

Unirse a la compañía: los pilares globales

Nuestros clientes: Excelencia en el servicio

Mejoraremos la experiencia de los clientes viviendo según los valores de nuestra marca, de modo que sientan que HSBC es el mejor lugar para las operaciones bancarias. Los directivos serán recompensados con base en el nivel de recomendaciones de clientes alcanzado tanto a nivel local como internacional en nuestros segmentos y canales elegidos.

Nuestra marca: El banco local del mundo

Deseamos ser la mejor marca de servicios financieros del mundo. Invertiremos a través de nuestras líneas de negocios, en posicionamiento de marca y mercadotecnia, un total del 2% de nuestros ingresos netos no provenientes de tesorería. Una prioridad clave es que nuestros accionistas comprendan mejor el negocio, lo que generará un aumento en la participación accionaria en los países donde estamos presentes. Continuaremos enfatizando la calidad en nuestra ética de negocios ante los gobiernos y las autoridades de todo el mundo.

Nuestra cultura: El mejor lugar para trabajar

Para ser reconocidos como el empleador de servicios financieros universales más respetado y más enfocado en el servicio al cliente, debemos ser progresivos, perceptivos, receptivos, respetuosos y justos con respecto al desarrollo profesional, remuneración del desempeño y administración, diversidad, permanencia en el empleo y participación en la sociedad. Las remuneraciones de los directivos estarán muy vinculadas al aumento del grado de compromiso por parte del personal derivado de estos cambios.

Nuestra presencia mundial es nuestra ventaja

La presencia de HSBC en todo el mundo es la clave de nuestra ventaja en la industria. Debemos estar mejor integrados por país, canal de distribución y grupo de clientes, por lo que, recompensaremos los ingresos directos e indirectos. Dentro de Servicios Financieros Personales, incluidos Finanzas del Consumidor y pequeñas y medianas empresas, nos concentraremos en los volúmenes de ventas de los principales productos rentables. Lo anterior, permitirá obtener un aumento sistemático en la participación de mercado a medida que logramos una mayor satisfacción de las necesidades de nuestros clientes.

Nuestros negocios: La estructura del crecimiento sostenido

Continuaremos siendo una compañía de crecimiento que se concentra en los depósitos y aumenta, de manera controlada, los activos de calidad ponderados según el nivel de riesgo. Esto se verá favorecido por la bursatilización, respaldada por la disciplina de la capitalización propia. Se establecerán las prioridades geográficas y de segmentos de negocios, enfatizando sobre todo el negocio de seguros y pensiones.

Nuestra tecnología y proceso se integran a la compañía

Usaremos la tecnología para facilitar a nuestros clientes las operaciones de negocios con nosotros. Continuará el rediseño de negocios mediante la automatización mejorada de nuestros principales productos y la reducción de la cantidad de productos de bajo volumen o duplicados. El horario de la red de sucursales se adaptará para ajustarse a nuestros clientes y les proporcionaremos más acceso al autoservicio. La expansión de nuestras operaciones de procesamiento global se concentrará en las funciones de la oficina central y servicios de soporte.

Nuestra organización: orientación con sabiduría y delegación de responsabilidades con confianza

Las oficinas centrales concentrarán la excelencia y su personal reflejará la naturaleza internacional y la diversidad de HSBC. Éstas deberán demostrar una clara relación costo-beneficio a los países a los cuales sirven. Los directivos de cada país continuarán siendo responsables de los balances generales que administran y serán recompensados por los negocios, ya sea nacionales e internacionales, que atraigan e integren para beneficio de nuestros clientes con nuestros negocios globales de Banca Corporativa, de Inversión y Mercados; Banca Privada y Seguros.

Publicado por la oficina del Director General del Grupo

© Copyright HSBC Holdings plc. Agosto de 2006

Todos los derechos reservados. No se podrá reproducir, almacenar en sistemas de información o transmitir por cualquier forma o por cualquier medio electrónico, mecánico, de fotocopios, grabación o de otro tipo ninguna parte de la presente publicación sin el consentimiento previo de HSBC Holdings plc.

Diseñado por Customer Propositions, HSBC Bank plc, London. MCP27159



El banco local del mundo