR EL BIENESTAR FINANCIERO

Cambios a nuestros planes de retiro

- > En enero del 2006, el Banco Popular de Puerto Rico implantó cambios sustanciales en su programa de retiro, para lograr llenar de mejor manera las necesidades demográficas cambiantes de nuestros empleados. El objetivo primario era mantener una competitividad total en la compensación, así como un alineamiento a través de la corporación, a la vez que proveemos mayor flexibilidad a los empleados y que promovemos una responsabilidad compartida con el ahorro para el retiro.

adiestramiento

En el 2007, nuestra gente recibió 247,131 horas de adiestramientos internos, un promedio de 21.2 horas de adiestramiento por empleado.

COMUNICACIÓN CON LOS EMPLEADOS

Intranets

Incluyen las políticas y guías de la compañía, los estándares de salud y seguridad, oportunidades de desarrollo profesional y noticias de la compañía.

Periódicos Internos

Se distribuyen mensualmente, ya fuera en persona o electrónicamente, a cada uno de nuestros empleados.

Reunión de Líderes

Una vez al año, la alta gerencia comparte las metas estratégicas para el año con los gerentes. Después de la reunión, los gerentes reciben un paquete de comunicación para compartir la información que han recibido con otros empleados.

Encuesta de Satisfacción

Cada 18 meses hacemos encuestas de satisfacción para medir y administrar el compromiso y satisfacción del empleado. En Puerto Rico, las encuestas de 2006–2007 indicaron que el 70% de los entrevistados están “comprometidos”, lo que significa que hablan de manera positiva acerca de la organización consistentemente, tienen un deseo intenso de ser parte de la organización y hacen un esfuerzo extra para comportarse de manera que contribuya al éxito del negocio.



PROPORCIONAR OPORTUNIDADES DE ADIESTRAMIENTO Y DESARROLLO PROFESIONAL

Adiestramiento

> Hemos desarrollado un currículo abarcador de programas de desarrollo profesional para nuestros empleados en todos los niveles de la compañía, para ayudar a nuestra gente a maximizar su potencial. En el 2007, nuestra gente recibió 247,131 horas de adiestramientos internos, un promedio de 21.2 horas de adiestramiento por empleado, una inversión de más de \$1.5 millones. También les ofrecemos a nuestros empleados la oportunidad de inscribirse en adiestramientos y programas educativos relacionados a su trabajo fuera de la institución, que, a base de cada caso, paga parcial o totalmente Popular.

Nuestros programas de desarrollo profesional incluyen:

- > Programa Ejecutivo de Liderazgo
- > Programa Ejecutivo de Desarrollo
- > Programas de Desarrollo Gerencial
- > Programa de Manejo de Talento Popular
- > Programas de Adiestramiento para Internos
- > Programa de Adiestramiento para Representante Bancario

Desarrollo Profesional

- > Todos nuestros empleados pasan por un proceso de evaluación anual que consiste de un repaso del desempeño y desarrollo profesional, que se hace conjuntamente con los supervisores, así como del establecimiento de las metas profesionales que se deben alcanzar durante el año.
- > Ofrecemos programas de reembolso con los que estimulamos a nuestros empleados para que obtengan grados universitarios o de posgrado en colegios o universidades acreditados, así como en las organizaciones que se especializan en una educación orientada al desarrollo de una carrera. En el 2007, Popular invirtió \$655,493 para apoyar a más de 250 empleados que están continuando su educación.



CENTRO DE ADIESTRAMIENTO Y DESARROLLO

Fieles a nuestro compromiso de atraer, desarrollar y retener el mejor talento, construimos y administramos el centro de adiestramiento y desarrollo más grande del Caribe. La instalación cuenta con 15 salones de adiestramiento, incluyendo dos réplicas de una sucursal bancaria en las que adiestramos a los representantes bancarios, en un ambiente idéntico a sus futuros lugares de trabajo. El Centro está equipado con la tecnología educativa más avanzada.

El Centro tiene un personal profesional que se especializa en adiestramiento, asesoría organizacional, logística y tecnología. Su currículo está diseñado para llenar las necesidades profesionales de los empleados de Popular y se actualiza constantemente con lo último en las tendencias de adiestramiento y desarrollo. Los empleados reciben adiestramientos en áreas tales como desarrollo organizacional, cumplimiento reglamentario, banca individual, crédito y desarrollo administrativo.

Las organizaciones comunitarias sin fines de lucro también se benefician de la instalación, la que tienen disponible sin costo alguno.

diversidad

En los Estados Unidos, el 57% de los empleados son minorías.

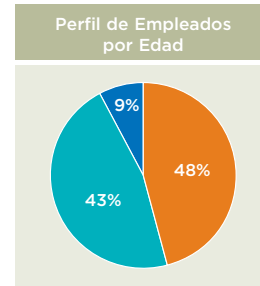


FOMENTANDO LA DIVERSIDAD

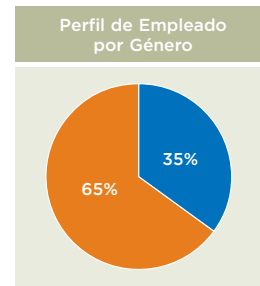
- > En Popular, la diversidad en sí está incorporada. Al ser el banco hispano más grande en los Estados Unidos, honramos nuestra herencia al promover la diversidad en todas nuestras prácticas para con la gente, así como en nuestros esfuerzos por servir a la mayor cantidad posible de comunidades distintas en los lugares donde tenemos presencia.
- > Es razonable asumir que por lo menos el 90% de nuestros aproximadamente 8,000 empleados en Puerto Rico son predominantemente hispanos o latinos. En los Estados Unidos, el 57% de los empleados pertenecen a minorías.

- > Popular ha implantado programas de Acción Afirmativa para evitar prácticas de empleo que puedan estar en conflicto con nuestras políticas antidiscriminatorias. Nuestro Código de Ética y Guías Corporativas de Igualdad de Oportunidades de Empleo y sobre el Hostigamiento también reflejan nuestro compromiso con este renglón.
- > Proveemos un lugar de trabajo seguro y cómodo para las personas con impedimentos. En Puerto Rico hay 650 acomodos razonables registrados en nuestra organización, y ofrecemos intérpretes de lenguaje de señas para nuestras actividades corporativas y evaluaciones, cuando fuera necesario. Además, hacemos que las oportunidades de empleo sean accesibles para esta población al anunciar nuestras posiciones vacantes en la oficina del Procurador para Impedidos y las oficinas de Rehabilitación Vocacional, entre otros lugares.

POPULAR



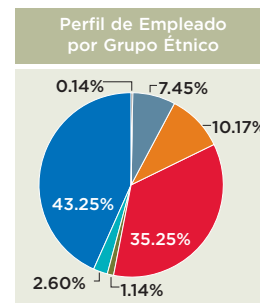
■ menos de 35
■ 35-55
■ más de 55



■ mujeres ■ hombres

59% de los gerentes son mujeres

ESTADOS UNIDOS



■ indio americano/alasqueño
■ asiático/islas de Hawaii o del Pacífico
■ negro o africano americano
■ hispano o latino
■ multi racial
■ otro
■ blanco

50% de los gerentes son minorías

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS DEL 2007

ORGANIZACIÓN	LOCALIZACIÓN	PREMIO/RECONOCIMIENTO
Orlando Sentinel "Top 100 Companies for Working Families"	Florida Central	Premio de Mejor Patrono
National Association for Business Resources	Chicago	Las 101 Mejores Compañías en Donde Trabajar en Chicago
Best Companies and Texas Partners	Houston	Premio de Mejor Patrono
Cámara de Comercio de Anaheim	Anaheim	Corporación del Año
Reserva y Guardia Nacional	Puerto Rico	Declaración de Apoyo
Cámara de Representantes de Puerto Rico	Puerto Rico	Cooperativa de Crédito y Ahorro para Empleados Rafael Carrión Jr.

Comunidad

ESTA SECCIÓN DESCRIBE CÓMO POPULAR TRABAJA CON LAS COMUNIDADES A TRAVÉS DE:

- > Contribución corporativa
- > Nuestras fundaciones
- > Servicio voluntario de nuestros empleados
- > Educación financiera
- > Préstamos a nuestras comunidades

Nuestra Corporación se estableció con una misión sencilla pero importante: el proveer servicios financieros para todo el mundo, incluyendo a los menos afortunados. A lo largo de una historia que cubre más de un siglo, nos hemos aferrado al compromiso que hicieron nuestros fundadores y hemos trabajado hombro a hombro con las comunidades a las que servimos para apoyar su crecimiento, ayudarlas en los tiempos difíciles, y proveerles con los recursos para estimular su educación, expresión cultural y desarrollo económico.



COMPROMISO SOCIAL: Estamos comprometidos a trabajar activamente para promover el bienestar social y económico de las comunidades que servimos.



CONTRIBUCIÓN CORPORATIVA

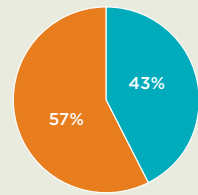
Como parte de nuestra misión, también aportamos a causas benéficas a través de contribuciones en efectivo y con materiales y servicios. Estas contribuciones se hacen a través de donativos de la compañía, auspicios, eventos caritativos y alianzas con organizaciones comunitarias que están haciendo una diferencia en nuestras comunidades.

Aportamos \$1,894,749.41 en contribuciones a organizaciones tales como:

- > **Niños Escuchas:** La Corporación invirtió \$22,500 para ayudar a celebrar la conmemoración de los 100 años del movimiento escutista, que incluye el patrocinio de la iniciativa Obrando por Puerto Rico a través de 20,000 horas de servicio comunitario durante el año, así como talleres de administración personal para los niños escuchas, provistos por nuestros empleados.
- > **Carrera de 5K:** Por tercer año consecutivo, hemos patrocinado una carrera para levantar fondos para la Fundación de Investigación San Jorge y la Fundación Pro Departamento de Pediatría Oncológica en el hospital universitario local. Más de 2,000 personas participaron en la carrera, recaudando \$60,000.
- > **March of Dimes:** La región del Sur de la Florida de BPNA recaudó más de \$45,000 para la campaña Walk America del March of Dimes. March of Dimes está dedicada al mejoramiento de la salud de bebés, al ayudar a prevenir defectos de nacimiento, partos prematuros y la mortandad infantil.

En el 2007, Popular aportó \$4.4 millones a organizaciones comunitarias a través de sus fundaciones y la Corporación.

Donativos de las Fundaciones y la Corporación



Donativos de las Fundaciones: \$2,550,503
Donativos de la Corporación: \$1,894,749

FUNDACIÓN BANCO POPULAR, PUERTO RICO		
PROGRAMAS	DESCRIPCIÓN	RESULTADOS
Fondo de Becas Rafael Carrión Jr.	Provee becas universitarias a los hijos de nuestros empleados y jubilados, a base de necesidad financiera y aprovechamiento académico	103 estudiantes recibieron un total de \$166,432 en becas
Premio a la Excelencia Académica Rafael Carrión Jr.	Premia los logros académicos de estudiantes de cuarto año de escuela superior	85 premiados, una inversión de \$85,000
Pilares para el Crecimiento	Programa para aumentar las capacidades de organizaciones comunitarias sin fines de lucro	Seis organizaciones se inscribieron en un proceso de auto-evaluación de seis meses de duración en octubre del 2007
Revive la Música	Programa desarrollado en asociación con otros grupos para recolectar, renovar y donar instrumentos musicales a programas de educación musical para la juventud	En septiembre del 2006, 25 organizaciones recibieron instrumentos donados y se lanzó una segunda etapa de recolección en noviembre del 2007



FUNDACIÓN BANCO POPULAR, P.R.		
AÑO	PARTICIPACIÓN DE EMPLEADOS	TOTAL DE LA CONTRIBUCIÓN
2007	71%	\$631,796
2006	64%	\$578,617
2005	61%	\$458,392

NUESTRAS FUNDACIONES

En 1979, establecimos una estructura filantrópica formal para la Corporación en Puerto Rico, a través de la Fundación Banco Popular. La Fundación se esfuerza por mejorar la calidad de vida de los puertorriqueños, apoyando iniciativas educativas, culturales y comunitarias para niños y jóvenes. En el 2004, expandimos nuestra estructura filantrópica para incluir las operaciones de Popular en los Estados Unidos, a través de Banco Popular Foundation, cuyos esfuerzos están enfocados en apoyar la educación, la vivienda asequible, los pequeños negocios y el desarrollo comunitario de los mercados que servimos.

Fundación Banco Popular en Puerto Rico

Fundación Banco Popular otorgó \$1,793,866 en donativos a distintas organizaciones con base comunitaria o sin fines de lucro. Estos donativos se distribuyeron de la siguiente manera:

- > \$1,580,202 a 77 organizaciones que favorecen la educación o el desarrollo comunitario
- > \$213,664 a 26 organizaciones, a través del Programa de Pareo de Fondos. Este programa permite que los empleados de Popular en Puerto Rico donen fondos a las causas que ellos eligen. Durante el 2007, 71% de los empleados contribuyeron a la Fundación, lo que representa un aumento de 11% en comparación con el 2006. Este aumento se logró, en parte, gracias a una campaña de comunicaciones interna dirigida por la Fundación, durante todo el año.

BANCO POPULAR FOUNDATION, E.U.		
AÑO	PARTICIPACIÓN DE EMPLEADOS	TOTAL DE LA CONTRIBUCIÓN
2007	60%	\$250,000
2006	45%	\$200,000
2005	12%	\$115,390

Banco Popular Foundation en los Estados Unidos

En el 2007, Banco Popular Foundation otorgó \$505,205 a 43 organizaciones. Cada donativo aprobado por la Fundación tenía el apoyo de por lo menos un empleado que estuviera involucrado en la organización. Durante el 2007, 60% de los empleados contribuyeron a la Fundación.

Los empleados en Puerto Rico y Estados Unidos aportaron \$881,796 a nuestras fundaciones.

SERVICIO VOLUNTARIO DE LOS EMPLEADOS

Nuestros empleados encarnan el compromiso de Popular con el servicio comunitario. Frecuentemente son ellos quienes nos han hecho conscientes de organizaciones meritorias que hacen un trabajo extraordinario. De manera desinteresada, nuestros empleados aportan 25,000 horas de servicio voluntario, a demás su tiempo, dinero y talento a muchas iniciativas comunitarias.

Durante el Día de Hacer la Diferencia, los empleados de Popular realizaron 120 proyectos de servicio voluntario.

Los empleados participan en actividades tales como las siguientes:

> **Día de Hacer la Diferencia:** Por quinto año consecutivo, Popular participó en este evento voluntario nacional. En el sur de California los voraces incendios que forzaron el cierre temporero de varias

sucursales no impidieron que nuestros empleados cumplieran con sus actividades voluntarias. Una campaña de donación de sangre en nuestra oficina principal logró la participación de 30 donantes.

> **Big Brother/Big Sister Bowl-a-Thon:**

Cientos de empleados de EVERTEC participaron en un torneo de bolos que logró recaudar \$4,800 para la organización Big Brother/Big Sister en Puerto Rico. La Compañía también donó una computadora "laptop" a la organización sin fines de lucro.

> **Asociación de la Distrofia Muscular, (MDA, por sus siglas en inglés):**

Durante el campamento de verano para los participantes de la MDA, la organización demuestra su apoyo para los proveedores de cuidado al darles esa semana de vacación. Se invita a distintas compañías a que patrocinen uno de los días de actividades recreativas y BPPR ha patrocinado este evento por los últimos 20 años.



Community Build Day

En agosto del 2007, Popular se involucró en una nueva oportunidad para apoyar las comunidades a las que sirve al unirse al Financial Services Roundtable en su proyecto de renovación urbana conocido como Community Build Day. Este evento de servicio voluntario, que se llevó a cabo por sexto año consecutivo, se celebró en más de 200 ciudades en Estados Unidos y, por vez primera, en Puerto Rico. La actividad consiste de reunir a voluntarios para que ayuden a construir y mejorar hogares y escuelas.

Popular participó junto a Habitat for Humanity en Orlando y Nueva Jersey para construir hogares nuevos para personas que cualificarán. En St. Louis, nos juntamos con el grupo Rebuilding Together y remodelamos un hogar para envejecientes, mientras que en Puerto Rico, nuestros voluntarios se unieron para limpiar, pintar y sembrar un jardín en una escuela superior pública.

El Community Build Day se estableció a través del Financial Services Roundtable, organización que representa a las cien principales compañías de servicios financieros en los Estados Unidos. La organización resalta el trabajo que hacen las compañías de servicios financieros como Popular, para beneficio de las comunidades a las que sirven, y para ayudar a construir y reforzar las asociaciones que hacen con los líderes políticos nacionales y locales.



apoyo

En el 2007, les ofrecimos educación financiera y servicios financieros tales como asesoría en impuestos a 224 organizaciones, alcanzando a 77,615 personas.



EN RIELES: OTRA FORMA DE MOVERNOS POR VIEJO SAN JUAN

La Sala de Exhibiciones Rafael Carrión Pacheco representa una importante contribución a la comunidad en Puerto Rico, y es un lugar reconocido para celebrar actividades culturales y educativas. Situado en el histórico edificio de arte decó del Banco Popular en el Viejo San Juan, es un centro de expresión cultural donde se han celebrado exhibiciones acerca de temas tan relevantes como la transportación, el ambiente, la música y el cine. La entrada a estas actividades siempre ha sido gratuita.

Recientemente inauguramos una nueva exhibición, *En Rieles: otra forma de movernos por Viejo San Juan*, una propuesta para participar en el bienestar y el futuro de nuestra Isla. Con la idea de un tranvía como punto de partida, la exhibición ha causado un debate público acerca del tema de la transportación urbana, especialmente en la importante zona histórica del Viejo San Juan.

Usando un modelo a escala dinámico y moderno, *En Rieles* hace que los visitantes cobren conciencia acerca de los retos que enfrenta la ciudad en cuanto a la transportación, a la vez que propone soluciones viables para resolverlos. Además, se ha organizado una serie de conferencias y videos que han logrado ampliar la discusión acerca del tema.

En noviembre del 2007, el Congresista norteamericano Earl Blumenauer (demócrata por Oregón), hizo una presentación ante representantes clave de los sectores público y privado, que promovía el muy exitoso programa de transportación pública de su ciudad, Portland. A Blumenauer se le reconoce por su trabajo en la renovación de centros urbanos deprimidos a través del desarrollo de soluciones prácticas a sus problemas y ha declarado que el éxito de la renovación urbana de Portland se debe a su sistema de tranvía.

El apoyo de esta exhibición por parte del público ha generado la visita de más de 11,000 personas, incluyendo grupos de 68 escuelas públicas y privadas. El Colegio de Arquitectos de Puerto Rico reconoció a la exhibición *En Rieles* por su compromiso con los asuntos urbanos.

EDUCACIÓN FINANCIERA

El tener ciudadanos que sean conocedores de las finanzas es de beneficio para nuestra sociedad. Al ser la institución financiera más grande de Puerto Rico y el banco hispano más grande en los Estados Unidos, estamos obligados a compartir nuestro conocimiento financiero con nuestros clientes y el público en general, para que ellos puedan prosperar y alcanzar su propio bienestar económico.

Con nuestro programa Compromiso Popular en Puerto Rico, le proveemos educación financiera al público en general, a través de una serie de seminarios educativos en toda la Isla. El programa,

que comenzó en el 2006, benefició a 1,500 personas el año pasado, gracias a un programa calendarizado de sesiones para temas tales como ahorros, crédito, presupuestos, vivienda y robo de identidad.

En Estados Unidos, Banco Popular North America tiene un programa de Educación Financiera abarcador, diseñado para proveer información financiera básica para públicos específicos, que usa herramientas y recursos apropiados para distintas edades.

En el 2007, le ofrecimos Educación Financiera y servicios financieros tales como asesoría en impuestos a 224 organizaciones, alcanzando a 77,615 personas.

PRÉSTAMOS PARA NUESTRAS COMUNIDADES

A lo largo de su historia de 114 años, Popular ha proporcionado servicios bancarios y productos accesibles para la población que no tiene relaciones bancarias. Estamos comprometidos con llenar las necesidades de crédito de las comunidades a las que servimos, a través de la innovación y la accesibilidad.

Préstamos en Puerto Rico

Proveemos financiamiento para pequeños negocios y fincas agrícolas pequeñas. Nuestros préstamos para el desarrollo comunitario están enfocados en ayudar

a que los individuos de ingresos bajos y medianos puedan obtener viviendas asequibles, actividades que promuevan el desarrollo económico y la revitalización de áreas de ingreso bajo y medio.

- > Los programas para pequeños negocios de BPPR ayudaron al crecimiento de 19,414 pequeños negocios y de 581 fincas agrícolas pequeñas, prestando más de \$1,700 millones en el 2007.
- > Otorgamos 191 préstamos para desarrollo comunitario, distribuidos como sigue:
 - \$52 millones en vivienda asequible
 - \$7 millones en desarrollo económico
 - \$119 millones en servicios comunitarios
 - \$16 millones en revitalización y estabilización.
- > BPPR otorgó \$2,800 millones en préstamos hipotecarios y para mejoras al hogar.
- > La División Multifamiliar cerró diez préstamos por un total de \$19.7 millones. Cinco de esos préstamos fueron para proyectos de construcción nuevos, lo que permitió el desarrollo de 346 unidades residenciales para la población envejeciente de ingresos bajos.

Vivienda Popular

- > Pronto Popular – se otorgó un total de \$70,437 del Federal Home Loan Bank de Nueva York a 15 participantes.

Préstamos en los Estados Unidos

La presencia de BPNA y su historial de trabajar con los pequeños negocios en Estados Unidos refleja nuestro compromiso para con ellos.

- > En el 2007, proporcionamos financiamiento a 4,567 negocios, con un total de casi \$448 millones.
- > Otorgamos 104 préstamos para desarrollo comunitario, distribuidos como sigue:
 - \$182 millones en vivienda asequible
 - \$1.5 millones en desarrollo económico
 - \$20 millones en servicios comunitarios
 - \$3 millones en revitalización y estabilización.
- > BPNA otorgó \$1,300 millones en préstamos hipotecarios y para mejoras al hogar.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS DEL 2007

ORGANIZACIÓN	LOCALIZACIÓN	PREMIO/RECONOCIMIENTO
Administración Federal de Pequeños Negocios (SBA, por sus siglas en inglés)	Nueva Jersey Nueva York E.U.	Premio de Oro SBA Premio de Platino SBA Premio de Oro
William Boyland Representante de Distrito de NY	Nueva York	Premio de Desarrollo Económico William Robinson
Distrito de Santa Ana del SBA	Riverside	Mayor aumento en préstamos 7a
Red Vecinal de Near Northwest	Chicago	Asociación de Apoderamiento NNNN/Humboldt Park
Cámara de Comercio Hispana de Aurora	Aurora	Premio Estrella
Relevo por la Vida, Sociedad Americana del Cáncer	Puerto Rico	Segundo Lugar: Recaudación de Fondos



Aliándonos con nuestras comunidades

Banco Popular North America está comprometido con apoyar aquellas iniciativas que promueven la educación y el desarrollo económico. Para poder impulsar este compromiso, vamos más allá de meramente hacer donativos en nuestras relaciones con la comunidad. Nuestras alianzas actuales con Junior Achievement, ACCION USA y DeVry University se enfocan en fomentar las oportunidades para el desarrollo empresarial y la educación superior continuada.

- > **JUNIOR ACHIEVEMENT** es nuestro socio en el campo de la educación. Los empleados de BPNA sirven como voluntarios en los salones de clase en distintos estados y han servido como anfitriones para distintas actividades de recaudación de fondos que, junto con los donativos de materiales y servicios, nos permitieron donarle \$302,982 a la organización en el 2007.
- > **ACCION USA**, un socio comunitario desde 1999, le ha permitido a BPNA proveer asistencia de crédito y financiamiento a microempresarios. En el 2007, co-patrocinamos un fondo de préstamos de \$5.5 millones para pequeños negocios en el área de Upper Manhattan en Nueva York.
- > **DEVRY UNIVERSITY** es nuestro socio en el área de la educación superior. A través de esta relación, otorgamos \$1,089,000 en becas para estudiantes de bajos ingresos y de minorías que buscaban una oportunidad de conseguir una educación superior en las comunidades a las que servimos.

Servicio

EN ESTA SECCIÓN NOS REFERIMOS A NUESTRA RELACIÓN CON NUESTROS CLIENTES A TRAVÉS DE:

- > Accesibilidad
- > Calidad de servicio y satisfacción
- > Innovación

Al ser una compañía tenedora bancaria diversificada, que provee servicios a una amplia gama de clientes en distintas localidades geográficas, el trabajo que hacemos afecta a muchas personas, todos los días. Nos esforzamos por hacer que cada uno de estos individuos se sienta atendido, a la vez que damos lo mejor de nosotros para proveerle los servicios que necesita.

ACCESIBILIDAD

Nos esforzamos por proveer el mejor servicio posible a todos nuestros clientes, cuando fuera y donde fuera que los necesitaran. Ofrecemos una abarcadora red de puntos de contacto para los clientes, para que nos puedan conseguir en cualquier momento, en cualquier lugar.

Además, cada lugar en nuestra red de sucursales en Puerto Rico también sirve como centro de pago para servicios tales como el agua y la luz, además de otros servicios. Se procesan más de 19.9 millones de pagos anualmente a través de nuestra red de sucursales, tanto para clientes como no clientes, un promedio de 1.7 millones de transacciones mensuales.

CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN

En el 2005, introdujimos una iniciativa abarcadora de servicio al cliente, “Customer Care”, en Puerto Rico.

CLIENTE: Logramos la satisfacción y lealtad de nuestros clientes añadiéndole valor a cada interacción. La relación con nuestro cliente está por encima de una transacción particular.

Durante el 2007, alcanzamos una importante serie de logros en “Customer Care”, que incluyeron:

- > Una reducción de 30% en las filas de servicio en las sucursales gracias, en parte, a un programa que lleva empleados de otras áreas del banco a trabajar en las sucursales en días de alto volumen, para facilitar las transacciones de los clientes, ayudándolos a prepararse para la transacción mientras esperan en la fila.
- > El desarrollo de programas integrados de comunicación interna, para alentar a los empleados a que lideren iniciativas de atención al cliente, tales como la Red Sonrisas y Líderes en Acción.
- > El desarrollo de estándares de servicio para la división de Nuestra Gente, para integrarlos en las guías de la revisión de desempeño y en las orientaciones para nuevos empleados.

En Puerto Rico, también establecimos una unidad central para el manejo de casi un 80% de las reclamaciones y quejas de parte de nuestros clientes. Estamos trabajando arduamente para reducir el número de querellas, a la vez que le proveemos al cliente con una experiencia excepcional cuando trabajamos sus querellas. Gracias a que mantuvimos un enfoque continuo hacia estos objetivos, en el 2007 logramos:

- > Reducir las querellas relacionadas a nuestro programa PREMIA en un total de 10% y en un 46% a base mensual.
- > Reducir las querellas sobre pagos en un 8%.

PUNTOS DE CONTACTO DE POPULAR	
Sucursales bancarias	351
Sucursales no-bancarias	282
Oficinas	633
Cajeros Automáticos	4,944
Terminales de punto de venta	100,500
Banca por Internet	24/7
Banca por teléfono	24/7



RECLAMACIONES Y QUERELLAS BPPR		
TIPO	DESCRIPCIÓN	PROMEDIO 12 MESES
Reclamaciones Recibidas	Volumen total de reclamos recibidos por interrupciones de servicios bancarios	15,944
Reclamaciones Resueltas	Por ciento del total de reclamaciones recibidas que fueron resueltas	99.54%
Querellas Recibidas	Total de querellas recibidas con relación a transacciones; desempeño de empleado, banco o producto	310
Querellas Resueltas	Por ciento del total de querellas recibidas que fueron resueltas	99.40%

cajero parlante

Hay cajeros automáticos parlantes disponibles en 73 puntos estratégicos a lo largo de la Isla y esperamos instalar 28 más durante el 2008.

No obstante estas mejorías notables, continuamos trabajando para ir más allá de las expectativas de nuestros clientes. Hemos identificado varios retos que tenemos por delante para poder lograr nuestras metas de “Customer Care”, incluyendo la necesidad de manejar la motivación de los empleados en momentos difíciles, de establecer objetivos de ventas y servicio para todos los empleados, así como para movernos con un paso más acelerado.

Mientras tanto, en EVERTEC, logramos un nivel de satisfacción del cliente de 80%. La encuesta fue hecha por una entidad independiente y esos resultados se hicieron a base de un índice que mide servicio, calidad de producto y valor, entre otros indicadores.

En los Estados Unidos contratamos a una organización externa para evaluar nuestro desempeño en servicio al cliente, como parte de nuestra promesa de lograr que los sueños de nuestros clientes se hagan realidad, al ayudarles a lograr sus metas financieras.

A finales del 2007, logramos marcar varios hitos importantes tales como:

- > Un aumento en compromiso del cliente, de un 25% a un 29%
- > Una reducción en el tiempo de espera en las sucursales, a 10 minutos o menos, según lo indicó el 81% de los clientes
- > Una reducción en el promedio de días para resolver una queja de un cliente, de 12.35 días a 6.31
- > Un aumento en la probabilidad de que un cliente recomendara al Banco Popular, del 43% al 45%.



Un cajero automático le habla a los ciegos

Hace algunos años, José M. Álvarez, un activista a favor de la comunidad ciega, visitó a David H. Chafey, Presidente de Banco Popular Puerto Rico. Durante su conversación, Álvarez sugirió que el Banco debiera integrar un sistema de voz en sus cajeros automáticos, para que los más de 100,000 ciegos de la Isla pudieran utilizarlas con facilidad.

Chafey pensó que esto era una buena idea y se lo comunicó al laboratorio para cajeros automáticos de la Corporación. Se formó un equipo técnico para hacer realidad la idea del señor Álvarez y, después de varios meses de investigación y desarrollo, el Banco develó sus primeros cajeros automáticos parlantes en Puerto Rico. Álvarez continuó laborando con el proyecto a lo largo de su desarrollo, aportando valiosas ideas y recomendaciones para asegurar el mejor de los resultados.

Las máquinas se aprovechan de las herramientas más modernas para facilitar su uso por parte de los ciegos así como para personas con impedimentos de aprendizaje o los envejecientes, quienes frecuentemente encuentran dificultades con la operación de nuevas tecnologías. Los cajeros automáticos están equipados con ranuras donde se insertan las tarjetas que accionan las instrucciones de voz tanto en inglés como español, permitiendo que esta población tenga acceso a la conveniencia de la red de cajeros automáticos al conectar audífonos estándar a la máquina. “Tener acceso al Cajero Automático Parlante ha impactado mi vida más allá de hacer transacciones independientemente, ha contribuido a mi inclusión social”, dijo Álvarez durante la ceremonia de develación de la primera de estas máquinas.



La Tarjeta de Nómina Provee Ahorros y Accesibilidad

Aproximadamente 43% de la población de Puerto Rico no tiene una cuenta bancaria, lo cual fuerza a muchos trabajadores a que tomen de su tiempo para cambiar sus cheques en una sucursal bancaria o en un centro de cambio de cheques. El programa de tarjeta de nómina Acceso Directo del Banco Popular puede hacer que cambie esta realidad.

Con este innovador producto, aún la población no-bancaria puede tener acceso a servicios tales como obtener dinero en efectivo de los cajeros automáticos, o pagar en las terminales de puntos de venta, al conseguir que su patrono deposite su salario directamente en una tarjeta de débito. Este sistema de nómina también reduce los costos de procesamiento de nómina del patrono, a la vez que le provee a los empleados una manera más eficiente, fácil y segura para recibir su sueldo.

La franquicia local de comida rápida Restaurantes Encantos, por ejemplo, que tiene una nómina anual de \$52 millones, obtuvo una participación del 99% de su fuerza laboral en el programa Acceso Directo en el 2007. De esta manera, todos sus 4,500 empleados reciben su sueldo en el mismo momento, eliminando los costos relacionados con el procesamiento de cheques de papel, o con bregar con cheques perdidos o robados. De manera similar, el Municipio de Caguas se ha inscrito en el servicio, y espera ahorros anuales de hasta \$15,000 en el dinero de los contribuyentes al procesar su nómina electrónicamente.

tarjeta de nómina

Con este innovador producto, aún la población no-bancaria puede tener acceso a servicios tales como obtener dinero en efectivo de los cajeros automáticos, o pagar en las terminales de puntos de venta.

INNOVACIÓN

Durante los últimos 114 años, Popular ha estado en la vanguardia de la innovación en su industria. Hace muchos años llevamos servicios bancarios a lugares remotos a través de un banco móvil. Más recientemente, introdujimos el primer Cajero Automático Parlante en Puerto Rico, y hoy día, seguimos desarrollando nuevas tecnologías para mejorar los servicios que proveemos a nuestros clientes.



e-Statement: una manera ambientalmente benigna, fácil y segura para acceder, archivar e imprimir sus estados de cuenta bancarios "online". Desde su lanzamiento en noviembre del 2007, se han registrado 23,124 cuentas.

En el 2007, nuestro espíritu innovador logró reflejarse a través de:

- > **Callback (devolución de llamada):** Los clientes que llamen a TeleBanco Popular durante las horas de mayor uso ya no tienen que esperar para que les responda un representante de servicio. En lugar de ello, pueden proveer un número al que se pueda devolver la llamada y un representante de servicio al cliente devolverá la llamada. Desde que se implantó el programa en mayo de 2007, un promedio de 24,577 clientes optan por la devolución de la llamada mensualmente, con una tasa de reconexión satisfactoria del 92%.
- > **e-Bill (Cuenta Electrónica):** Este es un servicio gratuito que permite que nuestros clientes registren y vean sus cuentas por computadora, antes de que éstas les lleguen por correo. Hay 196,115 cuentas que se han registrado para este servicio.
- > **B-Smart:** Este servicio se desarrolló para beneficio de pequeños negocios, proporcionándoles una cuenta comercial de servicio completo. Provee módulos de cheques, ahorros y línea de crédito, a costos accesibles.
- > **Acceso Directo:** Tarjeta electrónica de débito de nómina para patronos puertorriqueños.
- > **Ahorro Directo:** Un servicio gratuito que redondea el pago hasta el próximo dólar

en compras que se hagan con cualquiera de las tarjetas de débito de Popular, que automáticamente deposita la diferencia en una cuenta de ahorros. Ahorro Directo incentiva el desarrollo de una cultura de ahorro en la Isla, algo muy necesitado. Desde que se lanzó en marzo, 70,700 clientes se han inscrito en el programa.

> **Tarjeta de Crédito Fija:** Una tarjeta de crédito a la que se hace un pago fijo que depende de una línea de crédito aprobada. Desde que se lanzó en abril, se han proporcionado 728 tarjetas de crédito.

PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES:

American Bankers Association
American Bar Association
Association of Corporate Counsel
Committee Encouraging Corporate Philanthropy
Congressional Hispanic Leadership Institute
Corporate Executive Board
Federal Reserve Bank of New York
Financial Services Roundtable
International Trademark Association
New American Alliance Board
The Economic Club of Chicago Board
The Executives' Club of Chicago Board

Ambiente

EN ESTA SECCIÓN DESCRIBIMOS LO QUE ESTAMOS HACIENDO PARA PROTEGER EL AMBIENTE.



El compromiso de Popular con la responsabilidad social es fuerte, y forma una parte fundamental de nuestros valores y nuestra misión. Ante ello, nos preocupa grandemente el impacto que hacemos al ambiente, y esperamos mejorar nuestra ejecutoria en esa área.

¿Dónde estamos?

A medida que el mundo es más conciente de la necesidad de tomar acciones urgentes para proteger a nuestro planeta, hicimos un análisis de cómo nuestras operaciones y decisiones de negocios tienen impacto en el medio ambiente. Como compañía, todavía no hemos logrado desarrollar una política corporativa ambiental abarcadora que responda a la huella que deja todo lo que hacemos, pero estamos trabajando arduamente para lograrlo. Ya que estamos en una etapa inicial en este proceso, nuestros proyectos ambientales son de una naturaleza más táctica que comprensiva. Sin embargo, estamos comprometidos con aumentar estos esfuerzos tácticos a medida que nos preparamos para implantar de lleno un plan de acción de administración ambiental.

INNOVACIÓN: Fomentamos la búsqueda incesante de nuevas soluciones como estrategia para realzar nuestra ventaja competitiva.

Lo que sigue es un resumen de los proyectos ambientales más importantes que se están implantando en todo Popular:

- > **Huella de carbón:** Desde el 2007, todas las compañías de Popular en Puerto Rico están pasando por un proceso de medición de su huella de carbón. Se espera que el proceso termine en 2008, cuando esperamos desarrollar las estrategias que nos conviertan en un emisor neutral de carbón.
- > **Reciclaje:** En Popular Puerto Rico hemos estado reciclando papel desde 1991. Este año ampliamos nuestro programa de reciclaje para incluir plástico y aluminio en tres de nuestros principales edificios de oficinas. En los Estados Unidos, trituramos el papel para reciclarlo en todos los lugares donde estamos ubicados, y también reciclamos papel y aluminio en nuestra oficina matriz en Rosemont y en algunas sucursales.
- > **Sucursales:** A medida que seguimos creciendo y aumentando nuestra red de sucursales, y haciendo mejorías en las sucursales existentes, hemos tomado como prioridad el que hagamos selecciones ambientalmente sensatas en cuanto al diseño, materiales y consumo energético. En Puerto Rico, nuestro diseño de sucursales ha evolucionado de manera que incluimos iluminación fluorescente en todas las áreas, lámparas solares pasivas, materiales para ductos de aire acondicionado de alta eficiencia y



muebles con un alto grado de contenido de materiales reciclados. En los Estados Unidos, desarrollamos estándares de diseño e instalaciones para nuestras sucursales. Los estándares requieren el uso de muebles y partiduras que tengan un alto contenido de materiales reciclados, iluminación de área de alta eficiencia energética y maderas certificadas por Greenguard.

- > **Comunicaciones con los empleados:** Alentamos a nuestros empleados a que desarrollen hábitos ambientalmente benignos en el trabajo y en sus casas, aprovechando a nuestros numerosos medios de comunicación interna para compartir con ellos información relacionada con el tema.
- > **Iniciativa de siembra de árboles:** En Puerto Rico nos asociamos con el Departamento de Recursos Naturales y Ambientales para sembrar 36,000 árboles en el borde de una carretera que cursa por la costa norte de la Isla. La siembra de árboles comenzó a finales del 2007 y continuará durante el 2008.
- > **Tarjetas ambientales para nuestros clientes:** Durante el verano de 2007, la región Metro de Nueva York de BPNA se involucró en una serie de proyectos de limpieza y embellecimiento, como parte de una campaña dirigida a la comunidad. A través de este esfuerzo, los clientes y visitantes a las sucursales de la región recibían una tarjeta con una semilla que se podía sembrar para crecer un árbol. Mientras tanto, todo cliente que cierre un préstamo en cualquiera de las sucursales o subsidiarias de BPPR recibe un vale que puede intercambiar por un arbolito en distintos invernaderos del área.
- > **Servicios:** e-bill y e-statement – estos servicios gratuitos están disponibles para nuestros clientes de BPPR y ayudan a mejorar el ambiente al reducir considerablemente el uso de papel.

Indicadores del GRI (GR3)

Además del Informe de Responsabilidad Social Corporativa, hacemos referencia a otros informes en la Guía del GRI que los pueden encontrar en nuestro sitio en la Red, www.popular.com.

IAF = Informe Anual Financiero Proxy = Informe de Apoderamiento 2007
Website = Sitio en la Red (ip) = informado parcialmente

PERFIL	CONTENIDO	NÚMERO DE PÁGINA
Perfil		
1.1-1.2	Análisis y estrategia	1; IAF
2.1-2.10	Perfil organizacional	2, 5, 8, 13; IAF
3.1-3.4	Parámetros del informe	18; Contraportada
3.5	Definición del contenido	Contraportada; (ip)
3.6-3.9	Alcance y cobertura	Contraportada
3.12	Índice del contenido del GRI	18
Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés		
4.1-4.4	Estructura de gobierno	3-4; Proxy; Website
4.5	Compensación: miembros del máximo órgano de gobierno	Proxy; (ip)
4.6	Junta de Directores: conflicto de interés	3-4
4.7	Junta de Directores: determinación y experiencia	3; (ip)
4.8-4.11	Junta de Directores: evaluar desempeño	3-4; Contraportada; Website
4.13	Asociaciones	16
4.14	Relaciones de grupos de interés	3-4; Contraportada
4.15	Grupos de interés: base para la identificación	Contraportada; (ip)
4.16	Inclusión de grupos de interés: enfoques	3-4; 7; 14-15; (ip)
Dimensión económica		
EC1	Perfil económico	2; IAF; (ip)
EC3	Obligaciones del plan de beneficios	6; IAF
EC6	Proveedores: política y prácticas	3; Website; (ip)
EC8	Desarrollo y servicio en infraestructura	7; 9-13
Dimensión social		
LA1	Fuerza laboral: por tipo de empleo, contrato y región	5
LA3	Beneficios a empleados	5-6
LA5	Periodo mínimo de preaviso a cambios organizacionales significativos	6-7; (ip)

PERFIL	CONTENIDO	NÚMERO DE PÁGINA
Dimensión social, continuación		
LA6	Empleados en comités de salud y seguridad	6
LA8	Prevención, control de riesgo y adiestramiento para enfermedades serias	6
LA10	Adiestramiento y desarrollo	7
LA11	Adiestramiento y desarrollo: manejo y aprendizaje para el retiro	6-7
LA12	Adiestramiento y desarrollo: desempeño y desarrollo profesional	6-7
LA13	Diversidad	8
SO2	Riesgo relacionado a corrupción	3-4; (ip)
SO3	Adiestramiento y políticas de anti-corrupción	3
SO4	Corrupción: medidas tomadas	4
PR5	Comunicación de mercadeo: satisfacción del cliente	14-16
Suplemento sobre el Sector de Servicios Financieros		
RSC 4	Manejo de temas sensibles	3-4
RSC 6	Diálogo con los grupos de interés	3-4; 6-7; 14-15
INT 1	Política interna social	3-4; 5-8
INT 3	Satisfacción de empleado	5-9
INT 4	Remuneración de los altos directivos	Proxy
INT 7	Perfil de los empleados	8
SOC 1	Contribuciones a la Comunidad	9-13
SUP 1	Seguimiento de los principales proveedores	3; (ip)
RB 1	Política de banca individual	13-16
RB 2	Perfil de préstamos	13
RB 3	Préstamos con gran beneficio social	13-16
IB 1	Política de inversión	13-16
AM 2	Gestión de activos con gran beneficio social	15-16
INS 3	Reclamaciones de clientes: mercadeo responsable	14-15

Información de contacto:
Popular
Comunicaciones Corporativas
Avenida Muñoz Rivera #209
San Juan, PR 00908
787.765.9800
www.popular.com

Diseño: BD&E Inc., Pittsburgh, Pensilvania
Impresión: RR Donnelley, Hoehstetter Plant

