

El Valor de Nuestra Sustentabilidad

Informe de Sustentabilidad Corporativa 2009

HSBC América Latina



HSBC 

El banco local del mundo

En HSBC servimos a aproximadamente unos 100 millones de clientes individuales y comerciales alrededor del mundo. Unas 300,000 personas trabajan para nosotros en 8,000 oficinas en 88 países y territorios.



CEO's EN HSBC AMÉRICA LATINA

ARGENTINA

Antonio M. Losada

BRASIL

Conrado Engel

CHILE

Gustavo Costa

COSTA RICA

Francisco Cocco

COLOMBIA

Hans Theikul

EL SALVADOR

Gerardo Siman

GUATEMALA

Paul Stickland

HONDURAS

Jonathan P. Hartley

MÉXICO

Luis Peña

NICARAGUA

Claudia de la Ossa

PANAMÁ

Ernesto Fernades

PARAGUAY

Diego Ramallo

PERÚ

Luiz Felipe Mauger

URUGUAY

Virginia Suárez

VENEZUELA

Carlos F. Solorzano

ÍNDICE

Acerca del Informe de Sustentabilidad Corporativa	1
Carta del Presidente HSBC LAM	2
Carta de la Directora Sustentabilidad HSBC LAM	4
HSBC LAM en resumen	6
Visión y Misión	12
Gobierno Corporativo	16
Nuestros Grupos de Interés	20
Nuestro Valor Económico	24
Nuestro Valor Ambiental	28
Nuestro Valor Social	36
HSBC América Latina en cifras	48
Premios y distinciones	49
Índice GRI	50

HSBC se inició en 1865 como Hong Kong and Shanghai Banking Corporation, con oficinas en Hong Kong y Shanghai. Hoy en día, tiene su sede en Londres y realiza negocios en toda Europa, Asia-Pacífico, América del Norte, América Latina y el Medio Oriente.

Compromisos Internacionales

- Pacto Mundial de la Organización de Naciones Unidas
- Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU
- Declaración Universal de los Derechos Humanos
- Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).
- Principios de Ecuador



El Hexagono

El símbolo hexagonal del Grupo HSBC fue introducido como parte de su identidad corporativa en 1983. El hexágono fue desarrollado con base en la bandera de la naviera escocesa que, junto con otros grupos, fundó en 1865 The Hong Kong and Shanghai Banking Corporation. Se trata de un rectángulo dividido diagonalmente para producir la forma de un reloj de arena rojo sobre un fondo blanco. El diseño original se inspiró en la cruz de San Andrés (santo patrono de Escocia). Posteriormente le fueron añadidos dos triángulos rojos en cada extremo para formar el símbolo actual de HSBC.

Acerca del Informe de Sustentabilidad Corporativa

Consciente de la importancia de informar en forma sistemática a los grupos de interés clave los avances y los retos que año con año enfrenta, HSBC América Latina asume el compromiso de publicar periódicamente los aspectos relacionados a la Sustentabilidad Corporativa en la Región América Latina, (HSBC LAM) presentando su primer Informe de Responsabilidad Corporativa sobre el periodo 2009, tomando como base las directrices de la *Global Reporting Initiative (GRI)* en su versión G3, así como los lineamientos de HSBC Holdings plc y las estrategias de la Región LAM.

De acuerdo con la auto-evaluación efectuada, el Informe de Sustentabilidad Corporativa de HSBC LAM se clasifica en un nivel C de aplicación de los principios que establece la GRI.

El presente informe muestra el desempeño de HSBC LAM respecto de las políticas, acciones y resultados de la Sustentabilidad Corporativa durante 2009. En algunos aspectos, se incluyen datos de años anteriores, con el fin de permitir un mejor análisis y así apreciar los avances obtenidos en los rubros económicos, sociales y ambientales del Grupo. Este primer año de informe, estamos construyendo la línea base para los indicadores de desempeño de la región LAM y abriendo los canales de comunicación a nivel regional con nuestros grupos de interés clave.

La definición del contenido de este documento, se basó en un proceso incluyente de retroalimentación con los países de América Latina donde tiene presencia HSBC, identificando los temas relevantes relacionados con los aspectos económicos, ambientales y sociales, así como las expectativas de los grupos de interés relacionados con el Grupo. Lo anterior incluyó la realización de un análisis de materialidad interno y externo el cual comprendió la revisión estratégica de HSBC a nivel global, así como los temas relevantes de cada país en América Latina y los temas del sector a nivel global.

La información presentada en este documento corresponde a datos de las principales operaciones de HSBC en América Latina las cuales comprende HSBC México S.A. (HSBC México), Banco HSBC Brasil S.A., Banco Múltiple (HSBC Banco Brasil), HSBC Bank Argentina S.A. (Banco Argentina) y HSBC Banco Panamá S.A..

Asimismo, se incluye información del Banco HSBC Panamá con sus subsidiarias en Costa Rica, Honduras, Colombia, El Salvador y Nicaragua, además de las representaciones de HSBC en Chile, Guatemala, Perú, Paraguay, Uruguay y Venezuela.

En el último trimestre del 2009 se abrió una oficina de representación en Guatemala, por lo que este año se incluyen pocos temas de esta localidad.

Cabe destacar que HSBC LAM también tiene operaciones en Las Islas Vírgenes Británicas, Las Bahamas y las Islas Caimán, sin embargo en este informe no se considera información de estas oficinas.

En el caso específico del Informe de Sustentabilidad de HSBC LAM 2009, fue incluido información e indicadores de todas las oficinas afiliadas en la región. Para la sección "Nuestro Valor Ambiental", se utilizó información y datos del sistema de reporte ambiental del Grupo, mientras que la información reportada en HSBC Holdings plc 2009 Sustainability Report fue utilizada para ciertos indicadores. A menos que se indique lo contrario, toda la información contenida en este informe ha sido consolidada en los 15 países que constituyen HSBC LAM.

El alcance de la información en algunas secciones puede variar en relación al alcance antes definido, según se especifica en cada caso.

Carta del Presidente

HSBC LAM



HSBC mantiene acciones afirmativas con respecto a los recursos financieros, ambientales y sociales dentro de nuestras operaciones en LAM.

La estrategia de sustentabilidad de HSBC reside en mantener relaciones a largo plazo con nuestros clientes y proveedores, en una administración sustentable contando con personal altamente comprometido, en la generación de ganancias para nuestros accionistas y en el apoyo continuo al desarrollo de las comunidades donde operamos. De este modo, buscamos influenciar de manera positiva el entorno social y ambiental, al crear nuevas oportunidades de negocio para nuestros clientes y proveedores, así como minimizar nuestros impactos ambientales. Nuestra estrategia ha evolucionado con el tiempo, y para ser un negocio realmente sustentable, todos debemos estar involucrados. Este Primer Informe de Sustentabilidad 2009 HSBC para América Latina (LAM), reforzará la comunicación con los principales grupos de interés: nuestros clientes, las comunidades donde actuamos, el gobierno, nuestros empleados y accionistas.

El sector financiero ha jugado un papel fundamental en el desarrollo económico y social, al ofrecer financiamiento a empresas e individuos. De la misma manera, ha sido una gran fuente de empleo, brindando rendimientos a sus inversionistas y contribuyendo con el gobierno mediante el pago de impuestos.

En HSBC creemos firmemente en mantener nuestro modelo de negocios rentable al largo plazo para contribuir directamente con el desempeño económico de nuestros grupos de interés, así como el compromiso constante con las comunidades donde hacemos negocios.

La fortaleza del capital de HSBC, su inigualable red global y el posicionamiento de nuestra marca son claramente una ventaja competitiva en las actuales condiciones económicas que nos permiten influir positivamente en varios niveles de acción y sobre diversos temas.

La reciente crisis financiera que vivimos presenta desafíos sobre la sustentabilidad del Grupo. Con ella sufrimos eventos no anticipados en el mundo y en la región que han generado efectos adversos al crecimiento. Esta crisis presenta oportunidades, en particular, el plantear normas y regulaciones que fortalezcan nuestro sector y que den las pautas para operar bajo un modelo de negocio más sustentable. De ahí parte la necesidad de crear nuevos productos financieros, financiar nuevas tecnologías y nuevas formas de generar energía, que permitan mantener un crecimiento económico bajo en carbono. En HSBC, nos esforzamos por desarrollar productos e iniciativas susten-

tables, en un ambiente económico desafiante, que genere beneficios para todos nuestros grupos de interés.

Los programas e iniciativas que hemos desarrollado están basados en claros principios, valores y actitudes para administrar nuestra relación con el medio ambiente, con las comunidades, con el gobierno, con nuestros accionistas y con nuestros clientes. En HSBC contamos con un programa de inversión comunitaria muy activo, el cual está constituido bajo la premisa de que lo que es bueno para la comunidad, es bueno para HSBC. La participación de nuestro equipo es crítica para el éxito de HSBC en el largo plazo y su trabajo profesional y de voluntariado puede ayudar a hacer una verdadera diferencia en las comunidades.

En los 15 países donde HSBC tiene presencia en LAM, contamos con una gran gama de programas e iniciativas de apoyo e inversión a la comunidad, enfocados principalmente en educación y medio ambiente. Tenemos como meta estimular el crecimiento económico mediante nuestras actividades de inversión dentro de la comunidad, mejorar la educación y el medio ambiente en las comunidades menos favorecidas, para incrementar las oportunidades sociales y el crecimiento económico.

HSBC mantiene acciones afirmativas con respecto a los recursos financieros, ambientales y sociales dentro de nuestras operaciones en LAM. Nuestra plataforma de negocios promueve el uso racional de los recursos dentro de la organización, y que sirve como ejemplo a colaboradores, clientes y comunidades donde trabajamos.

Finalmente, en HSBC continuaremos apoyando a nuestros clientes a fortalecer su capital en América Latina y en el mundo, contribuyendo en sus proyectos de inversión e incrementando nuestra oferta de productos y servicios, respaldado por un equipo de profesionales experimentado con las herramientas financieras para ampliar el horizonte de sus negocios locales e internacionales.

Celebramos los esfuerzos realizados en el área de Sustentabilidad Corporativa y con orgullo presentamos a ustedes el Primer Informe de esta positiva actividad en nuestra región.

Emilson Alonso

DIRECTOR GENERAL DE HSBC AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

Carta de la Directora de Sustentabilidad **HSBC LAM**



En HSBC tenemos el firme compromiso de ser buenos ciudadanos corporativos, ofreciendo productos financieros, que además de promover el desarrollo social y ambiental de nuestras comunidades, estimulan el desarrollo económico de nuestros clientes para potencializar su crecimiento.

Me complace presentarles el Primer Informe de Sustentabilidad Corporativa 2009 HSBC para América Latina (LAM), el cual es parte de nuestra estrategia de Sustentabilidad Corporativa en la región. El presente informe, ha sido realizado con el ánimo de compartir con nuestros grupos de interés regionales, nacionales y locales, todas nuestras acciones con ética, transparencia y responsabilidad, haciendo un recuento de nuestras operaciones en la región.

En HSBC hemos establecido e implementado acciones tangibles y concretas que respaldan nuestra estrategia de Sustentabilidad Corporativa, que van desde nuestro compromiso y ética en las relaciones con los clientes, proveedores y con las comunidades donde operamos, así como la transparencia de nuestros acuerdos y la prestación de servicios que generen valor. En este informe podrán ser testigos de la conexión entre nuestra estrategia y nuestro desempeño.

En HSBC tenemos el firme compromiso de ser buenos ciudadanos corporativos, ofreciendo productos financieros, que además de promover el desarrollo social y ambiental de nuestras comunidades, estimulan el desarrollo económico de nuestros clientes para potencializar su crecimiento. Creemos firmemente que al mantener operaciones a lo largo de América Latina, podemos influir positivamente en el entorno, promoviendo las relaciones comerciales con clientes, inversionistas, gobierno y accionistas y aportando en el crecimiento económico y desarrollo social de nuestros países, lo que se traduce en un mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores.

Nuestras iniciativas de inversión a la comunidad están enfocadas principalmente en temas de educación, medio ambiente y comunidad.

Así, en Educación estamos enfocados en apoyar a la niñez y a la juventud, a través de diferentes proyectos, uno de los más importantes es la impartición de cursos y talleres de educación financiera donde los voluntarios de HSBC son pieza fundamental. A través de estos talleres se busca sensibilizar a los participantes y ofrecer los conceptos básicos relacionados al adecuado manejo del dinero. Con ello, estamos tratando de contribuir a un futuro financieramente más estable, fuerte y responsable.

Los programas educativos que se desarrollan en la región, dependen de las necesidades locales específicas. Estos programas están alineados a los programas educativos globales de HSBC, entre los cuales se encuentran: Future First (apoyo a niños desvalidos y en riesgo), Más allá del Dinero™ (Educación

Financiera en escuelas primarias), Eco-Escuelas de la Iniciativa Climática (Educación Ambiental) y SIFE (desarrollo de proyectos comunitarios realizados por alumnos de universidades).

En temas de Medio Ambiente, iniciamos desarrollando iniciativas enfocadas en reducir nuestro propio impacto ambiental asociado a nuestras operaciones. Así es como a partir del año 2004, el Grupo estableció metas para reducir el consumo de energía y de agua, así como la producción de desechos y la emisión de dióxido de carbono (CO₂) para el 2011.

Dentro de nuestras iniciativas ambientales, HSBC ha interiorizado la preocupación de los efectos que el cambio climático pueda causar a nuestros clientes, colaboradores, proveedores y a las comunidades más vulnerables. De ahí se establece el programa global denominado "*HSBC Climate Partnership*", una iniciativa en la cual trabajamos conjuntamente con 4 organizaciones internacionales a lo largo de 5 años para limpiar los ríos, proteger la biodiversidad y realizar investigaciones que generen información para hacer frente al cambio climático. El Monitor de Confianza Climática establecido por esta iniciativa en 2006, ha permitido entender las actitudes de los consumidores y de nuestros clientes en el mundo respecto al cambio climático y nos ha dado la pauta para las acciones que podemos realizar para aportar en este tema.

El éxito de nuestros proyectos de educación y medio ambiente es resultado del involucramiento de nuestros colegas, que al colaborar como voluntarios activos, tienen la oportunidad de conocer las necesidades de las comunidades, sensibilizar a otros colegas y compartir experiencias enriquecedoras. El voluntariado en HSBC es un pilar fundamental.

Finalmente, la estrategia de sustentabilidad de HSBC para América Latina, se enfoca en ofrecer servicios y productos que fomenten una contribución económica, social y ambiental en la región, que favorezca el desarrollo integral de nuestros clientes, colaboradores, proveedores, inversionistas y las comunidades donde tenemos presencia.

No puedo finalizar estas palabras sin dar un especial reconocimiento al equipo de Sustentabilidad Corporativa de la región y un agradecimiento por la confianza depositada en nosotros. Sé que juntos continuaremos esforzándonos en nuestro trabajo con miras a un futuro mejor para toda nuestra región.

María Eugenia Brizuela de Ávila

DIRECTORA REGIONAL DE SUSTENTABILIDAD CORPORATIVA HSBC AMÉRICA LATINA

HSBC LAM en resumen



Perfil de la organización

Las principales actividades de HSBC LAM están conformadas por dos grupos de clientes: Servicios Financieros Personales y Banca Comercial, y por dos negocios globales: Banca y Mercados, y Banca Privada.

HSBC Latin America Holdings (UK) Ltd (HSBC LAM) es una subsidiaria directamente controlada con 99.99 por ciento propiedad de *Hong Kong & Shanghai Banking Corporation -HSBC Holdings plc-* con sede en Londres, Gran Bretaña.

HSBC Holdings plc atiende a más de 100 millones de clientes alrededor del mundo y es propietario de 8,000 propiedades aproximadamente en 88 países y territorios en Europa, la región Asia-Pacífico, América, el Medio Oriente y África.

En 1999 se establecen HSBC como nombre de marca uniforme e internacional logrando que el símbolo corporativo del Grupo HSBC se volviera cada vez más familiar alrededor del mundo. En el 2002, HSBC lanzó una campaña para diferenciar su nombre con la frase: 'El banco local del mundo'

En América Latina tiene presencia en 15 países y atiende a 18, 679,717 clientes en Servicios Financieros Personales con activos por USD\$ 115,967 millones al 31 de diciembre de 2009.

Las operaciones de HSBC en América Latina comprenden principalmente Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

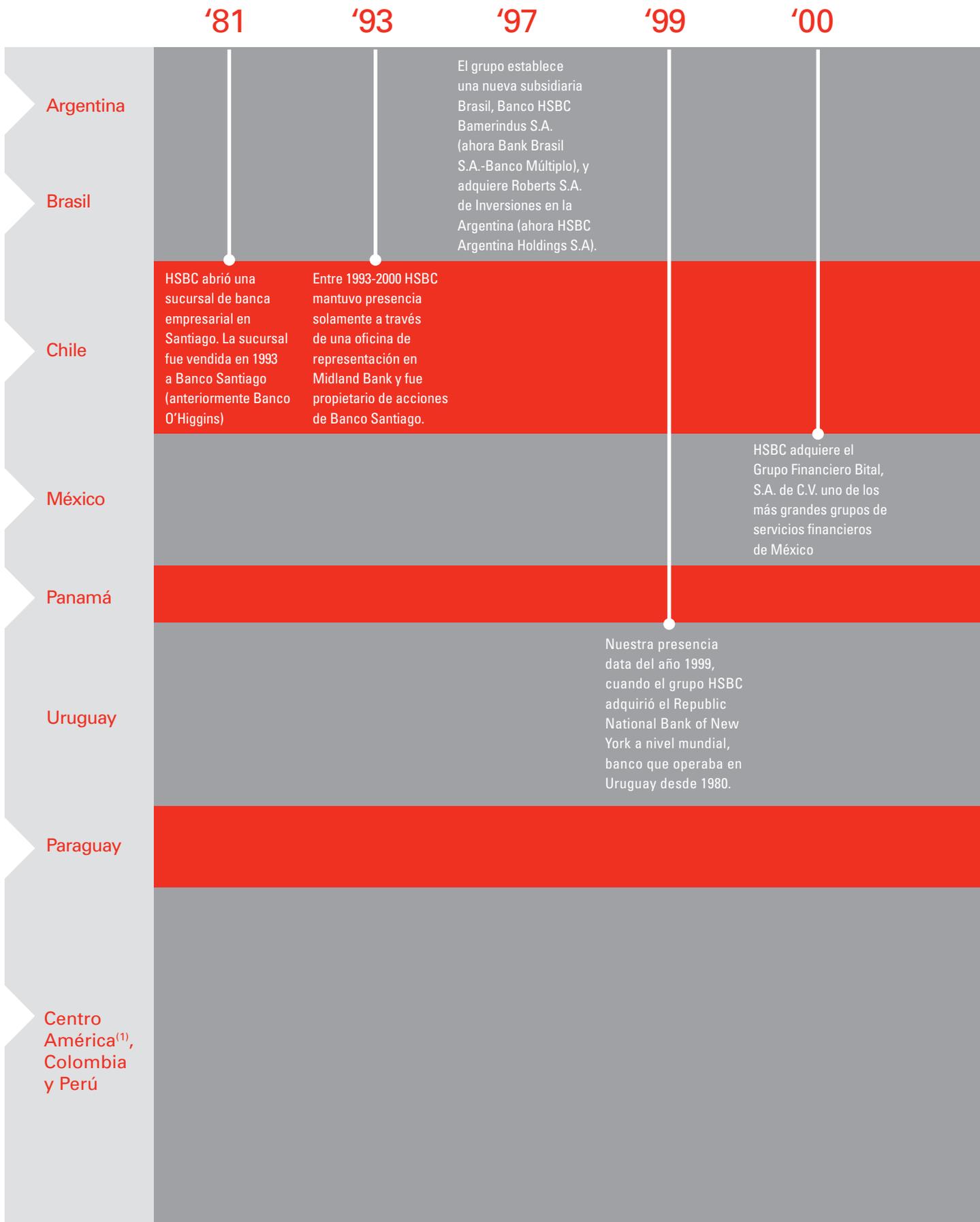
Además de los servicios bancarios, HSBC opera negocios de seguros en México, Argentina, Brasil, Panamá, Honduras y El Salvador. En Brasil, HSBC ofrece productos de financiación al consumo a través de su filial, *Losango Promoções e Vendas Ltda.*

Áreas principales de negocio de HSBC LAM.

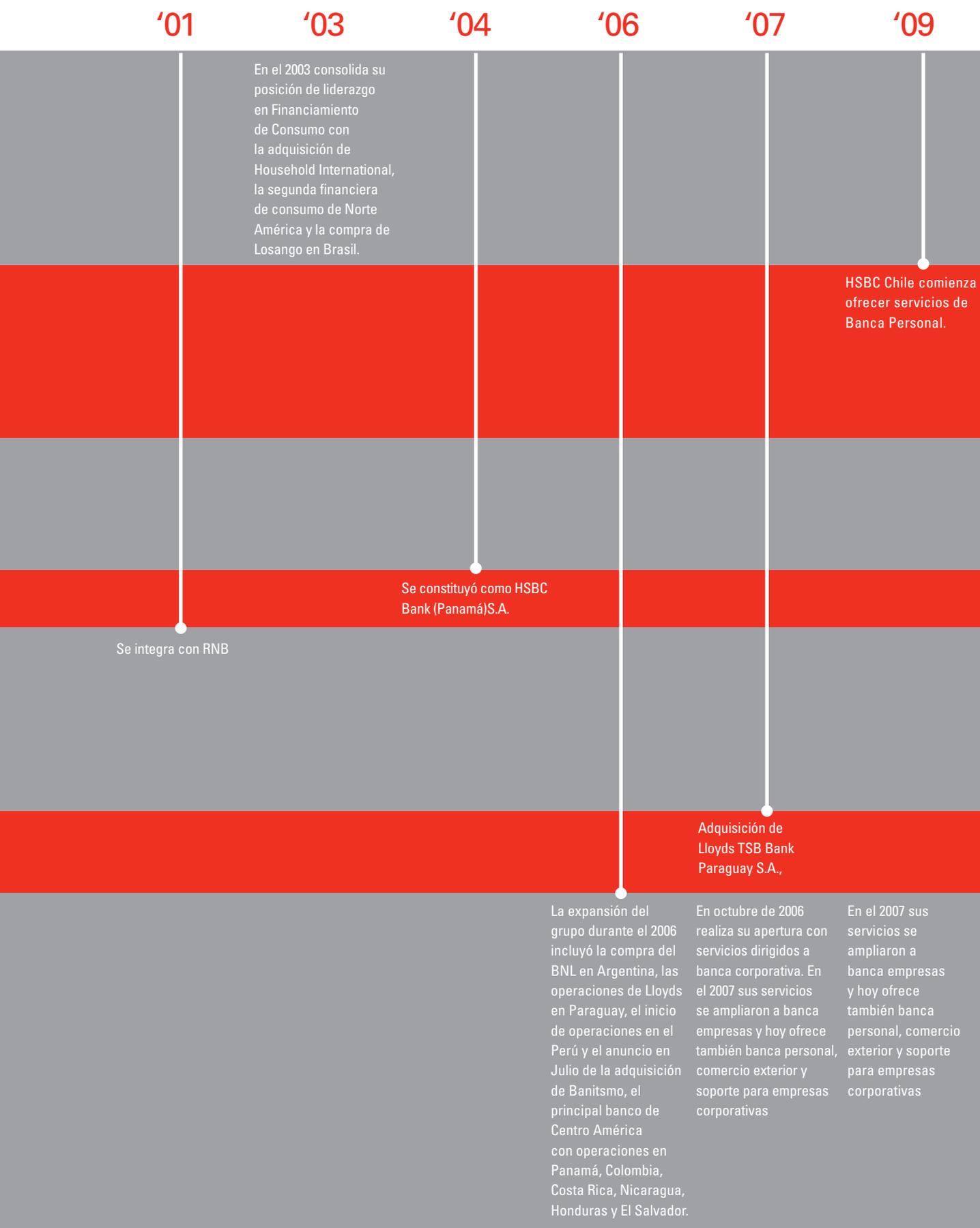
Nuestras principales áreas de negocio se centran en 4 líneas:

- (a) Banca Comercial y Patrimonial (Personal Financial Services): es la línea de negocio dirigida principalmente a personas físicas que comprende en su mayoría productos y servicios de consumo y que sirve como plataforma para la promoción de una gran variedad de productos y servicios.
- (b) Banca Empresarial (Commercial Banking): es la línea de negocio dirigida principalmente a personas morales. El área de banca empresarial está dividida en dos grandes segmentos, uno dirigido a la mediana empresa y otro dirigido a la pequeña empresa.
- (c) Corporativo, Banca de Inversión y Mercados (Corporate, Investment Banking and Markets): es la línea de negocio que incluye servicios en el mercado de deuda bursátil y banca de inversión dirigida principalmente a personas morales. El área de negocio corporativo, banca de inversión y mercados.
- (d) Otras Actividades Corporativas: este segmento incluye operaciones estructurales del negocio y otros ingresos no propios de la actividad, tales como renta de inmuebles, ventas de activos fijos y cartera vencida cuando deja de pertenecer a los demás segmentos, registrando centralmente los intereses recuperados y las provisiones de cartera de este segmento.

Historia de HSBC en LAM



⁽¹⁾ Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá y Guatemala



Aspectos Relevantes en 2009

Durante 2009, en HSBC hemos fortalecido nuestra presencia en América Latina al posicionarnos en 15 países de la región. Nuestras oficinas en Argentina, Brasil, México y Panamá representan el 90% de nuestro mercado en la región. Asimismo ofrecemos nuestro portafolio de productos y servicios en Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Paraguay, Perú y Uruguay, mientras que en Guatemala, Nicaragua y Venezuela mantenemos oficinas de representación.

En la región, ofrecemos 12 productos y servicios sustentables, y contamos con 286,817 clientes para dichos servicios. Estos incluyen seguros verdes, tarjeta de crédito verde, entre otros.

Nuestro trabajo en medio ambiente y comunidad está alineado a 5 programas globales, entre los cuales se encuentran: Future First (apoyo a niños desvalidos y en riesgo), Más allá del Dinero™ (Educación Financiera en escuelas primarias), Eco-Escuelas de la Iniciativa Climática (Educación Ambiental), SIFE (desarrollo de proyectos comunitarios realizados por alumnos de universidades), y el *HSBC Climate Partnership* (iniciativa de proyectos de investigación, conservación y voluntariado)

En el desarrollo e implementación de proyectos comunitarios y ambientales, promovemos la participación

de nuestros colaboradores. Durante 2009, realizamos 657 proyectos en la región, y un 13.73% de los colaboradores se involucraron en su implementación, lo cual constituyó 71,312 horas de voluntariado.

Para el desarrollo de estos proyectos, HSBC donó USD\$10.9 millones, mientras que nuestros clientes aportaron USD\$7 millones. Los recursos se distribuyeron de la siguiente manera: proyectos de educación se utilizó el 69%, para medio ambiente 12% y para otros el 19%.

Consciente de los impactos que nuestras operaciones conllevan, se ha invertido en adaptar nuestras oficinas con sistemas eficientes para mejorar la gestión del uso del recurso hídrico, manejo de desechos no peligrosos, reducción del consumo de energía eléctrica y reducir la generación de emisiones de CO₂. Ejemplo de estas iniciativas son los edificios de la Torre HSBC en la Ciudad de México, el edificio Cruz de Malta en Argentina y las sucursales de Uruguay.

A través del *HSBC Climate Partnership*, se estableció el Centro Climático Regional de América Latina en la Reserva Natural de Rio Cachoera en el estado de Paraná, Brasil. El objetivo del centro es desarrollar proyectos de conservación y de biodiversidad, así como de educación ambiental, con el apoyo de voluntarios de HSBC.

Estructura Operativa

Grupo HSBC LAM está conformado en las siguientes subsidiarias:



Oficinas de representación (*)



Claudia Malschitzky

DIRECTORA DE SUSTENTABILIDAD BRASIL

HSBC Brasil ha mantenido su compromiso incorporando la sustentabilidad en la vida diaria de la organización. Valores como estar abierto, conectado y ser confiable conducen el camino de nuestro negocio; invertir en la comunidad, proteger el medio ambiente y relacionarse con nuestros grupos de interés (accionistas, clientes, empleados, gobierno, proveedores y organizaciones no gubernamentales). Creemos que nuestro compromiso con la sustentabilidad añade un valor a la experiencia del cliente.

Presencia en LAM

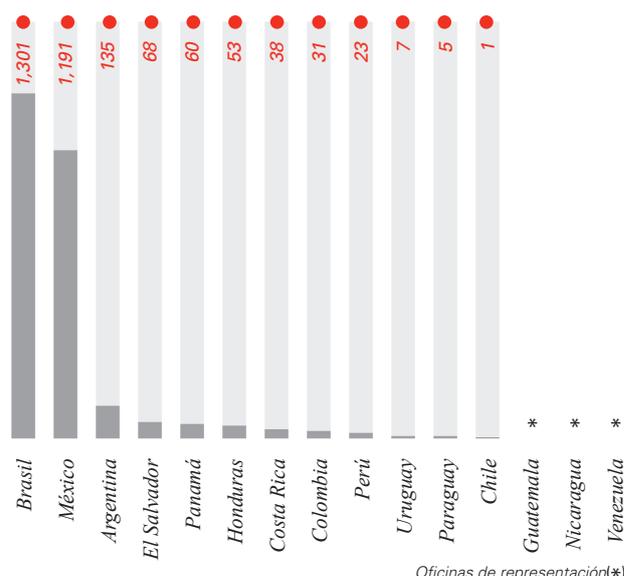
Grupo HSBC, a través de sus operaciones en LAM, se posiciona como uno de los bancos con mayor presencia en América Latina.

A Diciembre de 2009 HSBC LAM tenía más de 3000 sucursales.

América Latina - Fuerte red y conectividad en una región de rápido crecimiento: •54,288 empleados •3,000 sucursales •15 países



Sucursales



HSBC LAM cifras significativas:

	2009	2008
Total de Activos	115,967	102,946
Utilidades antes de impuestos	1,124	2,037
Utilidades antes de impuestos por país		
Argentina	232	224
Brasil	510	910
México	272	714
Panamá	148	121
Otro	(38)	68

	2009	2008
Nº de Colaboradores total (equivalentes a tiempo completo al final del año)	54,288	58,559
Tasa de rotación	21.4 %	24.6%
Número de Clientes	18,679,717	-

Fuente: HSBC Annual Report & Accounts 2009 y Sustainability Report 2009, Holdings plc

Nota: Cifras en millones de dólares (USD\$)

Visión y Misión



Visión

Ser el banco más eficiente e integrado en América Latina basado en una plataforma de negocios y proposiciones consistentes a nivel regional.

Misión

Maximizar nuestro valor a clientes, colaboradores y accionistas con base en nuestra marca, nuestras fortalezas globales y conectividad internacional, sustentada en una cultura de óptimo desempeño y fuertes relaciones con clientes.

Nuestros Compromiso

Se trata de un planteamiento a largo plazo del Grupo con la gestión de temas económicos, sociales y ambientales que están dentro de su capacidad de influencia. Principalmente, se trata de lograr un crecimiento sustentable para que los beneficios generados por HSBC continúen recompensando a los accionistas y empleados, a construir relaciones duraderas con los clientes y proveedores, a mantener el pago de impuestos y derechos en aquellos países en los que opera, y a seguir invirtiendo en las comunidades para el futuro crecimiento.

Mantener el éxito financiero de HSBC dependerá, en parte, de su capacidad para identificar y abordar ciertas consideraciones no financieras que son importantes para el negocio, mitigar los riesgos y maximizar las oportunidades que surgen de ellos. Estos generalmente se dividen en una o más de las siguientes cuatro grandes áreas:

- Negocio sustentable
- Temas Ambientales
- Inversión en la comunidad
- Participación de los empleados



Negocio sustentable

En HSBC promovemos la construcción de relaciones duraderas con nuestros clientes en todo el mundo a través de la prestación de un servicio consistente, de alta calidad y experiencia del cliente. El Grupo utiliza su conectividad, capacidad financiera, alcance geográfico y el fuerte valor la marca para lograrlo. HSBC aprovecha las oportunidades y gestiona los riesgos que presentan las nuevas tendencias mundiales, llevando el desarrollo de modelos de negocio sustentables para hacerles frente. El Grupo entiende que el mundo está cambiando, los mercados emergentes crecerán más rápido que los ya desarrollados, el comercio internacional crecerá más rápido que el PIB global, y la longevidad está incrementando alrededor del mundo. A largo plazo, HSBC prevé desempeñar un papel destacado en la conformación de respuestas por parte del sector financiero, para afrontar estos desafíos e identificar cómo las empresas pueden responder para ofrecer los beneficios económicos, ambientales y sociales.

Temas ambientales

HSBC centra sus iniciativas ambientales principalmente en atender y responder a cuestiones relacionadas con el cambio climático, incluida la energía, la gestión del agua y la biodiversidad. El cambio climático tiene el potencial de afectar de manera importante a los clientes de HSBC y, por consecuencia, el éxito a largo plazo del Grupo, introduciendo nuevos riesgos para la actividad empresarial. Sin embargo, también tiene el potencial para estimular una nueva era de crecimiento baja en carbono, la innovación y el desarrollo.

En 2009, HSBC continúa profundizando su comprensión de los posibles efectos que el cambio climático y las respuestas al mismo tendrá sobre sus negocios y los de sus clientes. Además, el Grupo ha desarrollado su capacidad de investigar las repercusiones comerciales de las iniciativas de mitigación del cambio climático, mejorando la realización y distribución de su oferta de sus productos y servicios.

El principal programa de medio ambiente del Grupo es el *HSBC Climate Partnership*, un compromiso de 100 millones de dólares para trabajar con *The Climate Group*, *Earthwatch*, *Smithsonian Tropical Research Institute* y el *World Wildlife Fund (WWF)* en la lucha contra el cambio climático.

Inversión en la comunidad

HSBC tiene un compromiso a largo plazo con las comunidades donde opera. Muchos de los principales mercados del Grupo son las economías emergentes. Las operaciones de HSBC promueven el desarrollo nacional y local de los países donde opera, al contribuir con impuestos al gobierno, al fomentar la generación de empleos y capacitación, el realizar compras e inversiones a proveedores nacionales, entre muchos otros. Más allá del impacto de su principal negocio, el Grupo tiene por objeto fomentar las oportunidades sociales y económicas a través de actividades de inversión para su comunidad.

HSBC desarrolla proyectos e iniciativas en temas de educación y de medio ambiente al considerarlos elementos esenciales para el desarrollo de las comunidades y para el crecimiento económico. Los programas globales de educación como *Future First*, *Más allá del Dinero™*, y *Eco-Escuelas* de la *Iniciativa Climática* se enfocan en ayudar a los niños desfavorecidos, promocionando la alfabetización financiera y la educación ambiental.

En 2009, HSBC donó un total de 100 millones de dólares para proyectos de inversión en la comunidad (2008: 102 millones, de dólares ó 99 millones dólares al tipo de cambio constante).

Participación de los empleados

HSBC reconoce su éxito debido al compromiso de sus empleados y colaboradores, quienes han mantenido la más alta calidad en los servicios financieros que ofrecemos. El reporte anual *HSBC Global People Survey 2009* muestra que los empleados valoran el compromiso de prácticas sustentables del Grupo y la opinión del Grupo como líder en este sentido. HSBC ha hecho de la sustentabilidad un elemento clave en la inducción a los empleados y programas de formación de gestión superior y ha integrado plenamente las cuestiones de sustentabilidad dentro de la gestión de riesgos del Grupo que cubren los clientes corporativos.

Sustentabilidad en la región

En 2007 establecimos una Oficina Regional de Sustentabilidad Corporativa para dirigir y coordinar el desarrollo e implementación de las iniciativas de sustentabilidad en la región. Todas nuestras operaciones en América Latina tienen sus propias funciones de sustentabilidad, así como proyectos en curso. Las operaciones de HSBC en Améri-

ca Latina incluyen consideraciones ambientales y sociales dentro de la evaluación para otorgar créditos, así como el análisis de riesgos. Las políticas del Grupo establecidas para los sectores potencialmente sensibles a riesgos ambientales y sociales aseguran que los proyectos que el banco está interesado en financiar se encuentran adheridos a las normas internacionales, regionales y nacionales.



Gobierno Corporativo



Estructura de **gobierno**

HSBC demuestra su compromiso por garantizar una gestión eficaz y transparente del negocio, respetando las leyes vigentes en cada país y las normas internas del Grupo.

A través de sus órganos de gobierno, HSBC demuestra su compromiso por garantizar una gestión eficaz y transparente del negocio, respetando las leyes vigentes en cada país y las normas internas del Grupo, garantizando la implementación de reglamentos, códigos de conducta y prácticas bancarias.

Las prácticas de gobierno corporativo se establecen a través de los órganos de cada una de las empresas de HSBC en la región. La gestión del gobierno corporativo está alineada según la estructura de administración general del Grupo. De este modo, HSBC Latin America Holdings (UK) Ltd., que incluye a todos los países en la región, reporta a HSBC Holdings plc en Reino Unido.

Aunque la fase de regionalización de América Latina está aún en proceso de consolidación, se tiene implementado un gobierno corporativo dentro de *HSBC Latin America Holdings (UK) Limited*, cuyo órgano de administración es un Consejo de Administración (o Junta Directiva). El Consejo de Administración (o Junta Directiva) se encuentra integrado de la siguiente manera:

- **Alexander A. Flockhart**, Presidente del Consejo de Administración (o Junta Directiva)/ Chairman Group PFS/CMB/INS
- **Emilson Alonso**, CEO América Latina y el Caribe
- **Antonio M. Losada**, CEO HSBC Argentina
- **Conrado Engel**, CEO HSBC Brasil
- **Luis J. Peña Kegel**, CEO HSBC México
- **Ernesto Fernandes**, CEO HSBC Panamá
- **Víctor Jiménez Cervantes**, CFO América Latina

Del Consejo de Administración (o Junta Directiva) se desprenden tres Comités: el Comité de Auditoría, el Comité de Gestión de Riesgo y el Comité de Administración.

El Comité de Auditoría: El Comité deberá rendir cuentas a la Junta y asistirle en el cumplimiento de sus responsabilidades para asegurar un sistema eficaz de cumplimiento y control interno. Asimismo, apoyará a la Junta en el cumplimiento de sus obligaciones externas de reporte de información financiera, incluidas sus obligaciones bajo las normas, leyes y regulaciones de las diversas bolsas de valores, y será directamente responsable, en nombre

de la Junta para la selección, supervisión y remuneración del auditor externo.

El Comité de Gestión de Riesgo: El propósito del Comité es ejercer el control del riesgo y establecer el marco de incentivos para el Grupo, tal como se decidió eventualmente por la Junta, el Comité de Gestión de la América Latina, el Director Ejecutivo del Grupo o por el propio Comité.

El Comité de Administración: El objetivo es mantener una estructura de control y reporte de informes mediante el cual todas las líneas de operaciones de la región de América Latina rindan cuentas a los distintos miembros del Comité que reportan al Director Ejecutivo del Grupo, que a su vez informa al Presidente del Grupo.

Sin limitar sus objetivos, el Comité tendrá las siguientes responsabilidades, poderes y autoridades:

1. Monitorear el desempeño financiero en América Latina.
2. Monitorear el desempeño de las líneas de negocios en América Latina.
3. Monitorear la implementación de la estrategia regional.
4. Monitorear y revisar el progreso de iniciativas claves.
5. Revisar el estatus del marco de gestión de riesgo y asegurar la implementación de controles.
6. Discutir temas clave que afectan a la región.

Gobierno de Sustentabilidad

El Grupo HSBC cuenta con una estructura de gobierno creada específicamente para desarrollar e implementar las políticas de Sustentabilidad en los distintos lugares donde está presente.

El Comité de Sustentabilidad Corporativa (o "*Corporate Sustainability Committee*") es parte del Consejo Directivo HSBC Holdings plc. (*Board of Directors*) y fue creado en septiembre de 2003 para supervisar las políticas y estrategias de Sustentabilidad del Grupo. Está conformado por directores ejecutivos de la compañía y por miembros externos de reconocida reputación.

Para el caso específico de América Latina, la Dirección Regional Sustentabilidad Corporativa HSBC América Latina liderada por

Juan Pedro Paz Soldán

DIRECTOR DE SUSTENTABILIDAD PERÚ

Las actividades de Sustentabilidad en HSBC Perú tienen el apoyo del Comité Ejecutivo del banco y forman parte integral de nuestra visión del negocio, siendo parte de un modelo de servicio y que desarrollan competencias de liderazgo en los colaboradores. Los empleados más comprometidos con el banco son también los que mayor participación demuestran en las actividades de voluntariado.



María Eugenia Brizuela de Ávila, es responsable de la gestión de la estrategia de sustentabilidad corporativa para promover oportunidades de desarrollo de negocios ambiental y socialmente sustentables, y actividades de inversión en la comunidad. La Dirección trabaja de manera transversal para asegurar la implementación efectiva de políticas y procedimientos en la región y es parte del Comité de Sustentabilidad Corporativa del Consejo de HSBC Holdings. El Comité de Sustentabilidad Corporativa es el responsable de asesorar al Consejo de HSBC Holdings, a los comités del Consejo y de administración ejecutiva sobre las políticas de sustentabilidad, entre los que se encuentran los temas de carácter ambiental, social y ético.

Para mayor información sobre gobierno corporativo, visite el informe "Annual Report and Accounts 2009 de HSBC Holdings plc": http://www.hsbc.com/1/content/assets/investor_relations/hbsc2009ara0.pdf

Compromisos Internacionales

HSBC ha accedido voluntariamente a cumplir con una serie de códigos de conducta externos, algunos de los cuales figuran a continuación:

Declaración Universal de los Derechos Humanos

HSBC ha expresado su apoyo de la Declaración Universal de Derechos Humanos desde 2004.

Iniciativa Financiera PNUMA

HSBC es uno de los signatarios fundadores de la Iniciativa Financiera del PNUMA, una asociación mundial entre el PNUMA y el sector financiero que trabaja para entender los impactos ambientales y sociales del desempeño financiero.

Pacto Mundial

HSBC apoya al Pacto Mundial, que desafía a las empresas a demostrar el progreso en el apoyo y la promoción de los principios fundamentales en cuatro ámbitos: las normas laborales, los derechos humanos, responsabilidad ambiental y lucha contra la corrupción.

Coalición Empresarial Mundial sobre VIH/SIDA

La Coalición Empresarial sobre VIH/SIDA, Tuberculosis y Malaria (GBC, por sus siglas en inglés), es una coalición de más de 220 empresas unidas para mantener la lucha contra el VIH/SIDA, tuberculosis y malaria como una prioridad global.

Principios Globales Sullivan

HSBC es partidario corporativo de los Principios Globales Sullivan, los cuales abordan cuestiones económicas, de justicia social y político, tales como los derechos humanos y la igualdad de oportunidades en el empleo.

Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales

HSBC sigue los lineamientos de la OCDE para empresas multinacionales, las cuales fomentan la conducta de los negocios en el área de sustentabilidad.

Principios de Ecuador

Los Principios de Ecuador son un conjunto de directrices voluntarias que proporcionan un marco común para abordar las cuestiones ambientales y sociales que surgen en el financiamiento de proyectos.

Código de Conducta

En HSBC nos aseguramos que nuestros colaboradores conozcan los estándares de comportamiento requeridos por el Grupo para la conducción del negocio. Todos los colegas deben haber leído el Código de Conducta, por lo menos, una vez al año y es obligatorio también que los nuevos ingresos lo lean una vez que se incorporan al Grupo. Para quienes ingresan, se incluye en su documentación de entrada al Grupo una certificación de lectura del mismo, mientras que para los empleados actuales, se levanta anualmente una campaña de lectura.

Nuestro Código de Conducta abarca temas como:

- Compromiso para cumplir al pie de la letra todas las leyes y regulaciones.
- Compromiso con la verdad y la transparencia.
- Conducta referente a asuntos personales, que incluya las normas que rijan la aceptación de regalos, favores personales, servicios, hospitalidad, préstamos o comisiones, o cualquier otro beneficio con valor monetario.
- Protección de datos.
- Declaración de confidencialidad.
- Créditos y préstamos para empleados.
- Evitar conflictos de interés.
- Procedimientos para operaciones de empleados.
- Acoso.
- Operaciones con información privilegiada.
- Fraude o robos internos.
- Políticas sobre el uso de Internet y del correo electrónico.
- Lavado de dinero.
- Nombramientos externos.
- Anteposición de los intereses del equipo a los individuales.

Prevención de Lavado de Dinero

En HSBC contamos con procedimientos sistematizados para prevenir y detectar operaciones con recursos de procedencia ilícita y detección de lavado de dinero. En todos los países donde operamos, mantenemos estricto apego a las legislaciones vigentes en la materia. El Grupo ha desarrollado el Programa de Prevención de Lavado de Dinero - Políticas y Procedimientos Globales (GPP), donde nuestros colaboradores son capacitados sobre los requisitos de los GPP y los requisitos legales locales dependiendo el puesto y las responsabilidades que desempeñan.

El objetivo de esta capacitación consiste en que todos los colaboradores (temporales y permanentes) comprendan qué es y cómo funciona la temática del lavado de dinero y el financiamiento del terrorismo. Asimismo, que conozcan la legislación vigente y los órganos de prevención existentes, para cumplir con los requisitos relacionados a la identificación y conocimiento del cliente, el monitoreo de transacciones y el análisis y reporte de transacciones sospechosas. Adicionalmente, en HSBC realizamos capacitaciones específicas focalizadas en distintos grupos de interés, con el objeto de profundizar los conocimientos adquiridos.

Aunado a la capacitación interna, HSBC ha desarrollado la Política "Conozca Su Cliente," proceso para identificar y compilar información clave de los clientes. Esta política permite a HSBC conocer y entender a sus clientes y las operaciones que realizan, y así ofrecer servicios adecuados, manteniendo la seguridad de las transacciones. Toda la información recabada será confidencial, a excepción cuando se requiera dentro de las disposiciones que marca la ley en cada país. De no proveerse la información requerida para desarrollar este proceso, HSBC tiene el derecho de reusarse a abrir una cuenta.

Con la implementación de esta política, en HSBC queremos permanecer como un banco sólido y responsable enfocado en mantener relaciones a largo plazo con nuestros clientes.



Claudia de la Ossa

DIRECTORA DE SUSTENTABILIDAD NICARAGUA

En HSBC estamos involucrados constantemente en la capacitación requerida sobre prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo. La capacitación está diseñada para impartirse dependiendo el nivel de cada uno de nuestros colegas, y se desarrolla bajo la normativa local y las políticas y procedimientos del Grupo en el tema. Esta capacitación fortalece nuestras operaciones en la región, donde el narcotráfico y el lavado de dinero son temas aún sensibles.

Nuestros Grupos de Interés



Nuestros colaboradores, accionistas, comunidad y medio ambiente, gobierno, proveedores y clientes, son los grupos de interés con los cuales mantenemos una comunicación constante.

Este primer Informe de Sustentabilidad LAM, además de fortalecer la estrategia de sustentabilidad de HSBC en la región, tiene como objetivo divulgar información relevante y temas de interés para nuestros grupos de interés, así como expectativas que nuestras operaciones puedan generar. Nuestros colaboradores, accionistas, comunidad y medio ambiente, gobierno, proveedores y clientes, son los grupos de interés con los cuales mantenemos una comunicación constante.

Durante 2009, se realizaron diversas actividades en cada país donde opera HSBC para fortalecer su relación con los grupos de interés clave. Cada oficina en América Latina cuenta con sus propios mecanismos de comunicación y relación con los grupos de interés con base en los intereses y expectativas de sus grupos locales y nacionales.

Como parte de su estrategia empresarial, HSBC LAM promueve una comunicación fluida con accionistas, clientes, gobierno, proveedores, empleados y comunidades, así como otros grupos de interés clave de la región.

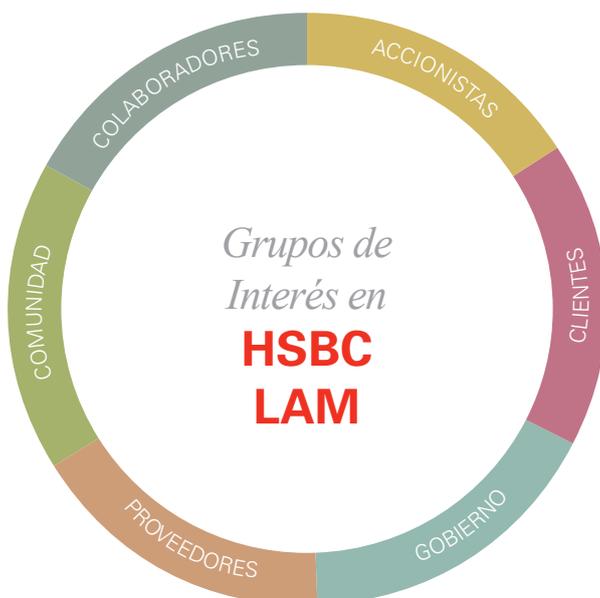
El cuadro de Grupos de Interés, muestra el resumen de los temas prioritarios para HSBC LAM que destacaron, así como los logros obtenidos hasta el 2009.

Mónica Suffia

DIRECTORA DE SUSTENTABILIDAD URUGUAY

Como parte de la estrategia de negocios, HSBC LAM promueve una comunicación abierta y transparente con inversionistas, clientes, gobierno, proveedores, empleados y comunidades, así como otros grupos de interés en la región. Por eso trabajamos para hacer de la Sustentabilidad Corporativa parte integral de nuestra estrategia para alcanzar un crecimiento sostenido de las utilidades, construir relaciones de largo plazo con clientes y administrar los impactos sociales y ambientales en las comunidades en las que operamos.





INTERESES Y EXPECTATIVAS

CANALES DE COMUNICACIÓN

LOGROS HASTA 2009

COLABORADORES

- Diversidad
- Remuneraciones
- Voluntariado
- Aprendizaje y desarrollo
- Capacitación a distancia
- Planes Médicos
- Desarrollo
- Prestaciones

- Contacto y desayunos con CEO
- Boletines mensuales
- Intranet
- Promocionales
- Folletos, Diarios y Revistas Internas
- Pizarras
- Carteles
- Reconocimientos
- Campañas
- Correos
- Mapas de carrera
- Clubs
- Línea atención telefónica
- Encuestas
- Revistas internas

- Programa de desarrollo de líderes
- Programas de jóvenes líderes
- Capacitación
- Desarrollo de políticas de reconocimiento del esfuerzo
- Programas de apoyo a empleados en problemas específicos como son de salud, legal, entre otros
- Gimnasia durante horas de trabajo
- Campamentos vacacionales

ACCIONISTAS

- Utilidades
- Activos fijos
- Capital
- Acciones
- Bueno Gobierno Corporativo
- Gestión de riesgo
- Número de Clientes

- Reportes trimestrales
- Estados financiero
- Reuniones periódicas del consejo o junta directiva
- Equipo de auditoría interna
- Comités para atención de distintos temas
- Informes de Sustentabilidad

- Consolidación de la estrategia “Principios de Sustentabilidad Corporativa”
- Productos y servicios verdes
- Identificación de nuevas oportunidades de negocio relacionadas la sustentabilidad en distintos niveles
- Implantación de un Manual de Gobierno Corporativo
- Código de Conducta
- Consolidación de la presencia en algunos países

COMUNIDAD

- Alianzas con ONG
- Educación
- Inversión Social
- Voluntariado
- Microcréditos
- Educación Ambiental
- Medidas de mitigación evitar Cambio Climático

- Sitio web
- Red de editores
- Instituciones educativa
- Comités sectoriales
- Informes de Responsabilidad Social

- HSBC ha provisto ayuda financiera a 657 proyectos en toda la región
- Programa Future Firts en LAM
- Programa HSBC Climate Partnership
- Programas dirigidos al fomento de la educación escolar, protección del medio ambiente, apoyo a las comunidades en distintos ámbitos y de creación de nuevas empresas
- Acciones específicas para reducir la huella de carbono, ahorro de agua y uso de papel



Miguel Laporta

DIRECTOR DE SUSTENTABILIDAD MÉXICO

Con este primer Informe de Sustentabilidad HSBC LAM, estamos divulgando información que consideramos relevante para nuestros grupos de interés en la región y con lo cual, buscamos fortalecer nuestros vínculos en el largo plazo.

El Informe, además de integrarse a nuestra estrategia de sustentabilidad como una herramienta de gestión y de comunicación, representa una oportunidad para homologar criterios de reporte y monitoreo en la región. Esto fortalecerá nuestra visión de negocios en cada país de LAM y permitirá abrir canales de comunicación con nuestros grupos de interés.

INTERESES Y EXPECTATIVAS

CANALES DE COMUNICACIÓN

LOGROS HASTA 2009

GOBIERNO E INSTITUCIONES EMPRESARIALES

- Alianzas
- Cumplimiento de las leyes, reglamentos y otras disposiciones
- Participación respetuosa y ordenada en los procesos de consulta en temas legislativos, regulatorios y normativos
- Adecuado desempeño social, ambiental y económico
- Fomento del empleo local
- Pago oportuno de impuestos y contribuciones aplicables
- Desempeño transparente y ético
- Prevención de lavado de dinero

- Reuniones de trabajo
- Participación en eventos
- Programas en conjunto
- Informes Financieros
- Informes de Sustentabilidad
- TV Corporativa (Brasil)

- Cumplimiento de leyes relacionadas con la contratación de personas menores de 18 años
- Fomento de programas de apoyo a las comunidades marginadas y sectores vulnerables de la población
- Apoyo al fomento de la educación en sectores de la población en condiciones de extrema pobreza
- Programas de inversión social

PROVEEDORES

- Políticas de Pago
- Políticas ambientales
- Condiciones de empleo
- Asociaciones laborales
- Derechos humanos
- Relación de largo plazo
- Ética en los negocios
- Alianzas estratégicas
- Mayor colaboración y apertura en información de la demanda
- Cadena de suministro integrada

- Evaluaciones
- Contratos
- Correo electrónico
- Reuniones
- Informes Financieros
- Informes de Sustentabilidad
- Centros de atención telefónica

- Programa de desarrollo de proveedores
- Observación del cumplimiento de los Principios de Ecuador
- Código de conducta de proveedores

CLIENTES

- Acceso a sucursales
- Seguridad y riesgo
- Rendimientos
- Acceso a capital
- Tasas de interés

- Centros de atención telefónica
- Encuestas personales
- Estudios de mercado
- Informes Financieros
- Informes de Sustentabilidad
- Reuniones con representantes
- Buzones de opinión
- Asociaciones internacionales
- Medios de comunicación: radio, TV, prensa, etc.

- Productos y servicios verdes
- Observación del cumplimiento de los Principios de Ecuador (ejemplo en HSBC Bank Chile se aprobaron los proyectos La Higuera, La Confluencia., Norvind, proyectos dirigidos al sector eléctrico)

Nuestro Valor Económico



La estrategia de HSBC es posicionarse como un banco local en los países donde opera, combinando la trayectoria y experiencia local, con las mejores prácticas y experiencia internacional.

En HSBC LAM nos hemos enfocado en promover nuestro crecimiento con base en las inversiones en América Latina, dando continuidad a la modernización y expansión de nuestras operaciones en economías emergentes. Como parte de este enfoque, actualmente tenemos presencia en 15 países de América Latina.

La estrategia de HSBC es posicionarse como un banco local en los países donde opera, combinando la trayectoria y experiencia local, con las mejores prácticas y experiencia internacional. Asimismo, está enfocada en diferenciar y posicionar nuestra marca global, así como en establecer procesos y sistemas estandarizados para ofrecer productos y servicios con valor agregado para nuestros clientes.

La estrategia de HSBC está alineada con tres importantes tendencias globales en el largo plazo: los mercados emergentes crecerán más rápido que los mercados desarrollados, el comercio mundial crecerá más rápido que el PIB y la longevidad está incrementando en el mundo.



One HSBC

La iniciativa One HSBC, enfocada en estandarizar productos, procesos y tecnologías dentro del Grupo, tiene como principal objetivo unificarnos como un solo equipo, un solo banco. Esto facilitará hacer negocios con clientes y colegas, y enfocarnos en generales valor agregado.

Con One HSBC nos estamos transformando de un grupo de negocios de enfoque local con algunas capacidades compartidas en una conectividad global y con una estrategia clara en los mercados donde tenemos presencia.

Esto creará un banco unido en donde el todo es mucho más valioso que la suma de sus partes.

One HSBC permitirá unificar nuestro modelo de negocios, desarrollar estándares comunes de satisfacción de clientes, servicios más eficientes y modelos más directos que giran en torno a la satisfacción del cliente.

One HSBC tiene cinco objetivos de negocios:

1. Mejorar la experiencia del cliente para entregar la promesa de la marca HSBC
2. Dar nuevas propuestas globales que verdaderamente hablen de la presencia incomparable del Grupo
3. Acelerar las reducciones de costos al estandarizar sistemas, productos y procesos en una escala global
4. Crear modelos que generen negocios globales que satisfagan las necesidades de los clientes, accionistas y colaboradores
5. Lograr que el hacer negocios con HSBC sea simple, intuitivo, orientado por el cliente y con un auto-servicio disponible las 24 horas, los siete días de la semana.

Las operaciones de HSBC en América Latina reportaron ganancias antes de impuestos de 1.1 mil millones dólares en 2009, en comparación con 2.0 mil millones en 2008. Sobre una base subyacente, utilidades antes de impuestos disminuyó un 33 %, atribuible principalmente a cargos por falta de pago en préstamos significativamente grandes en Servicios Financieros Personales y Banca Comercial.

Distribución de los beneficios económicos

Las actividades de HSBC están conformadas por dos grupos de grupos de clientes, Servicios Financieros Personales y Banca Comercial, y por dos negocios globales, Banca y Mercados Globales y Banca Privada. A continuación se presenta la distribución de las utilidades antes de impuestos por grupo de cliente:

País	Servicios Financieros personales		Banca Comercial		Banca y Mercados Globales		Banca Privada		Otro	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Argentina	-	24	111	86	113	122	-	-	-	-
Brasil	250	(224)	348	211	298	515	8	5	6	3
México	360	(31)	157	66	190	230	7	7	-	-
Panamá	51	69	37	55	33	24	-	-	-	-
Otros	7	(54)	53	(19)	7	40	1	(1)	-	(4)

Resumen de resultados de América Latina

USD\$ millones	2007	2008	2009
Ingresos por intereses netos	5,576	6,458	5,573
Ingresos por Comisiones netos	2,153	2,167	1,729
Otros ingresos	1,536	1,888	1,722
Ingreso Operativo neto antes de Cargos por deterioro en préstamos	9,265	10,513	9,024
Cargos por deterioro en préstamos	-1,697	-2,492	-2,526
Ingreso Operativo Neto	7,568	8,201	6,498
Total de gastos operativos	-5,402	5,990	-5,375
Utilidad con asociaciones y colaboraciones conjuntas	12	6	1
Utilidad antes de impuestos	2,178	2,037	1,124
Utilidad en acciones de HSBC antes de impuestos	9.0%	21.9%	15.9%
Razón de costo-eficiencia	58.3%	57.0%	59.6%

Incluye operaciones netas

Irene Tafur

DIRECTORA DE SUSTENTABILIDAD COLOMBIA

Durante el 2009 la actividad bancaria se desarrolló dentro de un ambiente de contracción monetaria como consecuencia de la crisis mundial que se inicio a finales de 2008. HSBC ha mantenido una estrategia de negocios conservadora y enfocada en fortalecer el financiamiento a nuestros clientes, adecuando los procesos del Grupo y los planes de crecimiento de cada unidad de negocio.





Valeria Vivani

DIRECTORA DE SUSTENTABILIDAD ARGENTINA

La estrategia de sustentabilidad corporativa de HSBC Argentina busca ganancias sustentables para los accionistas, creando relaciones duraderas con nuestros clientes, valorando y motivando a los colaboradores, respetando los límites ambientales y agregando valor a la inversión en las comunidades en las cuales operamos. Para alcanzar este último objetivo, la empresa se vale de parte de sus recursos económicos, pero pone un gran foco en el potencial intelectual y humano de sus voluntarios.

Ganancia antes de impuestos

Reafirmando nuestro compromiso de ser el banco líder en los mercados emergentes, al final del 2009 invertimos US\$1.3 miles de millones en nuestras operaciones en México y Brasil. Sistemas del Grupo, como "One HSBC" fueron implementados en Chile y las operaciones en Panamá fueron integradas en su totalidad.



En América Latina, las carteras se vieron afectadas por el entorno económico durante gran parte del año. En los servicios financieros personales, los cargos por falta de pago en préstamos creció un 12 %, alcanzando un cifra de 2.0 mil millones de dólares, con un aumento de morosidad en las tarjetas de crédito, hipotecas, financiamiento de vehículos y préstamos de nómina, debido a un mayor desempleo.

Puesto	País	PBT* 2009	% Total		
1	Hong Kong	5,029	71	En 2009 América Latina contribuyó con el 15.9 % de utilidades antes de impuestos del total generado en el Grupo HSBC.	
2	Reino Unido	2,126	30		
3	China	1,632	23		
4	Francia	624	9		
5	Singapur	542	8		
6	Brasil	510	7		
7	Suiza	450	7		
8	Canadá	423	6		Argentina, Brasil y México contribuye con el 14 %. Estos países se encuentran dentro de los 20 países que contribuyen con más utilidades en el Grupo.
9	India	374	5		
10	Corea del Sur	359	5		
11	Alemania	290	4		
12	Malasia	286	4		
13	México	272	4		
14	Turquía	261	4		
15	Argentina	232	3		
16	Egipto	224	3		
17	Australia	198	3		
18	Arabia Saudita	193	3		
19	Taiwán	160	2		
21	Estados Unidos	-8,304	-117		
	Otros	1,198	17		
Total PBT* US\$m		7,079	100		

* Total de Utilidades antes de Impuestos

Distribución del beneficio económico

Es un objetivo primordial de HSBC América Latina contribuir en forma sustentable y a largo plazo con el desarrollo de nuestros diferentes colaboradores. Nuestro compromiso hacia ellos se refleja con la distribución del valor generado durante el ejercicio reportado.

Las siguientes cifras demuestran como HSBC ha aportado al desarrollo económico de América Latina, y como nuestro valor generado fue distribuido entre los diferentes grupos de interés. Presentamos información armonizada y basada con el HSBC Holdings plc Annual Report and Accounts 2009.

Distribución de valor generado en LAM		2009
Distribución a accionistas*	USD\$b	5.6
Contribución en impuestos	USD\$b	1.6
Donaciones a la comunidad	USD\$m	10.2

* Información referente a nuestras actividades globales, incluida en el Reporte de Sustentabilidad 2009 HSBC Holdings plc

USD\$b: Mil millones de dólares

USD\$m: Millones de dólares

Nuestro Valor Ambiental



Compromiso ambiental

Como resultado, HSBC fue el primer banco en lograr la neutralidad de carbono, es decir, que nuestras operaciones en todo el mundo contribuyen cero CO₂ neto a la atmósfera.

HSBC administra sus impactos directos ambientales tales como el consumo de energía y agua, así como la disminución en la generación de desechos no peligrosos y de las emisiones de CO₂.

Las metas alcanzadas al día de hoy son el resultado de establecer objetivos claros de reducción, así como promover la eficiencia de nuestras operaciones e incorporar la sustentabilidad en las decisiones del negocio. Como resultado, HSBC fue el primer banco en lograr la neutralidad de carbono, es decir, que nuestras operaciones en todo el mundo contribuyen cero CO₂ neto a la atmósfera.

“The Green Team” Grupo de Trabajo en Operaciones Sustentable en LAM

El objetivo del Equipo Verde es integrar la sustentabilidad dentro de las operaciones de HSBC desarrollando de estrategias enfocadas en generar eficiencias y ahorros en temas ambientales y financieros en las operaciones del banco.

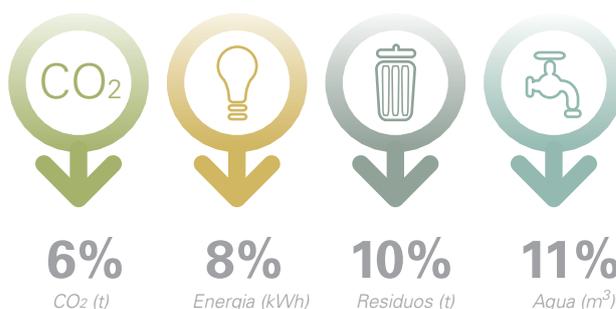
El equipo verde ha desarrollado sus iniciativas entorno a los siguientes temas:

- Incrementar los niveles de conciencia y utilizar soluciones para reducir los impactos de viajes de negocio y traslado a oficinas.
- Encaminar herramientas de TI para gestionar el uso de energía en nuestras oficinas
- Asegura el logro de los 16 objetivos contenidos en *balance score card* a nivel país, regional y a nivel grupo
- Incrementar el compromiso con los empleados en funciones operativas para crear agentes de cambio a quienes dirijan proyectos de sustentabilidad

Objetivos del Grupo (2008-2011)

En HSBC tenemos plena consciencia que nuestras operaciones generan un impacto ambiental, por lo cual, se han establecidos objetivos claros dentro del Grupo.

Los siguientes son los últimos objetivos globales sobre consumo de electricidad, uso de agua, generación de residuos y emisiones de CO₂. Las reducciones son por los empleados de tiempo completo y no se refieren a la reducción absoluta.



Para mayor información sobre los objetivos del Grupo a nivel global: <http://www.hsbc.com/1/2/sustainability/protecting-the-environment/footprint-management>

Conservación de Eco Bahía de Asunción y Reserva del Mbaracayú - HSBC Paraguay

Con el proyecto “Eco Bahía de Asunción” se busca rescatar de la contaminación a nuestra bahía, proteger el ambiente, promover el desarrollo sustentable, mitigar los impactos del cambio climático y convertirla en un futuro parque ecológico.

Tenemos contratos firmados con ONGs como Fundación Moises Bertoni, con donaciones nuestras ayudamos a mantener la reserva forestal denominada “Reserva del Mbaracayú” y Fundación Milenio, a quienes ayudamos en un proyecto de recuperación de la bahía de Asunción, además de acciones internas y externas como colecta de pilas, campañas de consumo conciente de agua, energía y papel, plantación de árboles, visita guiada al zoológico con nuestros hijos para inculcarles el amor a los animales y la importancia de los mismos para el medio ambiente, entre otros.

Mirtha Hauenstein

HEAD SUSTENTABILIDAD CHILE

En HSBC apoyamos medidas y políticas prácticas que ayudan a proteger y mejorar el medio ambiente a través del financiamiento de proyectos con componentes sociales y ambientales definidos. Vinculamos las necesidades de nuestro negocio con las del planeta, con la intención de impulsar un futuro más sustentable y una economía global baja en carbono.



Reciclaje Interno - HSBC Perú

Dentro de las políticas de Sustentabilidad Corporativa, HSBC Perú lanzó el Proyecto de Reciclaje (en adelante el "Proyecto") en coordinación con Aldeas Infantiles SOS ("AISOS"). El Proyecto consistía en coordinar internamente la implementación del mismo, a fin de generar material reciclable de papel, para que a su vez sea donado a AISOS para su posterior venta, lo cual se constituía en una contribución de HSBC Perú para la mantención de los niños que viven en dichas aldeas.

El Proyecto fue iniciado el 14 de julio de 2009 a través de la Reunión de Organización llevada en la Sede Miraflores, en donde tuvo una acogida inicial de 15 voluntarios inscritos que se organizaron en 4 grupos de trabajo, liderados por un Coordinador. Asimismo, en las once semanas que se llevó a cabo el Proyecto se realizó recolección de 1107 kilos.

De esta manera, en total, el Proyecto generó la recolección de 1786.7 kilos que significa la mantención de 5 niños por mes durante el período de duración de la campaña (Septiembre, Octubre, Noviembre). Hoy el proyecto está en manos de CRE (administración e infraestructura) y forma parte ya de la rutina dentro del banco.

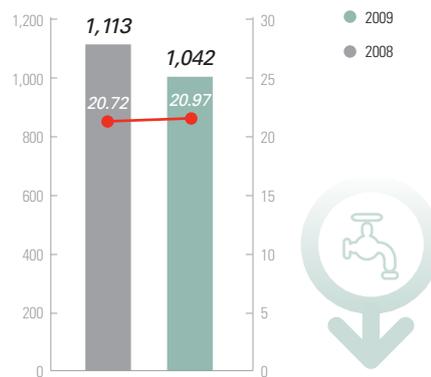
El volumen total de residuos generados por HSBC LAM se redujo en 47% a 10,366 toneladas. El decremento fue resultado de promover oficinas sin papel y en menor medida en la reducción de empleados de tiempo completo.

Reducción del consumo de agua - HSBC México

Desde 2007 HSBC México ha logrado reducir un 17.5% el consumo de agua en sus instalaciones llevando a cabo las siguientes acciones:

- Instalación de "Hippos" (botellas plásticas de 0.5 a 2 litros rellena de material pesado introducida en el tanque) en 967 sucursales.
- Instalación de Dualflush (tanques de doble funcionamiento) en sucursales remodeladas.
- Instalación de muebles de ultra bajo consumo en sucursales nuevas.
- Planta de tratamiento de aguas grises y captación de aguas pluviales en Edificio Corporativo Principal.

■ Consumo de agua ('000 m³)
 ● Consumo de agua por empleado (m³ por empleado)



El consumo de agua de HSBC LAM incrementó 1% por empleado en oficinas y sucursales.

Nuestro consumo total de agua decreció 6% a 1.04 millones de m³ en 2009, resultado de iniciativas de eficiencia de agua en LAM.



Energía y cambio climático

Consumo de energía

La gestión de los retos del cambio climático será una de las mayores tareas del Siglo XXI

El cambio climático presenta una gama de distintos tipos de riesgo para nuestro negocio y para nuestros clientes. Sin embargo, también tiene el potencial para estimular la innovación y el desarrollo para que las empresas se adapten a un mundo cambiante. Hay oportunidades para la expansión de la banca, los seguros, las inversiones y el comercio de servicios, para facilitar el crecimiento de áreas como la eficiencia energética, energías renovables, la gestión del carbono y la adaptación.

Un equipo interno, procedente de todas las subsidiarias del Grupo, se ha creado para compartir las mejores prácticas en todo el grupo. Lord Nicholas Stern, economista de renombre mundial sobre el cambio climático, también proporciona asesoría estratégica para el Grupo.

En 2008, HSBC adoptó los *Climate Principles*, un marco mundial voluntario para el sector de servicios financieros para guiar su respuesta al cambio climático y la transición hacia una economía baja en carbono.

Mitigación y adaptación al cambio climático ofrece oportunidades comerciales potenciales para HSBC

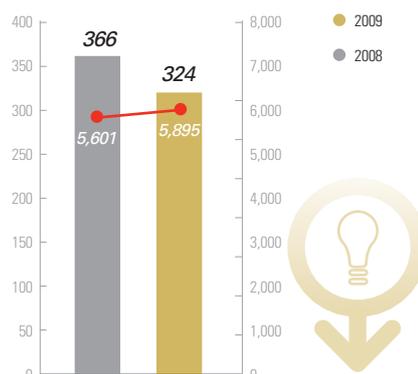
Programas Globales

El *Climate Change Centre of Excellence* fue establecido en 2007 y se centra en la identificación y análisis de los riesgos económicos y las oportunidades del cambio climático.

El *HSBC Climate Change Benchmark Index* proporciona información vital a inversionistas respecto a las energías renovables y el mercado creciente de energía limpia, para fortalecer la toma de decisiones de inversionistas.

A fin de comprender los puntos de vista de las personas alrededor del mundo se realizó un estudio anual llamado *HSBC Climate Confidence Monitor* que analiza las actitudes de 12,000 personas de 12 mercados. Investigaciones como esta han contribuido a informar sobre los productos de seguros relacionados al cambio climático puestos en marcha en Brasil, México y Argentina.

■ Energía consumida (GWh)
● Consumo de energía por empleado (Kwh/empleado)



El consumo total de energía en HSBC LAM disminuyó 11% respecto al año pasado. Esto fue logrado a través de la implementación de iniciativas ambientales como:

- La instalación de sistemas de iluminación “inteligentes”, así como aires acondicionados y equipo de calefacción.
- El uso de energías renovables como paneles solares, micro turbinas eólicas, entre otras.

"Campaña verde" - HSBC Honduras

El objetivo principal fue reducir el consumo de agua, luz, papel en nuestras oficinas mediante la realización de una campaña interna, haciéndola de una manera interactiva de esta manera poder contar con la colaboración de todos y cada uno de los colaboradores que conforman el Grupo Financiero HSBC (Banco y Seguros). La campaña tuvo una duración de tres meses, durante este tiempo se realizaron actividades de concientización, visitas a zonas protegidas, concursos de reciclaje, etc.

Cambio climático

Tomando en consideración los impactos potenciales del cambio climático, los gobiernos en el mundo están introduciendo objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). El uso de energía es nuestro mayor impacto ambiental, siendo el CO₂ de los GEI más significativo para nuestras operaciones.

Utilizando el sistema global de reporte ambiental de HSBC, se calcularon las emisiones de CO₂ en LAM, que representan 2.19 toneladas de CO₂ por empleados de tiempo completo para el 2009, y 2.09 toneladas CO₂ para el 2008.

En 2009, las emisiones totales de CO₂ para HSBC LAM contabilizaron 120,450 toneladas, similar al 2008 cuando representaron 121,600 toneladas.

Neutralidad del Carbono

En 2005, HSBC se convirtió en el primer banco más importante para lograr la neutralidad de carbono. Esto significa que nuestras operaciones en todo el mundo contribuyen cero CO₂ neto a la atmósfera.

Nos convertimos en carbono neutral siguiendo nuestro plan de gestión, que incluye cuatro pasos clave:

1. Medir nuestra huella de carbono
2. Reducir el consumo de energía
3. Comprar energía "verde" (fuentes renovables)
4. Neutralizar nuestras emisiones de CO₂ comprando bonos de carbono

A través del *HSBC Climate Partnership*, los empleados pueden aprender más sobre el cambio climático y las oportunidades de negocios derivados del cambio climático.

Carbon Disclosure Project (CDP)

HSBC participa dentro de la iniciativa del CDP, que facilita el diálogo entre los accionistas y las empresas sobre sus

estrategias de cambio climático. Como signatario del CDP, HSBC realiza un cuestionario anual que nos obliga a ser transparentes y divulgar información sobre el impacto del cambio climático de nuestro negocio.

The HSBC Climate Partnership

En HSBC apoyamos proyectos ambientales regionales y locales que estén directamente relacionados con nuestro negocio o las comunidades en que operamos. En HSBC hemos elegido enfocar sus esfuerzos en un programa ambiental sobre cambio climático, por tener una relevancia directa con los negocios y las comunidades.

El *HSBC Climate Partnership* es un programa innovador de US\$100 millones, enfocado en reducir los impactos del cambio climático en la sociedad, bosques, recursos hídricos y ciudades. A través de este programa de cinco años, HSBC está trabajando con *The Climate Group*, *Earthwatch*, *Smithsonian Tropical Research Institute* y *el World Wildlife Fund (WWF)* en diversos proyectos.

Existen oportunidades en cada oficina y en la intranet para que nuestros colaboradores apoyen esta iniciativa como voluntarios y brinden su tiempo y sus capacidades. De este modo, existen equipos de coordinación de esta iniciativa así como herramientas en la intranet sobre las oportunidades concretar para participar, entre las cuales se encuentran:

- Sensibilizarse sobre el tema utilizando la información del sitio sobre cambio climático;
- Liderar o participar en proyectos específicos ya establecidos en la comunidad local o proyectos desarrollados a través de las asociaciones del Grupo HSBC;
- Trabajar con otros colegas en reducir el impacto ambiental de los edificios corporativos;
- Identificar un nuevo proyecto, que puede incluir desde la concientización sobre cambio climático en una escuela de la comunidad hasta el trabajo con un cliente para evaluar conjuntamente los riesgos y oportunidades relacionadas al cambio climático.

Los empleados que demuestran su compromiso, y quieren involucrarse aún más, se convierten en "*Climate Champions*" (Campeones del Clima).

A través de esta iniciativa se han desarrollado diversos proyectos que engloban el voluntariado de nuestros colegas con componentes de conservación, de educación, de investigación, etc. A continuación de presentan ejemplos de nuestro trabajo en la región:

Camilo Jiménez

DIRECTOR DE SUSTENTABILIDAD PARAGUAY

El HSBC Climate Partnership busca promover el voluntariado de nuestros colegas dentro de proyectos de preservación ambiental y de concientización de los efectos del cambio climático. En esta iniciativa, colaboramos de manera conjunta con 5 organizaciones internacionales para entender, reducir y revertir los efectos del cambio climático, dentro y fuera de nuestro negocio.

En el área de Educación, continuamos apoyando el Programa Por un Paraguay más Feliz, a través del cual, apoyamos a 85 niños de “Casa de Acogida”, con educación, alimentos y vestimenta.



Financiamiento para proyectos ambientales

Nuestro trabajo se centra en temas ambientales de importancia para nuestro negocio y las comunidades:

- conservación de la biodiversidad y los hábitats terrestres
- causa y efecto del cambio climático
- agua dulce

Por este motivo, preferimos apoyar a las organizaciones que trabajan en las áreas de:

- Investigación o conservación que influyen en la política de una manera no partidista

Nuestra política establece evitar:

- Áreas controversiales como zoológicos o parques de safari
- Proyectos destinados a mejorar el atractivo a corto plazo para la comunidad local (pintar una cerca) no es considerado para efectos de nuestra política.

HSBC Climate Partnership – HSBC Argentina

En 2009, doce campeones de clima - climate champions- de HSBC Argentina fueron elegidos para participar del programa de campo en el Centro Regional del Clima en la Mata Atlántica, en Brasil. Estos líderes cumplieron con la función de involucrarse en la investigación científica sobre el cambio climático, integrando estos temas a la gestión del negocio, y concientizando a la sociedad en general sobre ésta y otras cuestiones ligadas al desarrollo sustentable.

Climate Champions - HSBC Brasil

El Centro Climático Regional de América Latina se encuentra dentro de algunas de las últimas selvas tropicales restantes de Brasil. Hogar de una gran variedad de especies animales y vegetales, este eco-sistema es crucial y está amenazado por la deforestación y el cambio climático.

Según el Panel Intergubernamental de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (IPCC) en 2050, la selva amazónica será completamente deforestada, causando la extinción y al mismo tiempo la pérdida de biodiversidad, influyendo también en los millones de brasileños que dependen de estos bosques en busca de refugio, comida y combustible.

En el Centro Climático Regional de Brasil, HSBC Climate Champions está trabajando con organizaciones locales para recopilar datos que se utilizarán para calcular los efectos del cambio climático en los bosques de todo el mundo.

Desde su lanzamiento, el HSBC Climate Partnership ha ayudado a HSBC Brasil a elevar su perfil ambiental a nivel local y nacional. Gracias a la colaboración y la dedicación de cada uno de los Climate Champions, HSBC Brasil se adjudicó su primer premio nacional relacionado con el cambio climático.



Valeria Rosales

DIRECTORA DE SUSTENTABILIDAD CORPORATIVA EL SALVADOR

En HSBC la Sustentabilidad Corporativa es un eje transversal donde todas las áreas del banco se ven involucradas, ya sea en la disminución de nuestra huella ambiental, la participación activa de nuestros voluntarios y la adopción dentro de Riesgos, de un sistema para clasificar y evaluar los riesgos ambientales y sociales de los proyectos a los que ofrecemos financiamiento.

HSBC México también está trabajando activamente en reducir el impacto directo de sus operaciones en el medio ambiente. En ello, un importante paso fue la construcción de su nueva sede en la Ciudad de México, la Torre HSBC, en la cual han sido implementados sistemas de ahorro de energía para reducir las emisiones atmosféricas, sistemas para reducir el consumo de agua y reciclar el agua, así como políticas y procesos para un mejor manejo de los desechos. En noviembre de 2007 la Torre HSBC fue otorgada la certificación LEED que otorga el U.S. Green Building Council, lo que la hace el primer edificio en su tipo en México y América Latina en contar con esta certificación.

Certificación LEED de Torre HSBC - México

La Torre HSBC, ubicada en la ciudad de México, obtuvo la primera certificación Oro del sistema LEED (Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental, por sus siglas en inglés) en América Latina para un edificio de sus características. La certificación LEED es otorgada por el US Green Building Council (USGBC), organismo integrado por líderes de la industria de la construcción en los Estados Unidos.

Esta certificación refleja el compromiso de HSBC México con el desarrollo sustentable y con la conservación del medio ambiente. Para obtenerla, fue necesario cumplir con los requisitos establecidos por el USGBC, clasificados en 5 categorías:

- Planeación sustentable del sitio.
- Cuidado y eficiencia en el uso del agua.
- Eficiencia en el uso de energía y uso de energías renovables.
- Conservación de materiales y recursos.
- Calidad del ambiente interior.

Entre las características ambientales más importantes de la Torre HSBC se encuentran:

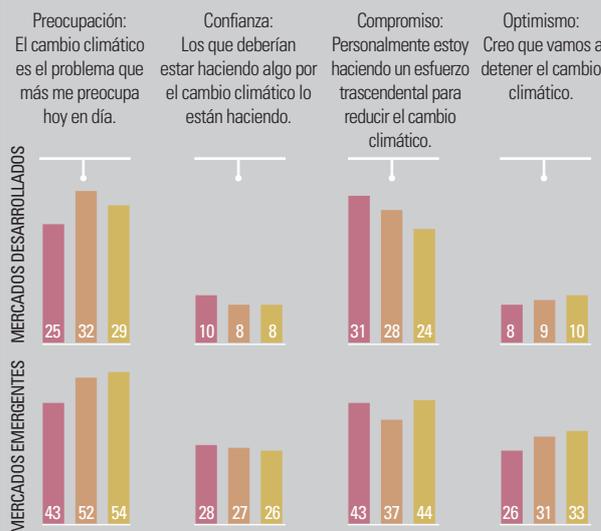
- Durante la fase de construcción no se dañó el drenaje, gracias a un sistema de control de erosión y sedimentación.
- En esta fase, también se implementó un sistema de separación de residuos para su posterior reciclaje.
- El edificio está diseñado para operar con menos consumo de agua, energía eléctrica, emisiones de dióxido de carbono y desechos.
- Su diseño de espacios abiertos permite aprovechar la luz natural de manera más eficiente; cuenta además con un sistema de iluminación inteligente que regula la iluminación de manera automática dependiendo del uso del área a iluminar.
- No se utilizan clorofluorocarbonos en el aire acondicionado.
- Se promueve la cultura de compartir el auto y la utilización de bicicletas.
- El edificio cuenta con una planta de tratamiento de agua que se utiliza al interior del mismo.
- Las pinturas utilizadas no contienen componentes dañinos y las alfombras fueron elaboradas con materiales naturales y reciclados.
- El mobiliario cuenta con la certificación Green Guard.
- Tiene la azotea verde más grande en América Latina.

El Monitor de Confianza Climática 2009

El Monitor de Confianza Climática, que se llevó a cabo en 12 mercados con la participación de 12,000 personas, revela un claro llamado a la acción de los gobiernos acerca del cambio climático. Siete de cada diez (69%) estuvieron de acuerdo en que el cambio climático es por lo menos tan importante, si no es que más importante, que el apoyo a su economía nacional durante el declive económico.

Las cuatro preguntas clave del Monitor de Confianza Climática, que se han analizado desde el 2007, miden la preocupación de la gente, su confianza, compromiso y optimismo en relación con el cambio climático.

Tendencias entre frases de actitudes acerca del cambio climático
Frases de actitudes, mercados desarrollados vs. emergentes, 2007-2009



* 6-7 en una escala de 1-7 donde 1="totalmente en desacuerdo" y 7="totalmente de acuerdo"
* Australia, Canadá y Malasia no fueron encuestados en 2007

Preocupación por el cambio climático:

El número de personas que ubican el cambio climático como el problema más importante por el que se preocupa cayó al cuarto lugar, por debajo de la estabilidad económica mundial, que es el problema mundial de mayor preocupación.

Compromiso para combatir el cambio climático en América Latina

Con base en los resultados obtenidos y considerando los países de América Latina que respondieron (Brasil y México) sobre las prioridades del gasto público vs el cambio climático, se destacaron que es "más o menos la misma prioridad que combatir el cambio climático", los cuales coincidieron con otros países. El número de personas que dicen estar haciendo personalmente un esfuerzo trascendental para ayudar a reducir el cambio climático mediante cambios en su estilo de vida aumentó 5% en las economías emergentes para el 2008.

Optimismo acerca del cambio climático:

Nuestra medida de optimismo en que el cambio climático se puede controlar cayó 7% en América Latina en comparación con el 6% global desde el 2007.

Confianza en el liderazgo sobre cambio climático:

Los consumidores siguen teniendo altas expectativas en los gobiernos en lo que respecta a enfrentar el cambio climático, 65% de los encuestados en todo el mundo expresan su apoyo a un nuevo pacto mundial sobre emisiones de carbono. Brasil y México fueron los dos países con mayor índice de confianza con un 86% y 83%, respectivamente.

Para mayor información consulte:
<http://www.hsbc.com/1/2/sustainability/2009-reports/ccm-2009>

Nuestro Valor Social



El valor de nuestra gente

HSBC valora cada una de las individualidades de su equipo, basada en una Política de Diversidad que promueve el respeto por las diferencias de género, raza y edad, ideas, perspectivas, estilos de liderazgo y puntos de vista.

En HSBC estamos conscientes del trabajo de nuestros colaboradores, cuyo trabajo marca la diferencia para ofrecer un servicio de excelencia para el cliente e inversionistas. Con esta convicción, HSBC América Latina busca motivar, respetar, capacitar e involucrar a todos sus colaboradores para lograr el éxito del negocio y el desarrollo de las personas.

HSBC valora cada una de las individualidades de su equipo, basada en una Política de Diversidad que promueve el respeto por las diferencias de género, raza y edad, ideas, perspectivas, estilos de liderazgo y puntos de vista. Este compromiso le ha permitido a HSBC LAM estar a la vanguardia.

En este marco, durante el 2009 se implementó un sistema de administración del desempeño único para todo el Grupo HSBC a nivel global, cuyos objetivos son:

- Lograr un único enfoque para la gestión del desempeño con los mismos procesos, lenguaje, y consistente con los objetivos del Grupo.
- Generar una cultura de alto desempeño.
- Mejorar la percepción de los colaboradores sobre todo el proceso.

Prácticas Laborales Justas

Diversidad

En HSBC la diversidad es un aspecto clave para nuestra marca y permanencia en el mercado. El valor que damos a la diversidad es lo que nos hace diferentes de nuestros competidores. La diversidad no es simplemente género, discapacidad, religión, sexualidad o edad, sino el respeto a las personas y a tratar a todos, clientes y colegas con dignidad y respeto.

En HSBC tenemos principios y normas muy claras de respeto a la diversidad e intentamos sensibilizar continuamente a nuestros colaboradores al respecto, a través de nuestro Comité Regional de Diversidad. Asimismo, en los resultados de nuestra Encuesta de Clima Organizacional en América Latina, se destacan dos factores que son determinantes en el compromiso de nuestros colegas con la institución, y que se relacionan directamente con la diversidad: la percepción de que el empleador provee oportunidades equitativas y que se aprecien las perspectivas diferentes.

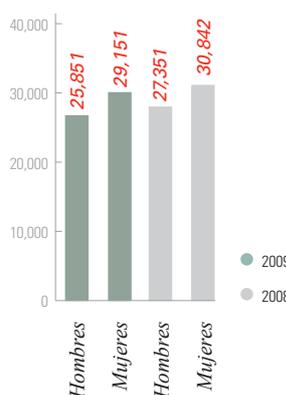
Diversidad en - HSBC Brasil

HSBC Brasil es el primer banco en la región, y actualmente el único, en obtener la cuota legal nacional de integrar el 5% de los colaboradores con capacidades diferentes. Para cumplir con esta meta, HSBC Brasil ha desarrollado un programa de capacitación para futuros colaboradores con capacidades diferentes durante un período de 12 meses, 3 meses de cursos teóricos y 9 en entrenamiento en oficina. Asimismo HSBC Brasil ha creado un Comité de Diversidad e Inclusión para promover mayor inclusión en el banco basado en el respeto y apreciación de las diferencias individuales.

Se ha desarrollado un programa de preparación de mujeres líderes a través del cual se han identificado a 71 gerentes que están siendo asesoradas por nuestro grupo de directores. Los resultados alcanzados en los últimos 4 años en HSBC Brasil, es que se ha incrementado la diversidad laboral en 13%, la participación de las mujeres en el equipo directivo en 76%, la contratación de recién egresados en 194% y de discapacitados en 400%.

En América Latina, tenemos actualmente dos Directoras Generales de bancos, y en el Comité Directivo Regional participan cuatro mujeres. Hoy en día, más de la mitad de nuestra fuerza laboral en América Latina son mujeres.

Distribución de empleados por Género en América Latina



En 2009, en HSBC América Latina, las mujeres representaron el 53% de nuestros colaboradores de tiempo completo, mientras que el resto fueron hombres. La tasa de rotación de empleados en 2009 alcanzó una cifra de 21.4 %, 3.2 puntos porcentuales abajo respecto al año anterior que fue de 24.6 %. Esta reducción en nuestra fuerza laboral estuvo fuertemente influenciada en los efectos residuales de la crisis económica global.

Beneficios Sociales

HSBC LAM provee al personal, prestaciones superiores a las establecidas por ley en cada país donde tiene presencia. En tal sentido, cada país en América Latina trabaja para orientar su política de compensaciones para reconocer el esfuerzo, mérito, las competencias desarrolladas y el logro de objetivos por parte de sus colaboradores

Los beneficios otorgados en América Latina son diversos y pueden variar de acuerdo a las necesidades de cada país:

- Planes de salud integrales
- Productos bancarios bonificados y/o con beneficios especiales
- Seguro de vida
- Plan de ahorro para comprar acciones.
- Ayudas a colaboradores en proceso de titulación
- Créditos hipotecarios a tasas preferenciales
- Prestamos para automóvil
- Chequeo médico preventivo una vez al año.
- Diagnósticos y tratamientos del cáncer.

Salarios

En cada país de América Latina donde operamos, los salarios de nuestros colaboradores son revisados anualmente en el contexto del desempeño en el negocio, práctica en el mercado y comparativos internos. Se considera, el desempeño personal contra indicadores tanto financieros como no financieros. Asimismo, se alinea a lo que establece cada legislación local para la remuneración de salarios.

A nivel global existe un Comité de Remuneración para Directores que opera de acuerdo con una serie de principios.

Para mayor información de la remuneraciones y bonos pagados a los ejecutivos y colaboradores, se detalla en The Annual Report and Accounts 2009 Holdings plc.

HSBC ha desarrollado su estrategia global de capital humano, “Ser el mejor lugar para trabajar”, para apoyar la atracción de personal y motivación de los empleados, así como la alineación con la necesidad de compensar el desempeño y no tolerar la mediocridad, con base a lo siguiente:

- Establecer niveles de remuneración internamente equitativos y externamente competitivos, tomando en cuenta para ello las funciones y responsabilidades que cada posición contiene.
- Administrar la remuneración de forma que el personal con mejor desempeño, obtenga dentro del marco establecido, una mayor compensación, incentivando desempeños superiores.
- Proveer herramientas básicas de gestión gerencial, que permitan una eficaz administración de las compensaciones.

Capacitación y Desarrollo de Personal

En HSBC LAM estamos comprometidos con el desarrollo de nuestros colaboradores, ya que son ellos quienes marcan la diferencia con nuestros clientes e inversionistas en la comunidad. Nuestros equipos de trabajo cuentan con una amplia experiencia, lo que permite brindar un servicio de calidad a clientes internos y externos. Esto ha posibilitado que, aún en escenarios difíciles, podamos avanzar y desarrollar planes de acción para mejorar día a día la cultura de la organización.

La política de capacitación en HSBC está regulada por el área de Aprendizaje LAM dentro de Recursos Humanos en la región, en la cual se ha implementado un esquema denominado

“Business School”. En este esquema, la capacitación está organizada por currículas, y éstas a su vez en Academias y *Solutions Centers*. Las Academias están organizadas de acuerdo a las líneas de negocios y áreas de soporte, mientras que los *Solutions Centers* son áreas de experiencia en el desarrollo de temas de especialidad como Liderazgo, Ventas, Productos, etc. Actualmente existen 15 Academias y cada Head de Academia será el contacto con nuestros colaboradores, para atender sus necesidades de capacitación.



En HSBC ofrecemos una amplia oferta de cursos de capacitación de actualización. En 2008 se impartieron aproximadamente 3,000,000 de horas, mientras que en el 2009 se impartieron aproximadamente 1,700,000 horas. La diferencia en horas se puede explicar por una reducción de presupuesto de USD\$ 31 millones en 2008 a USD\$ 20 millones en 2009.

A continuación desglosamos los temas, las horas impartidas en cursos presenciales y en cursos virtuales, respectivamente, para el 2009.

Categoría Curso	Presencial (Horas 2009)	Virtual (Horas 2009)	Total
Desarrollo de Liderazgo	128,446	34,354	162,810
Gestión de relaciones y Ventas	118,081	32,637	150,718
Crédito y Riesgo	19,826	31,127	50,952
Productos y Técnicas	286,765	315,533	602,298
Habilidades profesionales	128,351	95,447	223,799
Regulación y Cumplimiento	94,094	381,732	475,826
Formación de usuarios TI	52,145	7,324	59,469
Responsabilidad Corporativa	9,248	16	9,264
Total	836,954	898,179	1,735,133

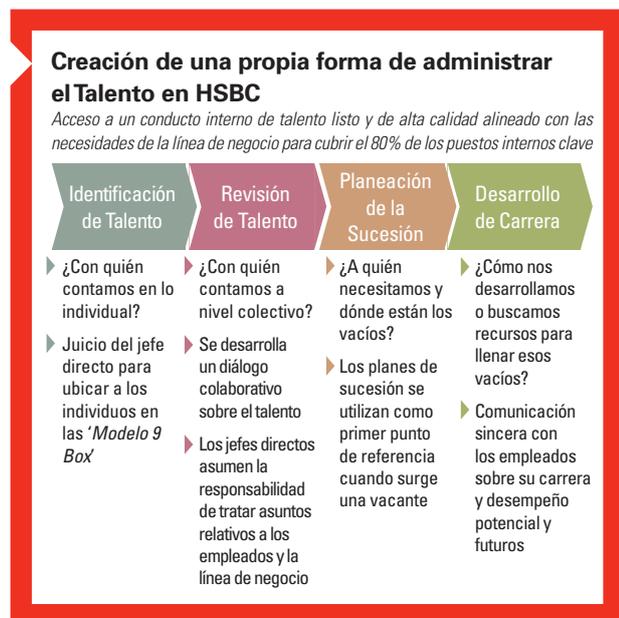
Además de los cursos de capacitación, en HSBC hemos desarrollado programas específicos para altos mandos, como el Programa *International Management*, el cual permite desarrollar una carrera internacional única, a través de asignaciones internacionales en diferentes países y áreas en las que la exposición y los desafíos son crecientes.

Retención de talento

La estrategia de HSBC es atraer y retener a su mejor personal. Buscamos reclutar a colegas que se comprometan a una carrera de largo plazo con el Grupo, y que sean atraídos no sólo por

las compensaciones económicas, sino por ser una organización competitiva con valores y oportunidades de desarrollo.

Tanto a nivel de América Latina como global, HSBC ha desarrollado programas para capturar y desarrollar talento desde recién egresados hasta los niveles de alta gerencia. Con la implementación de nuestra estrategia de Talento, en HSBC buscamos crear las condiciones necesarias para el desarrollo de nuestros colegas. La estrategia está estructurada en 4 pilares: Identificación de talento, Revisión de Talento, Planeación de Sucesión y Desarrollo de Carrera.



Identificación del Talento: Los managers deberán mantener un dialogo colaborativo para acordar las fortalezas y áreas de desarrollo de los colaboradores

Calibración /Revisión de Talento: Deberán identificar colectivamente quiénes son aquellos colaboradores que tienen mayor potencial para tomar los puestos y afrontar los retos del futuro.

Planes de Sucesión: Los altos mandos crean planes de carrera usando los resultados de esta identificación de talento que han hecho.

Conversaciones de Carrera: Implica que los altos mandos tengan una conversación abierta con sus empleados donde comenten el nivel de potencial y acuerden los intereses de carrera y las futuras oportunidades.

Este proceso se desarrolla conjuntamente con el equipo de Recursos Humanos y los Líderes de Negocio únicamente para los altos mandos. Seguimos fortaleciendo los sistemas que nos ayude a habilitar los procesos masivamente e implementarlos a todos los niveles.

Evaluación del desempeño

Identificar el talento de nuestros colaboradores es el primer paso de la Gestión de Talento en HSBC. Para este proceso, empleamos la técnica *9-Box Model*, a través del cual identificamos a los empleados que tienen mayor potencial de crecimiento a futuro en posiciones críticas.

La medición del potencial es una combinación en la evaluación de tres grandes áreas: Agilidad, Aspiración y Compromiso, donde se evalúan los logros de objetivos y la forma en cómo se lograron dichos objetivos.

Programa de Desarrollo de Líderes en - HSBC Argentina

Debido al impacto positivo que logró este programa durante los años 2007 y 2008, HSBC Argentina decidió extenderlo a todos los colaboradores que quisieron sumarse al desafío de generar un cambio y agregar valor a la relación con clientes, colegas, y demás relaciones personales. De esta forma, el Programa tiene como objetivo generar un "cambio cultural" en la compañía y una mejora en la calidad de vida de los colaboradores.

En 2009 se llevó a cabo la segunda etapa, en la cual se invitó a todos los colaboradores de la organización, desarrollando una tercera etapa a fin de año para aquellos que no lograron participar en las anteriores. En cada etapa, se continuó utilizando la metodología de trabajo de los primeros cursos: cada participante de la etapa anterior actuó como coach de los nuevos participantes, y los miembros del Comité Ejecutivo actuaron como "coach de coaches".

En este año de reporte se destaca que el Programa se hizo extensivo en el interior del país, logrando que el 88% de la población de HSBC Argentina participe y se involucre en generar cambio y agregar valor a sus acciones cotidianas.

Con este sistema, HSBC promueve:

- Evaluar el desempeño de los colaboradores con respecto a las metas establecidas, identificando fortalezas y áreas de oportunidad para mejorar su desempeño.
- Promover el autodesarrollo de los colaboradores, de acuerdo a sus brechas de habilidades.
- Generar programas de desarrollo dirigidos a fortalecer el potencial de los colaboradores y sus oportunidades de crecimiento en el negocio.

Seguridad y Salud en el Trabajo

En cada País de América Latina donde operamos, garantizamos que nuestros empleados trabajen en un ambiente seguro, cumpliendo con las legislaciones locales en cada país como los lineamientos internos del Grupo HSBC.

En nuestras oficinas locales, hemos implementado estas prácticas de salud y seguridad, para lo cual se han designado equipos de salud y seguridad, que coordinan y ejecutan acciones para mejorar las condiciones y el ambiente de trabajo. Dentro de estas acciones, se prioriza la prevención de riesgos laborales para evitar accidentes de trabajo, incendios y enfermedades profesionales.

Entre las acciones realizadas en este ámbito, hemos llevado a cabo simulacros de evacuación en los edificios centrales de HSBC; asimismo, prácticas de simulacro de evacuación también en sucursales. Los edificios cuentan con controles de detección de incendios que monitorean simultáneamente a todas las instalaciones de la compañía, permitiendo detectar si se produce un incendio.

Las iniciativas y programas de salud se han desarrollado en HSBC América Latina de manera independiente en cada país, alineadas a legislaciones locales y desarrollando programas estructurados según las diversas características de la población y las diferentes tendencias de cada país.

El valor de nuestra comunidad

Es contundente el compromiso de HSBC en las comunidades donde operamos. América Latina como economía emergente es clave para el desarrollo de los países. Nuestras operaciones en esta región brindan diversos beneficios a través de nuestras contribuciones tributarias, contribuciones a las personas y negocios mediante empleo, capacitación, adquisiciones, inversiones y voluntariado.

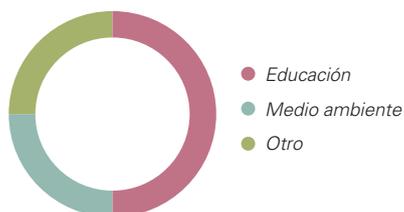
Nuestra meta, más allá del impacto de nuestro negocio, es estimular el crecimiento económico sustentable mediante nuestras actividades de inversión dentro de la comunidad.

Invirtiendo en la Comunidad

La estrategia global de HSBC, se centra en dos líneas clave: apoyo educativo y ambiental. Creemos que la educación y el medio ambiente son componentes fundamentales para el desarrollo de las comunidades y son temas de preocupación en todo el mundo.

¿En dónde apoyamos?

El 75 % de nuestros apoyos son canalizados a nuestras comunidades donde operamos en aspectos de educación y medio ambiente. El otro porcentaje de nuestra ayuda se destina a otras áreas tales como desastres naturales o proyectos en comunidades locales. Asimismo, contamos con lineamientos del Grupo para invertir en la comunidad, permitiendo seleccionar los tipos de proyectos a desarrollar y definir qué áreas de negocios de HSBC pueden apoyar.



Para el desarrollo de estos proyectos, HSBC donó USD\$10.9 millones, mientras que nuestros clientes aportaron USD\$7 millones. Los recursos se distribuyeron de la siguiente manera: en proyectos de educación se utilizó el 69%, para medio ambiente 12% y para otros el 19%.

El apoyo a la educación depende de las necesidades locales específicas. Contamos con una gran variedad de iniciativas globales en el Programa Educativo Global de HSBC, entre las que se encuentran; Future First (niños marginados), Más allá del Dinero (educación financiera) y la Eco-Schools Climate Initiative (Iniciativa climática de escuelas ecológicas) de HSBC (educación ambiental).

Instituto Solidaridad - HSBC Brasil

El Instituto Solidaridad HSBC se creó en 2006 y se centra en las inversiones sociales de HSBC, dando impulso a una amplia red de desarrollo mediante el financiamiento de proyectos en los ámbitos de educación, generación de ingresos para las comunidades y el medio ambiente. Su sistema de monitoreo y evaluación ha sido mejorado en 2009, asegurando la eficacia de las iniciativas y los resultados del apalancamiento. El Instituto actúa como interlocutor de HSBC para temas relacionados con la sustentabilidad, coordina los proyectos globales de la compañía en fase de desarrollo en Brasil y fomenta la participación de voluntariado en los empleados.

Las actividades son financiadas con recursos de HSBC Brasil y contribuciones de los clientes, recolectados por medio de una serie de productos y servicios que reúne rentabilidad financiera y soluciones socio-económicas. Entre los productos vendidos que ayudan a financiar al Instituto son la tarjeta de crédito Instituto Solidaridad HSBC, el seguro Vida Protegida Empresarial Solidaridad, Capital de Giro Socio-ambiental, seguro verde e ISE, HGIF y fondos DI Solidaridad.

Después de una selección anual, el Instituto Solidaridad HSBC financia proyectos comunitarios en los ámbitos de la educación (con énfasis en el éxito escolar), comunidad (generación de ingresos) y el medio ambiente (agua y clima) con una duración media de dos años. La iniciativa ha ido creciendo año con año: 187 proyectos con un apoyo del Instituto en 2008, con una inversión total prevista de R\$ 14,1 millones. En 2009 esta cifra se elevó a 263 proyectos (R\$ 15,8 millones), llegando a 176 mil personas.

A través de la tarjeta de crédito Instituto Solidaridad HSBC, el banco ofrece a los clientes la oportunidad de contribuir a proyectos sociales. Los clientes realizan donaciones mensuales (con un valor entre R\$ 5 y R\$ 30), HSBC cede la anualidad y dona el 50% de los ingresos derivados de las tasas de intercambio. En 2009, casi 167 mil tarjetas activas dieron como resultado R\$ 5,27 millones de estas actividades. De este total, el 70% se destinó a proyectos apoyados por el Instituto Solidaridad HSBC, 10% se destinó a la formación para las entidades que ejecutan estos proyectos y el 20% se destinó a iniciativas de infantiles. Desde su creación en 2006, este producto ha recaudado más de R\$ 15 millones para iniciativas de este tipo.

R = Real brasileño

Proyectos con Comunidad - HSBC Argentina

A través de alianzas con diferentes organizaciones de la sociedad civil, HSBC Argentina busca promover el desarrollo de la educación y otros campos relacionados con los sectores menos favorecidos. Durante el 2009, los siguientes proyectos fueron desarrollados:

- **Cáritas:** implementó el programa “Becas Familiares”, de ayuda económica, acompañamiento y formación colectiva para padres de familia en situación de extrema pobreza, con el objetivo de que sus hijos puedan acceder y permanecer en el sistema educativo formal, fortaleciendo la función educadora de la familia.
- **Fundación Uniendo Caminos:** se continuó colaborando con el Centro de Apoyo Escolar “Aprendiendo a Estudiar”, que promueve que los adolescentes mejoren su rendimiento escolar al proveer acceso a una biblioteca y a una sala de computación.
- **Fundación Compañía Social Equidad:** se colaboró con el Programa Reciclar, que tiene como objetivo reacondicionar equipos y software para donarlos a escuelas, y alentar de esta manera la integración social de los chicos a través del aprendizaje del uso básico de la computadora. Con todo el material obtenido, se armaron laboratorios informáticos para escuelas.
- **Fundación Leer:** continuó trabajando con el programa Jornadas Festivas de la Lectura, promoviendo libros de temas ambientales para generar mayor conciencia.
- **Asociación Civil Centro Lekotek:** se apoyó una vez más el desarrollo del Programa “Familias” llevado adelante por Asociación Civil Centro Lekotek, que se dedica a trabajar con niños con capacidades diferentes y sus familias, quienes son atendidos por un equipo integrado por especialistas de los campos salud, educación, y trabajo social.
- **Junior Achievement:** se siguió con la alianza establecida para el dictado del curso “Las Ventajas de Permanecer en la Escuela” en escuelas públicas de todo el país. El curso se dicta sólo en escuelas públicas y a través de voluntarios. Su objetivo es ser un aporte a la problemática de la deserción escolar, y tiene como finalidad que los alumnos comprendan la importancia de la educación para su futuro y el rol de ésta en sus logros personales y realización personal. En el 2009, se le otorgó a HSBC Argentina el “Premio al Voluntariado Corporativo” por su apoyo e involucramiento en este proyecto.
- **Fundación Poder Ciudadano:** se desarrolló el “Programa de Resolución de Conflictos y Construcción de Metas en Escuelas” en escuelas públicas, con el objetivo de brindar a los alumnos herramientas que les permitan resolver sus conflictos y diferencias en forma pacífica.



Future First es uno de los Programas Globales de HSBC, a través del cual se ayuda atendiendo a niños huérfanos y en situación vulnerable. Esta iniciativa promueve la participación de personal de HSBC en todo el mundo como voluntarios. Mediante este programa; HSBC está destinando 10 millones de dólares alrededor del mundo para apoyar esta causa. También trabajamos con otras ONG's, con el objetivo de proveer acceso a educación.

Future First: continúa el trabajo por los más chicos

“Future First” (El Futuro Primero) es el programa global quinquenal (2007-2012) del Grupo HSBC que centra la mirada en los chicos que están en situación de calle y en orfanatos. Todas las filiales donde el Grupo está presente en el mundo colaboran con organizaciones de la sociedad civil locales, acompañando distintas propuestas y proyectos para lograr un impacto positivo que brinde un nuevo rumbo a la vida de estos niños.

La empresa es consciente de que vivimos en un mundo en el que millones de chicos han perdido a sus padres y el cuidado de sus familias. Muy frecuentemente no tienen dónde encontrar la protección, cuidado y apoyo que necesitan para su sano crecimiento. Por esta razón, el Grupo apoya a la organización Aldeas Infantiles SOS, quien se une a personas, familias, comunidades y otros aliados para crear una sociedad donde todos los niños y niñas puedan disfrutar de un entorno familiar afectivo.

HSBC Argentina volvió a participar en el *Future First Toy Drive*, una colecta de juguetes dirigida a los niños de las ONGs que participan del programa. Además, voluntarios de HSBC Argentina entregaron juguetes a los niños de los hogares comunitarios del Programa de Fortalecimiento Familiar de Aldeas Infantiles SOS Argentina en Mar del Plata, Rosario y Luján.

Future First - HSBC El Salvador

Actualmente a través de Future First se han entregado en El Salvador un total de USD\$224,320 a las siguientes instituciones:

Fundación Mensajeros de la Paz

Apoyamos a la Fundación a través de la donación de USD\$24,320 destinados al hogar que alberga 21 niños con VIH positivo. Las edades de los niños oscilan entre 0 a 7 años. El dinero será utilizado para el pago de personal que atiende a los niños, compra de material didáctico y de educación, compra de medicamentos y pago de atención psicológica para los niños.

Hogares Providencia

Apoyamos a Hogares Providencia a través de la donación de USD\$25,000 destinados al hogar que actualmente alberga 26 niños y jóvenes. Las edades de los niños oscilan entre 7 a 18 años. El dinero será utilizado para el pago de personal que atiende a los niños, compra de material didáctico y de educación, pago de matrículas escolares, actividades culturales y de recreación, talleres de orientación vocacional y pago de atención psicológica para los niños.

Fundación Nuestros Pequeños Hermanos

Se apoya a esta Fundación con un donativo de USD\$75,000 con el cual se verán beneficiados más de 450 niños y niñas de El Salvador. Este donativo ayudará a la proporción de una calidad de vida digna e integral a los infantes, fortaleciendo al hogar para que pueda proveer alimentación, educación, servicios médicos y recreación, entre otros.

Aldeas Infantiles SOS

Las Aldeas Infantiles SOS son apoyadas por HSBC a nivel global, en nuestro país apoyamos específicamente a la Aldeas ubicada en Santa Ana a través del donativo de USD\$75,000 dólares. Los niños beneficiados serán 130 niños y niñas, entre las edades de 5 a 18 años, que han sufrido el abandono y perdido la protección de sus padres, entre estos también hay niños/as que sufrieron maltrato infantil y violencia intrafamiliar, es por ello que el objetivo es brindarles una familia, atención médica, alimentación, vestuario y principalmente educación.

Voluntariado

En el marco de la retribución en las comunidades donde operamos, nuestros colaboradores participan activamente en voluntariados con diversas actividades para aportar su tiempo, talento o dinero, de manera individual o colectiva a favor de diversas causas en su comunidad. En cada país donde opera HSBC, apoya estas iniciativas con recursos financieros, materiales, humanos y espacios físicos para que los empleados puedan llevar a cabo estas actividades voluntarias.

Distribución de valor en nuestra Comunidad de América Latina

	2009	2008	2007
Donaciones a comunidad	10.2*	8.2*	7.2*
Total de horas de voluntariado	71,321	21,096	2,701

Cifras en millones de dólares

*Tomado del Sustainability Reporting 2009, Holdings plc

Por un Uruguay más Feliz - HSBC Uruguay

En 2009 fue lanzada La campaña "Por un Uruguay más feliz, siendo el primer producto generador de un beneficio social de HSBC Uruguay.

Por cada compra realizada con las tarjetas de crédito HSBC Uruguay, el Banco realiza una donación del 0.5% de la utilidad de la compra.

La donación se destina al proyecto "Ventanas" de la ONG Gurises Unidos, que trabaja junto a 20 niños que viven en situación de calle y sus familias, para incorporarlos en el sistema educativo. Cabe mencionar que este producto no representa un gasto adicional para el cliente, ya que la donación es directamente del Banco.

Resultados a diciembre 2009:

- El 90% de los niños, niñas y adolescentes integrantes del Proyecto ahora cuentan con hogar.
- El 100% de los niños, niñas, adolescentes beneficiarios del proyecto están integrados al sistema educativo formal.
- El 90% de los adolescentes vinculados al Proyecto se han integrado al Sistema Educativo Formal Secundario.
- El 86% de los niños y niñas integrantes del proyecto aprueban el año escolar.
- El 95% de los niños, niñas y adolescentes y sus familias integrantes del proyecto han logrado un acceso efectivo y adecuado a los Servicios Básicos para la Infancia y la Familia (salud, recreación, documentación, beneficios sociales)

"Telethon 20-30" - HSBC Panamá

El Club Activo 20-30 de Panamá es una organización no gubernamental constituida en Panamá desde 1955 y su misión es la de servir a la niñez panameña mediante la cooperación recíproca con otros sectores de nuestra sociedad.

La meta de la Teletón 20-30 del 2009 fue la de equipar las salas de odontopediatría y operaciones de retina del Hospital del Niño y del Laboratorio de Ortesis y Prótesis del Instituto Nacional de Medicina Física y Rehabilitación.

Durante las 27 horas de transmisión, nuestros casi 200 colaboradores voluntarios participaron como telefonistas, atendiendo las llamadas de los donantes, y brindando su apoyo tecnológico en la recaudación de los fondos. Nuestra contribución total sumó USD\$115,000, de los cuales USD\$50,000 corresponden al patrocinio de HSBC y USD\$65,000 de los colaboradores y clientes que apoyan las actividades del Comité Pro Teletón.



En 2009, se lanzó un nuevo programa de educación ambiental, HSBC Eco-Schools Climate Initiative, en sociedad con la Foundation for Environmental Education, una organización no gubernamental con oficinas centrales en Dinamarca. El programa establecerá una red internacional de escuelas para trabajar conjuntamente con objeto de reducir el cambio climático y adaptarnos a sus posibles efectos. En Brasil se lanzó el programa Piloto.

Nuestro programa global que se concentra en la capacitación empresarial es Más Allá del Dinero™ administrado en conjunto con Junior Achievement Worldwide, una organización con considerable experiencia en la enseñanza de finanzas y emprendimiento para niños.

Students in Free Enterprise (SIFE) es un programa financiado por el Global Education Trust y HSBC, en el cual estudiantes universitarios tienen la oportunidad de hacer la diferencia al proporcionar educación financiera a niños de primaria, estudiantes de nivel medio superior, estudiantes de universidad, adultos, padres de familia, adultos mayores y todos aquellos grupos que desean formalizar sus actividades comerciales y aspiren a convertirse en micro-empresarios.



El valor de nuestros clientes y proveedores

Nuestros clientes y proveedores son parte fundamental del valor de nuestro grupo.

Nuestros clientes

EL objetivo de HSBC es brindar a nuestros clientes servicios de alta calidad a través de beneficios de gran escala, alcance geográfico, y fortaleza de marca. Hemos desarrollado sistemas y tecnología con objeto de simplificar los procesos bancarios para nuestros clientes. Para continuar fortaleciendo nuestra sustentabilidad, alineamos iniciativas globales para reducir el uso de papel en apertura de cuentas y servicios.

Contamos con retroalimentación y medición constante de nuestros clientes para continuar mejorando nuestros servicios. Las mediciones se hacen por organizaciones externas.

HSBC con el fin de alcanzar los más altos niveles éticos tales como son la honestidad, la integridad y la justicia con sus clientes, proveedores y colaboradores, establece su Código de Conducta, que contiene las Políticas del Grupo HSBC a nivel mundial así como los lineamientos de la legislación local en esta materia.

Contribución de clientes en cajeros automáticos - HSBC México

A través de nuestro programa de donaciones en la red de cajeros automáticos, cada año nuestros clientes benefician 4 iniciativas de diversas índoles como la ambiental, de comunidad, de educación y de salud. Desde 2003, en HSBC México hemos recaudado más de USD\$ 9.5 millones por lo que consideramos una de nuestras mejores prácticas en Sustentabilidad.

En 2009 la recaudación en nuestra red de 6288 cajeros automáticos, nuestros clientes aportaron USD\$ 1,271,608 para la beneficencia de programas educativos, medioambientales y comunitarios en todos los estados de México. La implementación de este método de recaudación y sus costos operativos son absorbidos por HSBC.

Productos y Servicios Socio-ambientales

En HSBC promovemos productos y servicios sustentables dentro de nuestro portafolio de servicios. Nuestro objetivo es desarrollar productos y servicios que proporcionen beneficios sociales y ambientales para la sociedad. Asimismo, reconocemos el valor de los productos que involucran e informan a los clientes en temas de sustentabilidad.

En HSBC América Latina, a través de nuestros equipos de desarrollo de negocios en los departamentos de Sustentabilidad Corporativa en cada país, detectamos y evaluamos oportunidades de negocio que tienen un beneficio ambiental y social, así como también un retorno económico viable.

Nuestros productos sustentables están orientados a reducir los impactos del cambio climático, especialmente orientados a fomentar soluciones para los desafíos sociales y ambientales como una gestión integral de la energía, agua, los desechos y la biodiversidad en la región.

Como institución financiera, una de las maneras que podemos contribuir a la sustentabilidad de los países es a través de nuestros préstamos e inversiones.

En nuestros productos y servicios consideramos los riesgos ambientales y sociales potenciales asociados a los préstamos e inversiones, siguiendo estándares internacionales de buenas prácticas, como los Principios de Ecuador, los cuales se aplican para financiar proyectos. Asimismo, HSBC ha desarrollado sus propias políticas para el financiamiento sustentable.

Sistema de Administración Sustentable - HSBC El Salvador

HSBC El Salvador posee desde el año 2005 un "Sistema de Administración Sustentable". Dicho sistema se basa en los conceptos de la ISO 14 000; y establece las relaciones entre el área de Riesgo Sustentable, área de Negocios, Niveles de Delegación (aprobación de créditos), etc. El Sistema de Administración Sustentable integra los requerimientos internacionales del Grupo, la regulación, criterios y experiencias locales.

Adicionalmente, para proyectos cuyas necesidades de capital superen los USD\$10 millones se realizan evaluaciones bajo los Principios de Ecuador y los estándares de la IFC-Banco Mundial.

HSBC El Salvador ha adoptado el sistema de clasificación de Riesgos del Grupo, se asignan dos clasificaciones a cada proyecto o cliente reconocidas.

Existe un procedimiento documentado para la evaluación ambiental que debe realizar en este entorno. Este procedimiento define que la recolección de la información y documentación del caso se realiza en coordinación con el área de negocio, pero la asignación o calificación la realiza el área de Riesgos, a fin de brindar transparencia e independencia al tomador de decisiones dentro del Banco.

Para efectuar la evaluación se toma en consideración el tamaño del proyecto, las condiciones del entorno, su reversibilidad, Además se considera el compromiso, historial y capacidad del cliente en cuanto al manejo de impactos ambientales y aspectos relacionados a la sociedad o su comunidad.

Las evaluaciones ambientales se documentan internamente a través de un Informe, dicho informe es tomado en cuenta en la aprobación del crédito.

Productos Sustentables en América Latina

Argentina

- Seguros verdes
- Estados de cuenta sustentable (menos papel)

Brasil

- Fondos de inversión social
- Seguros verdes
- Club de beneficios
- Prestamos econeficientes
- Campaña de inversión en educación

El Salvador

- Préstamos para automóviles que consuman menos energía
- Catálogos verdes
- Bonos verdes

Honduras

- Seguro de vida verde



México

- Seguros verdes
- Estados de cuenta sustentables
- Fondos de inversión
- Cuenta flexible

Nicaragua

- Préstamos para automóviles que consuman menos energía

Panamá

- Seguros verdes

Paraguay

- Estados de cuenta sustentable
- Seguros verdes para autos
- Tarjeta de crédito de Donaciones para ONGs

Perú

- Tarjeta de crédito de donaciones para ONGs

Uruguay

- Tarjeta de crédito de Donaciones para ONGs



Rina Reyes

DIRECTORA DE SUSTENTABILIDAD HONDURAS

Parte del compromiso de HSBC con el desarrollo de nuestros clientes y de las comunidades donde operamos es apoyar con iniciativas de educación financiera y ambiental que proporcione a los menos favorecidos la oportunidad de sobresalir en la vida. El formar parte del equipo de HSBC, y participar en estas iniciativas como voluntarios, nos ha permitido conocer las necesidades de las comunidades y contribuir con nuestro tiempo, conocimientos y habilidades en la construcción de un futuro más sostenible para todos.

Nuestros Proveedores

La Sustentabilidad Corporativa de nuestros Proveedores

En HSBC América Latina la relación con proveedores se da en culturas, normas y valores distintos, no obstante, contamos con nuestro código de conducta para los proveedores de bienes y servicios. HSBC espera que sus proveedores cumplan con nuestros estándares éticos en el contexto de su propia cultura. Las relaciones con nuestros proveedores se basan en el principio de tratos honestos y justos en todo momento y de todas las formas, de ahí que HSBC espere específicamente que sus proveedores hagan extensivos los mismos principios de tratos honestos y justos a todos con quienes hacen negocios, incluyendo empleados, subcontratistas y otros terceros.

Solicitamos a nuestros proveedores información sobre criterios de sustentabilidad como parte del proceso de "solicitud de propuesta". Pedimos a los proveedores que efectúen auditorías y hagan un monitoreo de sus prácticas para asegurar que cumplen con nuestro código de conducta, incluyendo aspectos sociales tales como derechos laborales y condiciones de trabajo, así como estrategias de mejora ambiental. Hemos continuado empleando auditorías de terceros para evaluar el desempeño de algunos proveedores para asegurar su cumplimiento con los estándares de HSBC y con las leyes locales.

- Los proveedores deben integrar los principios básicos de negociación en un Código de Normas de Negocios o en una política similar, incluyendo elementos tales como la adhesión a las leyes locales y una postura contra el soborno y la corrupción.
- Los proveedores deberán contar con políticas de pago razonable para sus proveedores y subcontratado.

Caso de estudio: Vendor Management

Como parte de la estrategia de sustentabilidad corporativa del Grupo HSBC, durante 2009 se implementó de forma exitosa el Programa Vendor Management, herramienta utilizada actualmente por la empresa en toda la región América Latina. En este contexto, la herramienta ha permitido definir y aprobar proveedores estratégicos y críticos, y comenzar a realizar los análisis individuales de acuerdo con la política y los lineamientos internacionales del Grupo.

El objetivo de la herramienta Vendor Management, es lograr incorporar a una mayor cantidad de proveedores en el Programa de Desarrollo de Proveedores, que busca establecer relaciones de cooperación con cada uno de ellos, incorporando gradualmente aspectos sociales y ambientales en su selección y evaluación, elevando de esta forma los estándares de comportamiento ético en toda la cadena de valor. De esta forma, conceptos tales como trabajo infantil, trabajo forzoso, o trabajo en malas condiciones, se incluyen como componentes del análisis.

Tenemos pleno conocimiento del impacto que generamos en los proveedores que empleamos y las oportunidades que se producen para impulsar el desarrollo sustentable a través de ellos. En América Latina estamos trabajando con nuestros proveedores más críticos para implementar dentro de sus organizaciones las mejores prácticas de responsabilidad social, impulsando también a que la cadena productiva adopte mejores prácticas.



Joycelyn García

DIRECTORA DE SUSTENTABILIDAD PANAMÁ

Hoy nos convertimos en los pioneros en introducir al mercado panameño los denominados "Seguros Verdes" que además de ofrecer protección a cada uno de sus asegurados, también apoyará a los programas sustentables en comunidades en donde se impulsan actividades para el manejo y conservación de los manglares del Golfo de Panamá.

Leticia Arguedas

DIRECTORA DE SUSTENTABILIDAD COSTA RICA

Consciente de su responsabilidad hacia la sociedad y el medio ambiente, HSBC ubica la sustentabilidad del Grupo dentro de su estrategia y la integra plenamente a sus prácticas. Esto implica el respeto de los valores éticos y gran vigilancia en la conducta de los negocios, en especial de los proyectos que financia el Grupo y los posibles impactos económicos, sociales y ambientales que podrían generar.



HSBC América Latina en cifras

		2009	2008
Número de países donde opera en América Latina		15	14
Total de Empleados		55,002	58,193
Número de clientes		18,679,717	-
Económico			
Total de activos	USD\$ millones	115,967	102,946
Utilidades antes de impuestos (total)	USD\$ millones	1,124	2,037
Contribución de Impuestos	USD\$ mil millones	1.6	-
Social			
Personal			
Mujeres	%	53	53
Hombres	%	47	47
Tasa de rotación	%	21.4	24.6
Inversión en comunidad	USD\$ millones	100	99
Trabajo de voluntariado	horas	71,312	21,096
Donaciones a la comunidad	USD\$ millones	10.9	8.2
Medio Ambiente			
Consumo de energía	GWh	324	366
Consumo de energía por empleado	KWh/empleado	5,895	5,601
Emisiones de CO ₂	toneladas	120,450	121,600
Emisiones de CO ₂	tonelada/empleado	2.9	2.09
Consumo de agua	m ³	1,042,331	1,113,906
Consumo de agua	m ³ /empleado	20.97	20.72
Generación de residuos no peligrosos	toneladas	10,366	19,499
Generación de residuos no peligrosos	tonelada/empleado	0.21	0.36

Premios y distinciones

- HSBC Bank Argentina S.A. líder en disponibilidad de Cajeros Automáticos (2008).
- Projeto Command Center Brasil.
- Melhor Grupo Segurador do Brasil.
- XV Prêmio ABEMD de Marketing Direto.
- Premiação Valor Investe.
- Premiação Gazeta Investe.
- “HSBC es la única marca bancaria con AAA+ en el 2009” (Brand Finance, Febrero 2009).
- “HSBC es la compañía más ética del mundo” (Covalence, Febrero 2009).
- “HSBC es uno de los bancos con mejor desempeño en el mundo occidental ahora mismo” (The Economist, Marzo 2009).
- “HSBC con mejor salud que la mayoría de los bancos” (The New York Times, Marzo 2009)
- HSBC fue galardonada como el mejor banco global del mundo, según la revista económica británica (Euromoney, Julio 2009).
- HSBC LAM fue reconocido como la Mejor plataforma de deuda en los mercados capitales de la región, distinción que le fue otorgada la Revista Euromoney.
- HSBC, galardonado en los premios a la excelencia 2009.
- HSBC reconocido por 4to año consecutivo como “Empresa Socialmente Responsable” por la CEMEFI.
- Reconocimiento de Grupo HSBC y sus subsidiarias recibieron más de 17 galardones durante los premios a la excelencia 2009 otorgados por la revista Euromoney. Se destaca el de Mejor Banco Global, la Mejor Plataforma de Deuda en el mundo y en América Latina, así como el Mejor Banco Transaccional a nivel global.

Índice GRI

Indicador	Descripción	Página
1.1	Declaración del Presidente	3, 5
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	3, 5
2.1	Nombre de la organización	2da. de forros
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios	7
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas divisiones, entidades operativas, filiales y negocios (joint-ventures)	7, 10
2.4	Localización de la sede principal	1
2.5	Países en los que opera	10, 11
2.6	Naturaleza de la propiedad / Forma jurídica	7
2.7	Mercados servidos (incluyendo desglose geográfico, sectores que abastece y tipos de clientes/beneficiarios)	7, 10
2.8	Magnitud/Dimensiones de la Organización (número de empleados, ventas netas, capitalización total, productos y servicios prestados, activos totales y propietario)	11
2.9	Cambios significativos en la organización (en estructura, aperturas, cierres, ampliaciones, entre otros)	1
2.10	Premios y distinciones recibidos	49
3.1	Periodo cubierto por la presente informe	1
3.2	Fecha del informe anterior más reciente	1
3.3	Ciclo de presentación del informe (anual, bianual, entre otros)	1
3.4	Datos de contacto para cuestiones relativas al informe	3ra. de forros
3.5	Proceso de definición del contenido del informe (materialidad, prioridad de aspectos incluidos, identificación de grupos de interés, principios asociados)	1
3.6	Cobertura del informe (países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios, proveedores)	1
3.7	Limitaciones del alcance del informe	1
3.8	Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, actividades subcontratadas	1
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos	33
3.10	Reformulaciones/Reexpresiones respecto a informes anteriores	Debido a que es el 1er Informe de Sustentabilidad LAM, no hay.
3.11	Cambios significativos en el alcance del informe	Debido a que es el 1er Informe de Sustentabilidad LAM, no hay.
3.12	Tabla de contenido del informe	2da. de forros
3.13	Verificación externa del informe	No se verificó el Informe
4.1	Estructura de gobierno de la organización	17
4.2	Ocupación de cargo ejecutivo del máximo órgano de gobierno	17
4.3	Número de miembros del máximo órgano de gobierno que son independientes o no ejecutivos	17
4.4	Mecanismos comunicación al máximo órgano de gobierno	17
4.5	Vínculo entre la retribución de altos cargos y desempeño organización	38
4.6	Procedimientos para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	17

Indicador	Descripción	Página
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno	17
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación	13, 19
4.9	Supervisión del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas	17
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño ambiental, social y económico	17
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución	No declarado
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente	22
4.13	Asociaciones a las que pertenece o apoya	18
4.14	Relación con grupos de interés	22
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés	22
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés	22
4.17	Resultados del análisis de los grupos de interés y respuesta de la organización	22
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos	26, 27
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático	No declarado
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	No declarado
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	No material
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en operaciones significativas	No declarado
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en operaciones significativas	No declarado
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en operaciones significativas	No declarado
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie	No declarado
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo su alcance	No declarado
EN01	Materiales utilizados, por peso o volumen	No material para nuestro giro de negocios
EN02	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados	No material para nuestro giro de negocios
EN03	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias	No material para nuestro giro de negocios
EN04	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	32

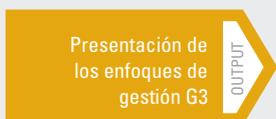
Indicador	Descripción	Página
EN05	Ahorro de energía debido a la conservación y mejoras en la eficiencia.	33
EN06	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas	No material
EN07	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas	33
EN08	Captación total de agua por fuentes	No material
EN09	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	No material
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No declarado
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas	No material
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas	No material
EN13	Hábitats protegidos o restaurados	No material
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad	No material
EN15	Número de especies, desglosadas	No material
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	33
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	No material, CO ₂ el único relevante
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	33
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso	No material
EN20	NO _x , SO _x y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso (fuentes móviles y fijas)	No material
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino	No material
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento (distinguiendo entre residuos peligrosos y no peligrosos)	31
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos	No material
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos	No material
EN25	identificación de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante	No material
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto	30, 33, 35
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil	No material
EN28	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	No declarado
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos, otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal	No declarado
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	No declarado
LA01	Desglose de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región	37
LA02	Número total de empleados y rotación media de empleados desglosados por grupos de edad, sexo y región	11, 37
LA03	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales/transitorios o de media jornada, desglosado por actividad principal	38
LA04	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	No declarado

Indicador	Descripción	Página
LA05	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos	No declarado – El Manual de Estándares del Grupo estipula que Grupo miembro trabajará de manera profesional con legítimos cuerpos representativos de empleados como sindicatos, asociaciones de empleados o cualquier foro representativo de establecido en común acuerdo con HSBC.
LA06	Porcentaje de trabajadores representados en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados	No declarado
LA07	Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región	No declarado
LA08	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	No declarado
LA09	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	No declarado
LA10	Promedio de horas de formación	38
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales	No declarado
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	39
LA13	Composición de órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, perteneciente a minorías y otros indicadores de diversidad	17
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto a de las mujeres, desglosado por categoría profesional	No declarado
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de recursos humanos	No declarado
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas analizados en materia de derechos humanos, y en medidas adoptadas como consecuencia	No declarado
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia	No declarado
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	No declarado
HR5	Actividades de la empresa en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos	No declarado – El Manual de Estándares del Grupo estipula que Grupo miembro trabajará de manera profesional con legítimos cuerpos representativos de empleados como sindicatos, asociaciones de empleados o cualquier foro representativo de establecido en común acuerdo con HSBC.

Indicador	Descripción	Página
HR6	Actividades identificadas que conllevan a un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	No declarado- bajo riesgo en operaciones directas
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a de su eliminación	No declarado- bajo riesgo en operaciones directas
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades	No declarado
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas	No declarado
S01	Evaluación y gestión de los impactos de las operaciones en las comunidades	41, 42, 43
S02	Porcentaje y número de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción	No declarado
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización	No declarado
S04	Medidas tomadas frente a incidentes de corrupción	No reportamos públicamente este indicador
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying	No declarado – HSBC no participa en cabildeo político en ningún país
S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países	HSBC no realiza donaciones políticas. Para un resumen de nuestras donaciones en la comunidad vea la página 40 del Informe de Sustentabilidad LAM
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados	No declarado
S08	Valor Monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del cumplimiento de las leyes y regulaciones.	No declarado
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan	No declarado - No es un tema material
PR2	Número de incidentes por incumplimiento legal por el impacto de los productos sobre la salud y la seguridad durante su ciclo de vida	No declarado
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos	No declarado - No es un tema material
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios	No declarado
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente	No declarado
PR6	Programs for adherence to laws, standards, and voluntary codes related to marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship.	HSBC adheres to marketing, advertising and promotional laws in all of the countries it operates - not disclosed
PR7	Número total de incidentes derivado del incumplimiento de las regulaciones y códigos voluntarios respecto a las comunicaciones de marketing , incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios	No declarado

Indicador	Descripción	Página
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	No declarado
PR9	Costo de multas significativas por incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización	No declarado

Niveles de Aplicación Principios de GRI

Nivel de Aplicación del Reporte	C	C+	B	B+	A	A+
Contenidos básicos	 <p>Reportar sobre: 1.1 2.1-2.10 3.1-3.8, 3.10-3.12 4.1-4.4-4.16-4.15</p>	Reporte verificado por terceros	 <p>No es requerido</p>	Reporte verificado por terceros	 <p>Reportar un mínimo de 10 indicadores de desempeño, incluyendo al menos uno de: social, económico y ambiental</p>	Reporte verificado por terceros
	<p>Reportar sobre todos los criterios en el nivel C más: 1.2 3.9, 3.13 4.5-4.13, 4.16-4.17</p>		<p>Declaración del enfoque de gestión para cada categoría de indicadores</p>		<p>Reportar los Mismos requerimientos que el nivel B</p>	
	<p>Reportar un mínimo de 20 indicadores de desempeño, incluyendo al menos un de: económico, ambiental, derechos humanos, trabajo, sociedad, responsabilidad del producto</p>		<p>Declaración del enfoque de gestión para cada categoría de indicadores</p>		<p>Reportar cada indicador central de G3 e indicadores sectoriales con base al principio de materialidad. Si no se reporta, explicar por qué.</p>	

*Versión final del suplemento sectorial

Contacto:

María Eugenia Brizuela de Ávila

Directora Regional Sustentabilidad

Corporativa HSBC América Latina

Centro Financiero HSBC

Avenida Olímpica No. 3550

San Salvador, El Salvador

Tel: (503) 2214-2722

Fax: (503) 2214-2751

Email: mayu.avila@hsbc.com.sv

La versión PDF de este informe esta disponible en:

www.hsbc.com/sustainability

© Copyright HSBC Holdings plc 2010

Todos los derechos reservados

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada en un sistema de recuperación, o transmitida, en ninguna forma o por ningún medio, sea éste electrónico, mecánico, fotocopias, grabación, u otro, sin previo permiso por escrito de HSBC Holdings plc.

Publicado por Group Corporate

Sustainability, HSBC Holdings plc, London



HSBC América Latina

Sustentabilidad Corporativa

Av. Paseo de la Reforma 347

Ciudad de México, 06500