



# 100 AÑOS

ACOMPAÑANDO EL CRECIMIENTO DEL PAÍS

Reporte de Sustentabilidad Citi Argentina 2014





---

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD CITI ARGENTINA - 2014

---

# Índice

- P. 7 Carta del Presidente
- P. 9 Mensaje del Vicepresidente de Asuntos Públicos y Gubernamentales
- P. 10 Highlights Citi Argentina 2014



- P. 14 Citi en el mundo
- P. 18 100 años en Argentina
- P. 28 Citibank N.A. Sucursal en la Argentina
- P. 33 Nuestro enfoque de gestión
  - Estrategia de negocio
  - Estrategia de sustentabilidad
  - Gestión de riesgos ambientales y sociales
  - Comité de responsabilidad social
- P. 42 Nuestros productos y servicios
  - Banca corporativa & de inversión
  - Banca de personas
  - Sucursales y centros comerciales
- P. 70 Distinciones y reconocimientos
  - Reconocimientos a nivel nacional
  - Reconocimientos a nivel internacional
- P. 72 Parámetros del reporte
  - Perfil y alcance
  - Aspectos materiales y cobertura
  - Aspectos materiales identificados
  - Interacción con nuestros grupos de interés

1

NUESTRA ORGANIZACIÓN

2

GOBIERNO, ÉTICA E INTEGRIDAD



- P. 82 Gobierno
- P. 84 Ética e integridad
  - Principales políticas y principios que rigen nuestra gestión
  - Comités de gestión
  - Participación institucional en cámaras y asociaciones



- P. 94 Citi en cifras
- P. 95 Indicadores económicos
- P. 96 Nuestros proveedores

3

DESEMPEÑO ECONÓMICO

4

DESEMPEÑO AMBIENTAL



- P. 100 Compromiso con el medio ambiente
  - Gestión ambiental de nuestras operaciones
- P. 102 Nuestro desempeño
  - Campañas de concientización y participación de los empleados
  - Sustentabilidad ambiental de los procesos del negocio
  - Sustentabilidad ambiental en nuestros edificios



- P. 110 Compromiso con nuestra gente
  - Nuestra propuesta de valor
  - Programas de pasantías
  - Diversidad
  - Formación y desarrollo
  - Beneficios a colaboradores
  - Clima organizacional
- P. 124 Sociedad
  - La cultura y el deporte
  - Inversión social
- P. 142 Responsabilidad sobre productos y servicios
  - Citiphone
  - CitSERVICE
  - Citi en redes sociales
  - Certificaciones, marketing e información sobre productos y servicios

5

DESEMPEÑO SOCIAL

- P. 150 Índice de contenido GRI G4
- P. 154 Informe de verificación
- P. 156 Formulario de opinión



## Carta del Presidente



Presidente de Citi Argentina desde noviembre de 2015. Licenciado en Administración de Empresas y Contador Público de la UCA y Master en Finanzas de la Universidad del CEMA. Ingresó a Citi en 1994 y trabajó en distintas posiciones durante 7 años en el área de Banca Corporativa y de Inversión. Trabajó con clientes corporativos para toda América Latina en Estados Unidos entre 2001 y 2010. En abril de 2010 regresó a Argentina para hacerse cargo del área de Banca Corporativa y de Inversión. En 2014 fue nombrado Presidente de Citi Perú, donde residió hasta recibir la convocatoria para hacerse cargo de la franquicia de Argentina.

Comienzo esta nueva etapa como Presidente de Citi Argentina con enormes expectativas y entusiasmo, por el orgullo que significa continuar con el legado de 100 años de historia de nuestra organización en Argentina y por las posibilidades de crecimiento que tenemos por delante. Y qué mejor comienzo que presentarles nuestro quinto Reporte de Sustentabilidad, una herramienta de gestión y comunicación que nos ayuda a evaluar año a año el cumplimiento de nuestras metas, siempre en el marco de una conducta financieramente responsable en la gestión de nuestros objetivos económicos.

Mediante la provisión responsable de servicios financieros, apostamos al crecimiento del país, facilitando el progreso social y econó-

mico, con la responsabilidad de realizarlo de manera sustentable y respetuosa, procurando mitigar los impactos sociales y medioambientales que nuestra operatoria pudiera generar.

En cuanto al posicionamiento de Citi en relación con la sustentabilidad, encontrarán en este reporte información sobre la estrategia a nivel global de la compañía, que prioriza áreas en las cuales podemos marcar la mayor diferencia, focalizando nuestra cooperación en temáticas relacionadas con la agenda de ciudades sustentables, el desarrollo de pequeños negocios y la inclusión laboral, entre otras acciones que demuestran nuestro compromiso con las comunidades en que operamos. En nuestro desempeño siempre conservamos la mirada puesta en hacer negocios de tal modo de generar valor tanto para nuestra empresa como para las generaciones futuras.

El contexto en el que operamos durante 2014 ya revelaba importantes desafíos económicos a nivel local y menor crecimiento regional y mundial. No obstante, para continuar afianzando nuestro compromiso de más de 100 años con nuestros clientes y con el país, seguimos invirtiendo en mejorar nuestra oferta de productos y servicios con soluciones globales de vanguardia para todos nuestros segmentos de clientes, tanto Corporativos e Institucionales, como Pymes y Minoristas, haciendo foco en soluciones innovadoras y con gran penetración en los canales digitales. Nuestro alto nivel de globalidad nos permite ofrecer a los clientes locales las mismas soluciones e idéntico grado de innovación que Citi brinda a todos los clientes en los demás mercados donde tiene representación.

El año 1914 marcó el comienzo de una historia que cumplió 100 años de presencia ininterrumpida en el país. Un siglo después, les doy la bienvenida a un nuevo Reporte de Sustentabilidad de Citi Argentina.

Atentamente,

A stylized signature of Julio Figueroa in black ink.

Julio Figueroa  
Presidente de Citi Argentina



## Mensaje del Vicepresidente de Asuntos Públicos y Gubernamentales



2014 fue un año muy especial para todos los que formamos parte de Citi Argentina: celebramos los 100 años desde nuestra llegada al país. Nuestro centésimo aniversario de trayectoria ininterrumpida nos encuentra como líderes del mercado financiero argentino gracias a la calidad de nuestros productos y servicios, el compromiso y talento de nuestros equipos de trabajo y los altos estándares éticos de nuestra organización.

La publicación de este Reporte de Sustentabilidad, que requiere del aporte de todas las áreas que intervienen en la gestión de nuestra empresa, ha sido desarrollada en conformidad con la Guía G4 del Global Reporting Initiative en la opción "Esencial", adoptando también los lineamientos de la Guía ISO 26.000, los principios del Pacto Global de Naciones Unidas (PGNU) y los Principios del Ecuador, del cual Citi fue uno de los fundadores a nivel mundial. La vigencia de todos los estándares mencionados nos da los lineamientos para trabajar sobre los temas estratégicos identificados en el análisis de materialidad y responder a las expectativas que nuestros grupos de interés tienen acerca de la gestión de nuestros negocios, de nuestra huella operacional y de nuestra inversión social.

Este año, por primera vez desde que iniciamos este proceso de comunicación y rendición de cuentas, nuestro Reporte ha sido sometido a la revisión externa de la firma KPMG. Estamos muy orgullosos de este avance, ya que la convalidación de la información por parte de auditores especializados es un paso más en la transparencia con la que en Citi Argentina abordamos cada una de nuestras iniciativas.

Esta publicación incluye, entonces, información de nuestros productos, servicios, nuestro gobierno corporativo y nuestras políticas de RRHH,

entre otros temas que surgieron del análisis de materialidad realizado junto a nuestros grupos de interés. En materia de inversión social, otro de los puntos clave de nuestro enfoque de gestión tendiente a la sustentabilidad, continuamos fortaleciendo nuestras alianzas con organizaciones de la sociedad civil, las cuales nos permiten combinar el expertise de nuestra compañía con la experiencia de campo y el conocimiento de la problemática de nuestros aliados, priorizando aquellas actividades que promueven el desarrollo de pequeños negocios, a través de microcréditos, la alfabetización financiera y la inclusión laboral.

Nada de esto podría suceder si no estuviéramos convencidos de que un equipo de colaboradores motivado, capacitado y diverso es el mejor activo para hacer negocios de la manera más exitosa. En 2014 continuamos trabajando y esforzándonos para que Citi siga siendo un gran lugar para trabajar, con las condiciones y beneficios que facilitan el buen desarrollo de nuestros colaboradores y mejoran la calidad de vida de sus familias.

Los invito a recorrer las páginas de nuestro quinto informe y nuevamente dejo a su disposición la dirección de correo electrónico [asuntos\\_publicos.arg@citi.com](mailto:asuntos_publicos.arg@citi.com) para cualquier comentario u opinión que quieran hacernos llegar acerca del contenido de esta publicación.

Cordialmente,

Alejandro Cerviño  
Vicepresidente de Asuntos Públicos y Gubernamentales

# Highlights Citi Argentina 2014

## 100 AÑOS

DE HISTORIA EN ARGENTINA

RECONOCIMIENTO  
**REVISTA MERCADO**  
como uno de los 10 informes  
destacados en la Argentina



# 29.000

clientes PYMES

de mujeres  
en nuestra  
organización

# 50%



## 5 PREMIOS INTERNACIONALES



GLOBAL  
FINANCE

## EUROMONEY



# 70

sucursales  
alrededor del país

# 2.868

empleados



# 51%

OPERACIONES RECIBIDAS EN FORMA  
TOTALMENTE ELECTRÓNICA



MEJOR BANCO 2014  
- Revista Fortuna -

f 152.249  
de fans

**Simplicidad y  
digitalización**  
un nuevo modelo  
de atención



50% de los cheques  
corporativos  
capturados de forma  
electrónica

de satisfacción  
de clientes

# 8,5 10



Nuestros clientes dejaron de imprimir  
cerca de **1,69 millones de hojas** de  
papel o 3.426 resmas gracias al uso de

## FX Pulse

# 100%

DE LAS TRANSACCIONES  
EN TERMINALES AUTOASISTIDAS

sin que el cliente deba utilizar  
sobres, talones o cupones

# 97%

DE LAS SUCURSALES  
Y CENTROS COMERCIALES

CUENTAN CON MÁQUINAS EMBOZADORAS PARA  
IMPRIMIR EN EL MOMENTO TARJETAS DE DÉBITO

## 119.940.050 HOJAS DE PAPEL AHORRADAS



considerando los  
resúmenes de cuenta,  
la eliminación de  
sobres, talones que  
deban ser utilizados  
para el pago, etc.



65.526  
seguidores

Ranking Revista  
Apertura

# 18

PUESTO

en el Ranking de  
las 100 mejores  
empresas 2014 de  
la Revista Apertura



26.800 clientes  
colaboran con ONGs a través de  
débitos automáticos en productos Citi

### CITI MOBILE CHALLENGE

organizamos una competencia virtual  
para innovadores del espacio digital



## 72% de envíos por mail

a los Clientes de Extractos de Cuenta  
y Resúmenes de Tarjetas

# 2014

Citi comienza a desarrollar  
nuevas Sucursales de acuerdo  
con la **Normativa Leed**  
(estándar de liderazgo en  
energía y diseño ambiental)



THE  
NATIONAL CITY BANK  
OF NEW YORK

1914  
10 Nov  
2014

100  
AÑOS

citi

citi

citi

citi

1  NUESTRA ORGANIZACIÓN  
CAPÍTULO UNO



# Citi en el mundo

La historia de Citibank comenzó hace 202 años en los Estados Unidos, más precisamente en la ciudad de Nueva York. Hoy somos el banco más global del mundo, brindando servicios financieros de excelencia y realizando negocios en más de 160 países y jurisdicciones.

Nuestra misión es servir a nuestros clientes brindando servicios financieros con responsabilidad, facilitando así el progreso social y económico de las comunidades donde operamos. Estamos junto a nuestros clientes cuando enfrentan los más difíciles desafíos y los acompañamos para concretar sus mayores proyectos, en un marco de gestión ética y responsable que hemos refrendado en distintos foros locales e internacionales.

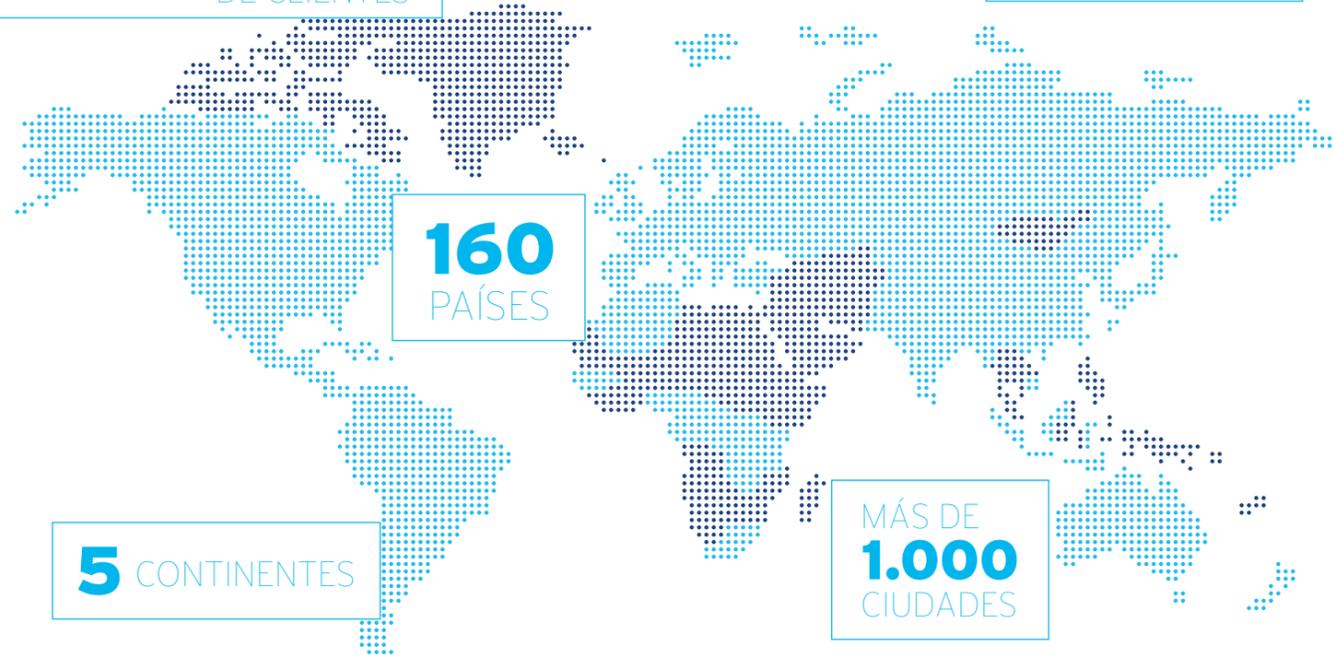
MÁS DE  
**200 MILLONES**  
DE CLIENTES

**241.000**  
COLABORADORES

**160**  
PAÍSES

**5** CONTINENTES

MÁS DE  
**1.000**  
CIUDADES



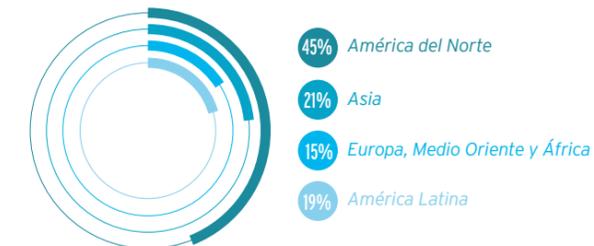
- Citi es el único banco norteamericano listado en el Dow Jones Sustainability World Index y North America Index, forma parte del Índice FTSE4Good y del Índice 100 del Pacto Global de Naciones Unidas, lo que demuestra el compromiso global de Citi en materia de sustentabilidad.

- El ranking "Civic 50", que premia a las organizaciones por su compromiso en la mejora de la calidad de vida de comunidades locales donde estas organizaciones realizan operaciones, reconoció a Citi por tercer año consecutivo como una de las empresas de mayor vocación comunitaria de Estados Unidos.

- Citi fue rankeado en 2014, en el 4º lugar por el Ranking de Marcas Financieras "Brand Finance Global Banking 500 (100)". Este ranking evalúa el valor de las marcas del sector financiero y realiza un ranking de las 100 organizaciones de mayor valor.

## CITICORP INGRESOS US\$ 71,0 MILES DE MILLONES

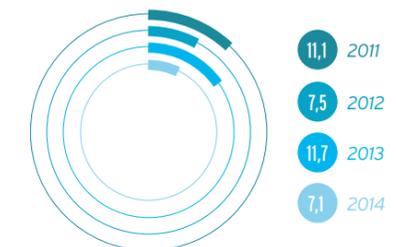
// Por región



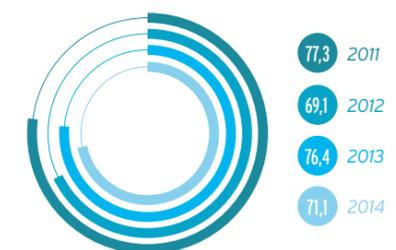
// Por línea de negocios



## CITIGROUP UTILIDAD NETA EN MILES DE MILLONES DE US\$



## CITIGROUP INGRESOS NETOS EN MILES DE MILLONES DE US\$



Desde Citi estamos trabajando en una estrategia de sustentabilidad que establece prioridades en áreas temáticas en las cuales pensamos que podemos marcar la mayor diferencia

**POSICIONAMIENTO GLOBAL EN SUSTENTABILIDAD**

Tal como expresa Val Smith, Directora de Sustentabilidad Corporativa en el último reporte de Citi global en 2014, Citi está trabajando a nivel mundial para generar avances en temáticas ambientales y sociales, siempre con la mirada puesta en hacer negocios de tal modo de generar valor tanto para nuestra compañía como para las generaciones futuras.

En tal sentido, la Compañía está trabajando en una estrategia de sustentabilidad que establece prioridades en áreas temáticas en las cuales pensamos que podemos marcar la mayor diferencia: el combate contra el cambio climático, la agenda de ciudades sustentables y el compromiso con las comunidades en que operamos.

**CITIGROUP POR REGIONES**

Norteamérica incluye EEUU, Canadá y Puerto Rico.  
Latinoamérica incluye México.  
Asia incluye Japón.

Estados Unidos  
Diversidad



México  
Acceso al sistema de salud



NORTEAMÉRICA

Estados Unidos  
Viviendas accesibles



LATINOAMÉRICA

Perú  
Acceso al agua



Panamá  
Tránsito



India  
Servicios urbanos



Singapur  
Tránsito



ASIA

Italia  
Educación



Ghana  
Electricidad y hospitales



EUROPA, MEDIO ORIENTE  
ÁFRICA

Sudáfrica  
Viviendas accesibles



Kenya  
Programa de acceso a Innovaciones agrícolas



Mongolia  
Proyecto aire limpio

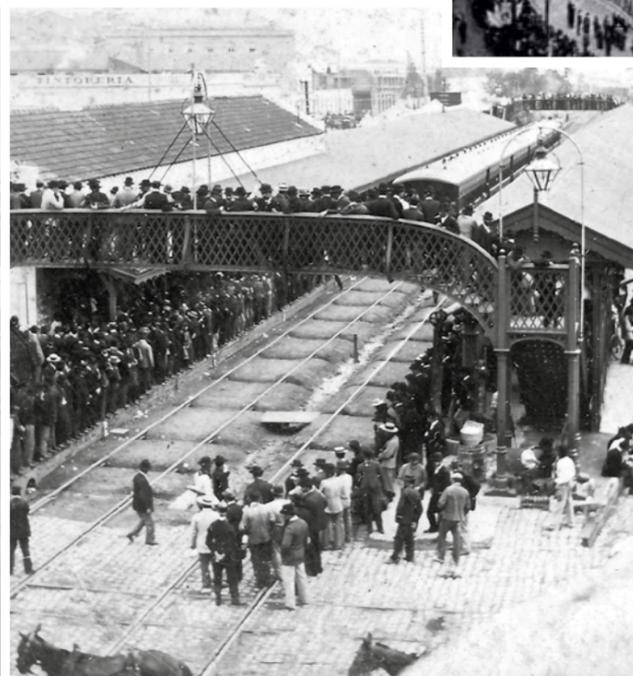
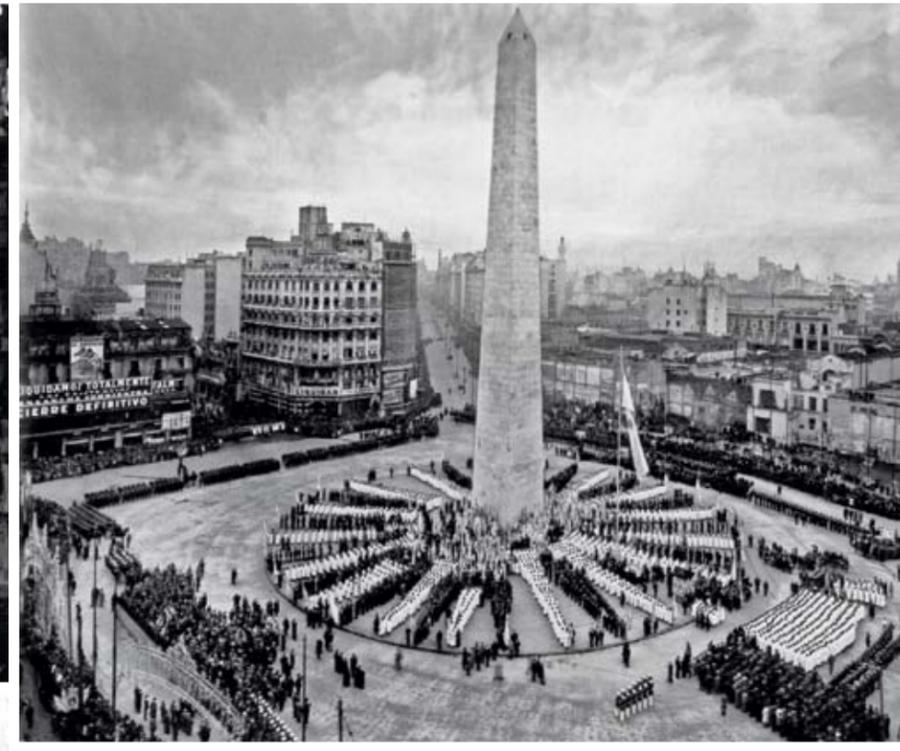


**Jane Fraser**  
Latam CEO

Escocesa de nacimiento, Jane Fraser fue nombrada en junio de 2015 CEO para Citigroup Latin America con responsabilidad sobre todos los negocios de Citi en los 23 países de la región, incluyendo México.

Nuestra exitosa sociedad con Citi Foundation tiene un rol de gran importancia en la construcción de la confianza de nuestros grupos de interés, ya que a través de los diferentes programas que encaramos en la región demostramos nuestro compromiso con las comunidades en América Latina. A lo largo de los años trabajamos con la Fundación para mejorar el enfoque de nuestra inversión social de tal modo que los objetivos de cada programa estén de acuerdo con la misión global de Citi de facilitar el progreso en las ciudades en las que vivimos y trabajamos. Mientras seguimos enfocando nuestra atención en la ejecución de dichos programas y en la distribución de los recursos con que contamos, nuestro objetivo es identificar aquellas iniciativas en las cuales podamos optimizar el retorno sobre la inversión en favor de nuestros beneficiarios y de nuestras franquicias.

# 100 años en Argentina



## MENSAJES DE NUESTROS CEOS POR LOS 100 AÑOS DE CITI EN ARGENTINA



**MIKE CORBAT**  
CEO Citigroup

Este año se conmemora un hito importante para Citi: es la celebración de los 100 años de presencia en la Argentina. En 1914 abrimos la sucursal de Buenos Aires del National City Bank of New York. Desde entonces, expandimos nuestra presencia y ahora conectamos a nuestros clientes mundiales con Argentina. La red internacional extensa y única de Citi es la que marca la diferencia con nuestra competencia, y estamos orgullosos de nuestra huella en América Latina. La dedicación y el compromiso de todos los que son parte de Citi Argentina hicieron posible alcanzar el hito que conmemoramos hoy. Nuestra organización tiene una presencia importante en este país. Nuestro éxito es gracias a su ardua labor.



**FRANCISCO ARISTEGUIETA (\*)**  
CEO LATAM

Este año celebramos el centenario de Citi Argentina. Se trata de un logro muy especial para Citi, porque no solamente celebramos 100 años en la Argentina, sino que también celebramos la inauguración de la primera sucursal de Citi fuera de los Estados Unidos, que, precisamente, se abrió en Buenos Aires.

Me alegra especialmente poder unirme a esta celebración y quiero felicitar a todos y cada uno de nuestros colaboradores por los logros alcanzados en todos estos años. Son muchos, son muy importantes los resultados individuales y colectivos que hemos logrado. En buenos tiempos y en épocas difíciles siempre Citi Argentina ha salido al frente con buenos resultados. Citi Argentina tiene un pool de talento reconocido como uno de los mejores en América Latina. Eso ha servido para darle solidez a esta franquicia y también para sumar experiencia a equipos de otros países, demostrando, una vez más, que somos un banco global en el que hoy no tenemos fronteras.

Nuestra organización cuenta con una presencia muy importante en la Argentina, reconocida como una compañía líder, innovadora y referente en el mercado local. Ese excelente posicionamiento se debe al trabajo arduo de todos nuestro colaboradores y, sobre todo, de aquellos que también formaron parte durante todos estos años de nuestro talento en Argentina. Nuestra meta para el largo plazo en Citi Argentina es que siga siendo muy relevante, creciente e integrada a nuestra estrategia regional y global. Vamos muy bien, gracias a nuestro compromiso ante situaciones adversas y, sobre todo, el liderazgo con nuestros clientes, reguladores y talentos, para que sigamos mejorando todos los días.



**JUAN BRUCHOU (\*\*)**  
CEO LATAM South Cluster

En 1914, Citibank apostó por nuestro país y por el talento argentino, y claramente cumplimos con creces las expectativas depositadas en todos nosotros. Citibank Argentina contribuyó, de una manera muy importante, a los resultados globales del banco. No solamente por los grandes ingresos que generó nuestra franquicia, sino también por el talento argentino que fue exportado a distintas partes del mundo, y varios argentinos lograron puestos de relevancia, de mucha importancia en nuestra organización a nivel mundial.

En Argentina, durante todos estos años, Citi se consolidó como líder del mercado financiero por la calidad de los productos, por la creatividad, por la innovación, pero también por la forma en que hacemos negocios; por los altos estándares éticos y por la responsabilidad profesional y empresarial. Pero, si tengo que destacar algo, tendría que decir por la calidad humana de todos los "citibankeros", la calidad humana profesional y la calidad humana personal. Nuestro objetivo, nuestra misión, es ser el mejor banco de Argentina, con los mejores productos y la mejor calidad de servicio, facilitando así la vida de nuestros clientes, ya sean corporativos o individuos, y contribuyendo, de esa manera, al desarrollo y bienestar de nuestro país.

(\*) Francisco Aristeguieta desempeñó este cargo hasta mayo de 2015, cuando fue reemplazado por Jane Fraser.

(\*\*) Juan Bruchou desempeñó este cargo hasta marzo de 2015 y se retiró al cabo de casi 30 años de brillante trayectoria.



## Nuestra historia

En 1910 el intercambio comercial entre los Estados Unidos y los países menos desarrollados iba en aumento. Una Comisión Monetaria Internacional vio, en 1911, la importancia de establecer sucursales de los bancos estadounidenses en el exterior. La Reserva Federal de aquel país autorizó a los bancos con capital superior a U\$S 1 millón a establecerse más allá de sus fronteras sólo 6 meses antes de que se declarara la Gran Guerra.

Las posibilidades de invertir en economías exportadoras de materia prima eran muy tentadoras y Argentina en especial ejercía una gran atracción, ya que presentaba un contexto propicio para la llegada de capitales. En esa época, nuestro país había atravesado un crecimiento sin precedentes de su economía agroexportadora de la mano de inversiones -especialmente inglesas- en su infraestructura ferroviaria. Sin embargo, al estallar la primera guerra mundial, Inglaterra tuvo que ceder su protagonismo en nuestra economía en un momento en el cual el desarrollo económico y el intercambio comercial entre nuestro país y los Estados Unidos iban adquiriendo mayor relevancia y los bancos europeos se veían impedidos de resolver las necesidades económicas de sus clientes en la región. Fue así como el departamento exterior del National City Bank of New York decidió establecer oficinas en Buenos Aires, Argentina.

Era el 10 de noviembre de 1914 cuando se inauguró en Buenos Aires la sucursal de The National City Bank of New York, la primera filial de Citi y de un banco norteamericano abierta fuera de los Estados Unidos.

La apertura de la primera sucursal del Banco en Buenos Aires se inicia el 3 de noviembre de 1914 con la presentación ante la Inspección General de Justicia. El 6 de noviembre, tan solo 3 días más tarde, se firma el decreto, y la atención al público comienza cuatro días después en el solar de una antigua lechería, en la calle Rivadavia 321. El Sr Halliburton Allen, quien había ocupado cargos importantes en casa matriz, se hizo cargo de la Gerencia.

En 1917 nos convertimos en la 9º institución bancaria del país, con el 1,8% del total de los depósitos argentinos (casi la misma porción de mercado que tenía en Estados Unidos después de más de 100 años de trayectoria).

En aquel entonces, el diario La Nación expresó: "La Sucursal del banco neoyorkino se establece en el país en un momento propicio, debido a las turbulencias que la Guerra Europea ha causado en nues-



Diario La Nación - Domingo de diciembre de 1929  
"El National City Bank inaugurará mañana su amplio edificio propio"

tras relaciones comerciales y financieras con los países en armas". A principios de 1916, la sucursal Buenos Aires de Citi trasladó sus oficinas a la calle San Martín 66 y 78 mientras construía su propia sede a pocos metros de distancia, en la esquina con la calle San Martín.

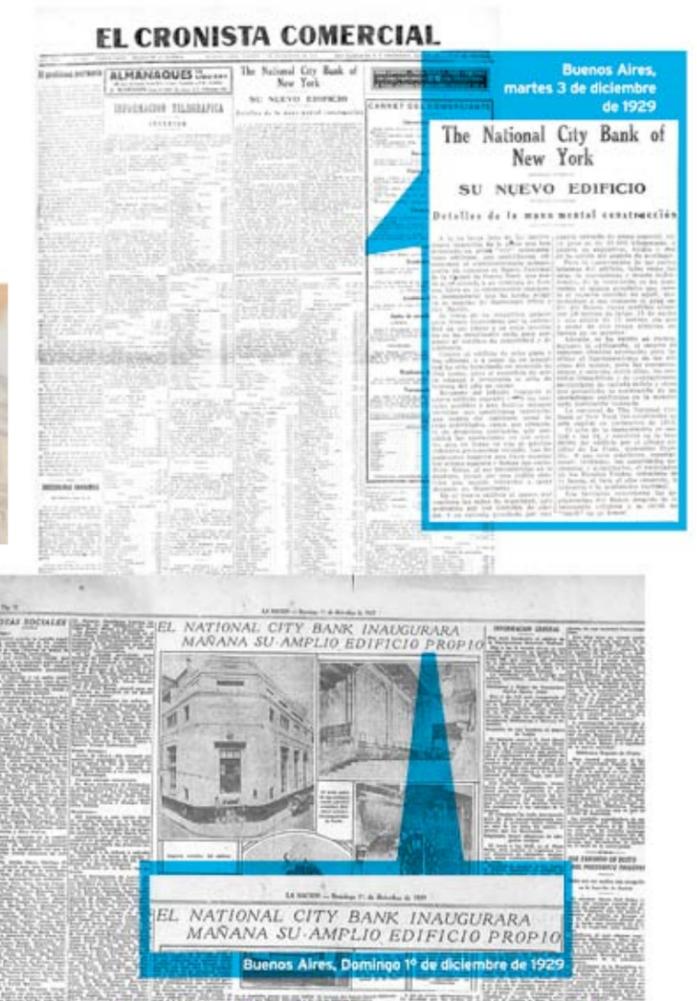
Tan adecuado resultó ser el momento que, para 1917, Citi ocupaba el noveno lugar entre las institución bancaria con sede en el país, con un 1,8% del total de depósitos de la plaza, casi la misma porción de mercado que ostentaba en los Estados Unidos al cabo de más de 100 años de trayectoria. Ese logro pronto se tradujo en la apertura de la segunda sucursal en Argentina. Esta vez, el lugar elegido fue la ciudad de Rosario, otro gran centro económico y cultural nacido alrededor del puerto interior más importante del país, a orillas del Río Paraná.

El 30 de noviembre de 1929, el National City Bank of New York trasladó definitivamente sus operaciones al nuevo edificio de Bartolomé Mitre 530, ubicado también en el centro financiero de Buenos Aires. El edificio, que continúa siendo la casa matriz del Banco, impactaba por su elegancia y el amplio espacio para la atención al público. En la Nación del domingo 1 de diciembre, junto con fotos del frente del edificio y el salón principal, aparecía la imagen de la puerta del Tesoro, una estructura de acero de 30.000 kilos, resistente a explosivos, ácidos y sopletes -según los sorprendidos comentarios de su época.

La inauguración del edificio tuvo lugar el 2 de diciembre de 1929, con la presencia de autoridades del gobierno nacional, el embajador de los Estados Unidos y representantes locales de las empresas de ese país. El lugar se convirtió rápidamente en un punto de reunión, ya que en el segundo piso funcionaba el Club Americano en Buenos Aires, en el estilo de los clubes ingleses para caballeros.



Ese fue el comienzo de una historia que cumple 100 años de presencia ininterrumpida.



# Un siglo de Citi en Argentina

1812



El **City Bank of New York** se fundó el 16 de junio de 1812 y así comenzó nuestra historia.



Luego de una fusión con el First National Bank, el Banco tomó el nombre **First National City Bank of New York**.



1914

Se inaugura la **filial en Buenos Aires**, que es la primera sucursal de un banco americano fuera de Estados Unidos.

1955

1968

Se instala en la filial del Banco en Argentina la **primera computadora** especializada en operaciones bancarias.

1917

Comienza a operar en Rosario la primera sucursal de Citi en el **interior del país**.



1921

Citi es el primer banco en el mundo en otorgar **productos de ahorro** con interés compuesto.



1929

Se inaugura la **sede central** del banco, en la esquina de Bartolomé Mitre y San Martín, donde hasta el día de hoy funciona la casa matriz.

1969

Se presenta al mercado local Citicard, que junto con London Card (perteneciente a otro banco) fueron las dos **primeras tarjetas de crédito** del mercado.

Se crea **Citibank On Line** para la banca de inversión, con conexión vía modem.



Comienza a operar la **banca de la inversión**, destinada a la financiación de proyectos y desarrollo de empresas

1976

El banco adopta mundialmente el nombre **CITIBANK**.



1990



Citibank inicia su **alianza con American Airlines**, ofreciendo el primer programa de millaje del mercado argentino. Los lobbies de las sucursales se completan con la instalación de QDBs (Quick Deposit Boxes), configurando junto con el quiosco de Citiphone y ATM el modelo de servicios bancarios habilitados durante las 24 horas.

1985

1981

Citibank adquiere **Diners Club International**.



1977

Citi implementa en Estados Unidos la actividad bancaria las 24 horas, los 7 días de la semana, con el **primer cajero automático**.



1992

La Banca Corporativa lanza **Paylink**, el primer servicio bancario de pago a proveedores para empresas.



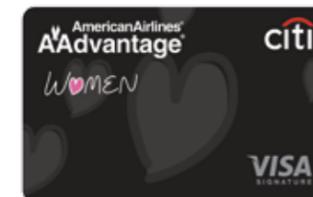
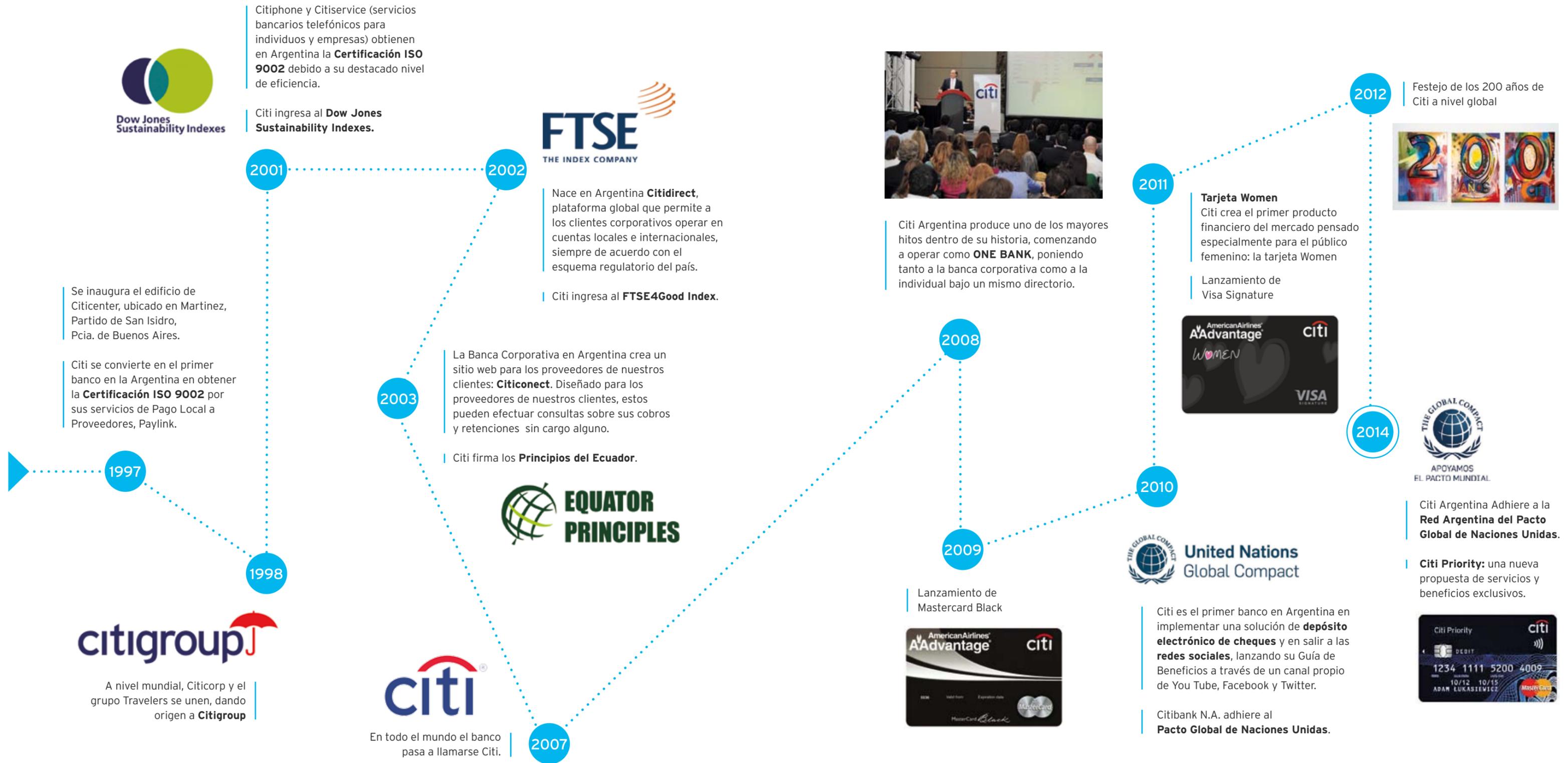
1993

1994

Se lanza Citigold, la marca pionera en servicios exclusivos para el segmento de mayor afluencia.

## Citigold

Se inicia **Citiservices**, la banca telefónica para empresas.



# Citibank N.A. Sucursal en la Argentina

Cumplimos 100 años respaldando a nuestros clientes e impulsando el desarrollo de la industria y el comercio en Argentina

Citi Argentina es una Sucursal de Citibank N.A. y tiene su casa matriz en los Estados Unidos. Establecida en la Argentina en 1914, esta sucursal fue la primera abierta por un banco norteamericano fuera de los Estados Unidos. La sede central se encuentra desde 1929 en la esquina de Bartolomé Mitre y San Martín.

Estamos orgullosos de haber construido en un centenar de años un banco sólido con una gran presencia en la vida de los argentinos:

**537.000** CLIENTES  
EN BANCA DE CONSUMO

**1.300** CLIENTES  
EN BANCA CORPORATIVA

**29.000** CLIENTES  
PYMES

**70** SUCURSALES  
ALREDEDOR DEL PAÍS

**2.868** EMPLEADOS



## TESTIMONIO 100 AÑOS de Citi Argentina

*“La historia de Citi Argentina comenzó el 10 de noviembre de 1914 en Rivadavia 321, frente a la Casa de Gobierno y la Plaza de Mayo”.*



## CELEBRAMOS 100 AÑOS DE TRAYECTORIA CON NUESTROS CLIENTES

El 13 de noviembre Citi convocó a sus clientes más preciados para celebrar junto a ellos estos 100 años de trayectoria ininterrumpida en el país. El Tattersall de Palermo fue el lugar elegido para recibir a 250 representantes de nuestros mejores clientes corporativos y Citigold. Francisco Aristeguieta (CEO LATAM), Juan Bruchou (South Cone Head) y Gabriel Ribisich (Presidente de Citi Argentina) oficiaron de anfitriones con la presentación de Mariana Arias.

Al cabo de un cocktail introductorio, Francisco Aristeguieta y Gabriel Ribisich se dirigieron a la audiencia, ambos tomando un momento para reconocer a los ex Citibankers que se encontraban en el público, agradeciéndoles el rol cumplido en la historia de Citi Argentina.



También hubo un momento para la entrega de placas conmemorativas a las empresas con quienes Citi tiene los vínculos comerciales más antiguos de la cartera. Así, Ford y Exxon fueron mencionados entre las compañías internacionales y Arcor y Grupo Techint entre los locales.

La noche finalizó con un show dirigido por Ricky Paskus, quien seleccionó a pedido de Citi las canciones más representativas de cada década del siglo transcurrido, para presentarlas en versiones exclusivas en la voz de Sandra Mihanovich, Raúl Lavi, Karina K y Fernando Dente.



## CELEBRAMOS 100 AÑOS DE TRAYECTORIA CON NUESTROS EMPLEADOS

Un aniversario de estas características no se celebra todos los días. Si bien el año estuvo jalonado por comunicaciones, concursos, juegos y pequeños eventos relacionados con los 100 años de Citi en Argentina, el evento de celebración del 14 de noviembre era el más esperado por todos.

Y como no podía ser menos, fue el evento de todos. Los empleados de todo el país fueron invitados a formar parte de esa noche, que



tuvo lugar en los salones de Costa Salguero, a partir de las 20 horas y hasta casi llegada la mañana del día siguiente.

Con la conducción de Iván de Pineda y Sarapura en la música, después de medianoche se sumó el grupo Los Totorá para la alegría general y el baile.



## NUESTROS CLIENTES

- Individuos
- Inversores
- Grandes empresas internacionales y locales
- Instituciones financieras
- Entidades gubernamentales
- Pequeñas y medianas empresas

## PARTICIPACIÓN ACCIONARIA EN OTRAS EMPRESAS

- Banelco
- Interbanking
- Gire
- Visa

### INGRESOS NETOS



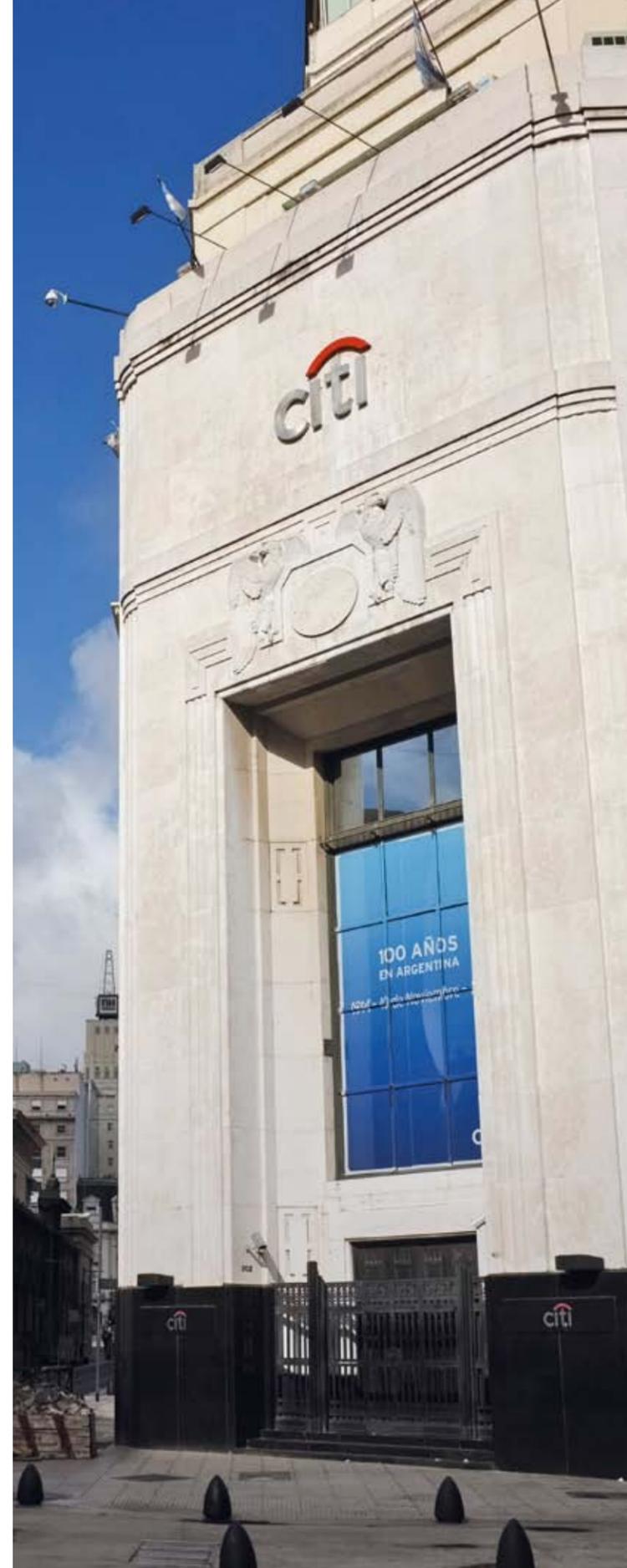
### RESULTADO NETO DEL EJERCICIO



### PATRIMONIO NETO



(\*) Estados Contables al 31 de diciembre de 2014 comparativo con el ejercicio anterior, en millones de pesos argentinos.



# Nuestro enfoque de gestión

## Estrategia de negocio

La estrategia global de crecimiento de Citi está alineada a tres tendencias a largo plazo:

- Globalización
- Urbanización
- Digitalización

Estamos posicionados de la mejor manera para apalancar estas tendencias a través de nuestra inigualable huella y productos.



### GLOBALIZACIÓN

Con una **red global** a través de 100 países, tenemos una ventaja competitiva que difícilmente nuestra competencia podría replicar. La trayectoria y solidez de Citi en los mercados emergentes provee a nuestros clientes el **acceso** a estas economías expandidas e incrementa el flujo de las **relaciones comerciales** entre ellos.



### URBANIZACIÓN

A medida que el mundo continúa urbanizándose, estamos **focalizados en las 150 ciudades mejor calificadas** y apoyando las aspiraciones de sus residentes, sector público y privado. En la actualidad, tenemos presencia en el 80% de dichas ciudades, con planes para llegar al resto.



### DIGITALIZACIÓN

La digitalización continuará revolucionando toda nuestra industria y transformando la forma en que nuestros clientes utilizan nuestros productos. La banca móvil está reduciendo su dependencia con sucursales físicas y la **innovación tecnológica** está dinamizando nuestra habilidad para alcanzar las necesidades en constante evolución, de nuestros clientes en nuestro negocio institucional (corporativo).

Hemos avanzado mucho en la provisión de soluciones tecnológicas conectadas con el mobile banking y somos reconocidos como un líder global en la industria.

Queremos que Citi sea el banco digital

## Estrategia de sustentabilidad

Desde Citi estamos trabajando para avanzar en el desarrollo social y económico, conduciendo la organización de una manera que genere valor tanto para la empresa como para las generaciones futuras.

Como un banco global, con vasta experiencia en finanzas ambientales y manejo de riesgo social y medioambiental, en Citi ayudamos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes en constante evolución.



Cocinas solares parabólicas del programa de acceso a la energía, con la ONG EcoAndina, en Salta y Tucumán.

En 2007 nos comprometimos a destinar US\$ 50.000 millones a proyectos amigables con el medioambiente en todo el mundo durante los 10 años subsiguientes. Ese objetivo fue alcanzado en 2013, más de tres años antes de la fecha prefijada.

Nuestra estrategia de sustentabilidad no se erige en solitario, sino que está embebida en nuestro negocio y se expande a través de toda

la organización. Es una oportunidad para alinear nuestras actividades relacionadas con la sustentabilidad con aquellos objetivos de desarrollo sustentable que son comunes a toda la sociedad, apalancando nuestra experiencia en mercado de capitales para asociarnos con nuestros clientes en esta nueva y excitante labor.

Buscamos empoderar el crecimiento sustentable de **tres maneras** distintas:

- Recomendamos y financiamos proyectos focalizados en soluciones ambientales y reducción del impacto del cambio climático. Esto incluye el enorme y ambicioso desafío de trabajar con clientes de diferentes sectores para prestar, invertir y facilitarles el camino en la participación de actividades que estén relacionadas con el cambio climático, energía renovable, eficiencia energética, negocios inmobiliarios sustentables, etc.
- Ayudamos a nuestros clientes a entender y manejar el riesgo asociado con los impactos de sus negocios tanto a nivel ambiental como social
- Manejamos nuestras operaciones y cadena de valor para reducir nuestro impacto ambiental, reducir costos y reflejar mejores prácticas.

## Citi invierte

A través de nuestras actividades principales y esfuerzo filantrópico, prestamos, facilitamos e invertimos en productos, servicios y proyectos que contribuyen al desarrollo económico.

## Citi se asocia

Nos asociamos con clientes, gobiernos, organizaciones de la sociedad civil y grupos comunitarios para articular nuestros esfuerzos y materializar ideas y acciones que sirven a nuestras necesidades reales de la manera más efectiva posible.

## Citi actúa

Nuestros valores se ven ejemplificados en nuestras acciones y en como asignamos nuestros recursos para trabajar. En todo momento nos esforzamos para ganar, merecer y mantener la confianza pública y producir el mejor resultado para clientes, empleados, socios y comunidades.



### NUESTRO COMPROMISO

Cumplir nuestros objetivos de rentabilidad en un marco de responsabilidad financiera, mediante prácticas éticas y sustentables, minimizando los impactos socioambientales relacionados con nuestros productos y servicios.

Cuando en Citi hablamos de RSE, nos referimos a un modelo de gestión que implica el cumplimiento de nuestros objetivos de negocio, el comportamiento ético y responsable hacia nuestros grupos de interés y el compromiso de apoyar programas de inversión social que generen valor y sustentabilidad en la sociedad.

En este sentido, la RSE debe verse reflejada en la gestión de todas y cada una de nuestras áreas, las cuales llevan adelante sus proyectos en forma sustentable, teniendo siempre en cuenta el impacto económico, social y ambiental de su operatoria.

## NUESTROS PILARES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL



## Gestión de riesgos ambientales y sociales

Desde hace más de una década hemos impulsado y participado activamente en el desarrollo de políticas de administración de riesgos ambientales y sociales

### PRINCIPIOS DEL ECUADOR

Directrices elaboradas y asumidas de manera voluntaria por los bancos para la gestión de temas sociales y ambientales, en relación con el financiamiento de proyectos de desarrollo.

De acuerdo con estos principios, se otorga financiamiento a los proyectos que pueden demostrar una gestión comprometida con la responsabilidad social y ambiental. Los principios son aplicados en todos los sectores industriales, incluidos la minería, el petróleo, el gas y la explotación forestal.

### POLÍTICA DE GESTIÓN AMBIENTAL Y SOCIAL

En 2003 Citi establece su propia política global de gestión ambiental que incluye procedimientos de revisión de riesgo para el financiamiento responsable.

Su objetivo es asegurar que los proyectos que Citi financia se encuentren dentro de los parámetros de crecimiento sostenible.

En 2010 y 2011, la política fue revisada y ajustada para incluir lineamientos sectoriales para Proyectos Forestales y de Energía Nuclear.

2003

Citi cofunda junto a 10 bancos líderes, los principios y los adopta en su organización

Citi fue presidente del Comité Directivo de la Asociación de los Principios de Ecuador durante dos años hasta mayo de 2012

Citi lideró el grupo de entidades financieras que participaron de la actualización y expansión de estos Principios.

**TRANSACCIONES**

**RANGO DE APLICACIÓN**

Transacciones para la financiación de proyectos (sujetas a los Principios del Ecuador)	Costos de capital del proyecto: superiores a los US\$ 10 millones.
Asesoría para la financiación de proyectos (sujetas los Principios del Ecuador)	Costos de capital estimados del proyecto: superiores a los US\$ 10 millones.
Financiación o refinanciación de proyectos existentes	Costos de capital del proyecto: superiores a los US\$ 10 millones.
Préstamos corporativos o gubernamentales	Monto total: US\$ 50 millones (acumulados).
Préstamos en asocio con agencias oficiales o de exportación	Monto total: superiores a los US\$ 50 millones.
Financiación de adquisiciones	Colocaciones o estructuraciones: superiores a los US\$ 50 millones (acumulados).
Colocación de títulos de deuda o bonos	Inversiones de capital: superior a los US\$ 5 millones.
Inversiones o colocaciones de capital	Colocaciones o estructuraciones para la venta de títulos de renta variable: superiores a los US\$ 50 millones (acumulados).
Cartas de crédito y garantías (oferta y cumplimiento)	Instrumentos relevantes: superiores a los US\$ 50 millones (acumulados).

**POLITICA DE GESTIÓN AMBIENTAL Y SOCIAL**  
ESRM (Environmental & Social Risk Management)

// Proceso de aplicación global

ANÁLISIS DEL PROYECTO

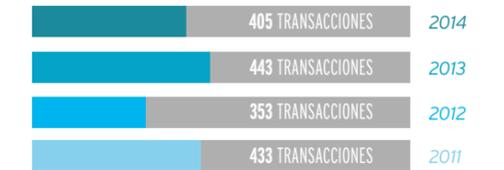
CALIFICACIÓN

RESULTADOS GLOBALES 2014

Proyectos mayores a **USD 10 MILLONES**

La unidad ESRM revisa y califica a los proyectos en tres categorías de riesgo: A (alto), B (medio) y C (bajo) –siguiendo la definición de la CFI– según el impacto ambiental que su desarrollo pueda ocasionar.

Transacciones revisadas por **ESRM:**



Evaluación de múltiples aspectos relacionados con:

- **PERMISOS AMBIENTALES**
- **ADECUADA ELIMINACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS**
- **TRATAMIENTO DE LÍQUIDOS PROCEDENTES DE PLANTAS INDUSTRIALES**
- **SU IMPACTO EN LAS COMUNIDADES CIRCUNDANTES**

En una primera instancia el proceso de análisis hace especial foco en aquellas áreas denominadas de "Alta Precaución", como por ejemplo, hábitats naturales críticos y espacios de alto valor de conservación; áreas del patrimonio cultural; zonas habitadas por pueblos aborígenes y transacciones que impliquen un potencial desplazamiento masivo de personas.

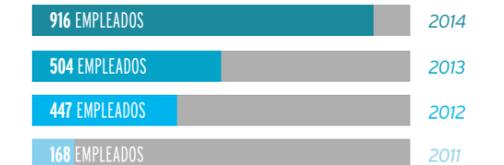
Transacciones revisadas según **región:**

	Total	Categoría A
Asia y Pacífico	113	10
Europa	73	8
Medio oriente y África	62	14
América Latina y Caribe	98	17
USA y Canadá	52	5
Global (varias regiones)	7	0

Así mismo, la política **PROHÍBE TRANSACCIONES** que involucren contratación ilegal, trabajo forzado o explotación infantil, al tiempo que revisa las **POLÍTICAS DE ACCIDENTES DE TRABAJO Y SEGURIDAD LABORAL.**

Aquellas transacciones a las que le ha sido otorgada la categoría A requieren **revisión y aprobación** de oficiales de crédito de alto nivel.

**Capacitación a empleados** en los estándares ESRM (global)



## NORMAS DE DESEMPEÑO DE LA IFC

- 1 Evaluación y gestión de los riesgos e impactos ambientales y sociales
- 2 Trabajo y condiciones laborales
- 3 Eficiencia del uso de los recursos y prevención de la contaminación
- 4 Salud y seguridad de la comunidad
- 5 Adquisición de tierras y reasentamiento involuntario
- 6 Conservación de la biodiversidad y gestión sostenible de los recursos naturales vivos
- 7 Pueblos Indígenas
- 8 Patrimonio cultural



La Banca Corporativa trabaja en conjunto con las grandes empresas y corporaciones que operan en Argentina, asistiéndolas en sus necesidades de financiamiento y expansión. Para proyectos de esta envergadura, y de acuerdo con los estándares de calidad y compliance de Citi, que incluyen la política de financiamiento responsable, realizamos un estricto control del impacto ambiental de las inversiones en las que participamos, exigiendo informes detallados que nos permitan anticiparnos a un eventual impacto negativo, de modo de trabajar en conjunto con nuestro cliente para la mitigación del riesgo.

Conocida internamente bajo el nombre de ESRM (Environmental & Social Risk Management), nuestra política de Gestión Ambiental y Social establece procedimientos de revisión de riesgo para el financiamiento responsable. Su objetivo es asegurar que los proyectos que Citi financia se encuentren dentro de los parámetros de crecimiento sostenible.

### COMPROMISO CON LOS DERECHOS HUMANOS

Citi apoya la protección y preservación de los Derechos Humanos en todo el mundo al seguir los principios fundamentales establecidos en la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, y los Principios Rectores para las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (ONU). Asumimos con suma seriedad nuestra responsabilidad de respetar los Derechos Humanos. Nuestro apoyo a estos principios se ve reflejado en nuestras políticas y acciones con respecto a nuestros empleados, proveedores, clientes y los países en los que operamos.

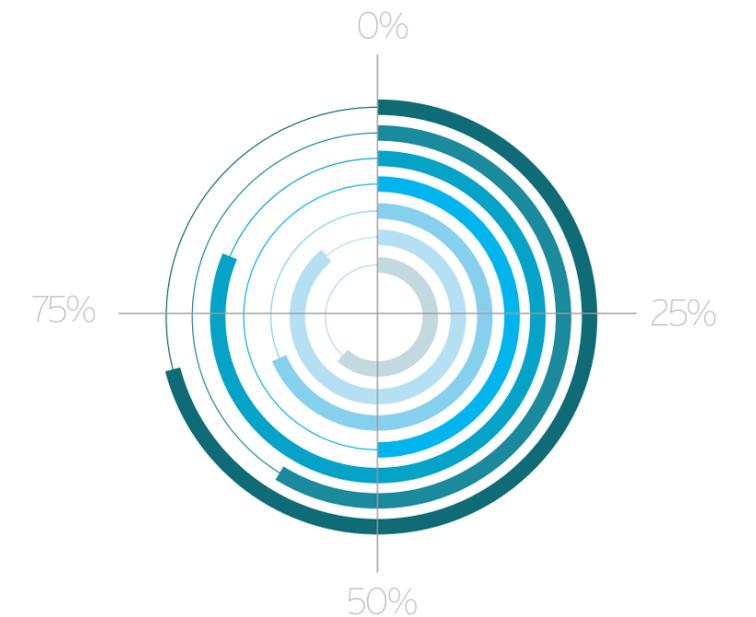
## Comité de Responsabilidad Social

El Comité de Responsabilidad Social establece la estrategia de sustentabilidad de Citi Argentina, alineada a los objetivos globales establecidos por la Corporación y por Citi Foundation. Trabaja en conjunto con cada una de las áreas involucradas en el proceso de identificación de aquellos aspectos relevantes (Principio de Materialidad) para la elaboración del Reporte de Sustentabilidad; propicia la adopción de los principios del Pacto Global de Naciones Unidas y los lineamientos de la guía de Responsabilidad Social ISO 26000, actuando siempre en pos de impulsar el liderazgo de Citi en materia de gestión orientada a la sustentabilidad.

Citi Argentina reconoce a la ISO 26000 como un documento de referencia que ofrece orientación sobre responsabilidad social.



## EVALUACIÓN FRENTE A LAS SIETE MATERIAS FUNDAMENTALES DE LA ISO 26000



- 73% *Gobernanza de la organización*
- 59% *Derechos Humanos*
- 80% *Prácticas laborales*
- 50% *Medioambiente*
- 69% *Prácticas justas de operación*
- 85% *Asuntos de consumidores*
- 62% *Participación activa y desarrollo de la comunidad*

# Nuestros productos y servicios

## LOS CLIENTES EN PRIMER LUGAR

La estrategia está centrada en el cliente y se basa en cuatro pilares:

- Calidad de servicio
- Posicionamiento de marca
- Eficiencia comercial
- Gestión de la ecuación riesgo/retorno

## Banca Corporativa y de inversión

La Banca Corporativa de Citi Argentina ocupa el primer lugar en todos los negocios del sector:

- Banca de Inversión
- Tesorería
- Cash Management
- Financiamiento de Comercio Exterior
- Servicio de Custodia de Títulos



### TESTIMONIO 100 AÑOS de Citi Argentina

*“Somos líderes indiscutidos en Banca Corporativa, ofreciendo soluciones únicas en el mercado que facilitan la gestión financiera de las empresas que confían en nosotros”.*

La adecuada atención a nuestros clientes es el objetivo de nuestros esfuerzos. Anualmente Citi mide su satisfacción en una encuesta global, que se conoce como Voice of Customer. Empresas clientes de todo el mundo son contactadas para dar cuenta sobre la calidad del servicio que nuestra banca corporativa les brinda. Específicamente en Argentina, alrededor de 200 clientes respondieron esta encuesta, de los cuales 163 clientes también la respondieron en 2013, permitiendo un seguimiento específico de los resultados de las encuestas. Algunas de las principales conclusiones que surgen de la encuesta son:

#### Principales logros

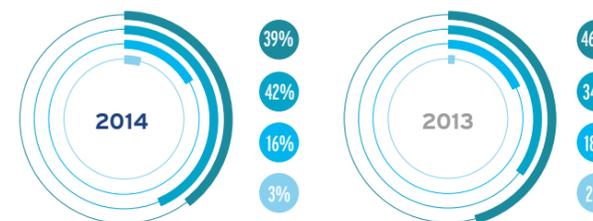
- Fuerte performance institucional.
- Se mantiene firme la satisfacción general con Citi.
  - 50% de los clientes “muy satisfechos”
  - Banco dominante
- Mayor competitividad en cuanto a la flexibilidad para otorgar fondeo.
- Sólidos RM (*Relation Managers, oficiales de cuentas corporate*) y desempeño grupal.

#### Puntos clave y oportunidades

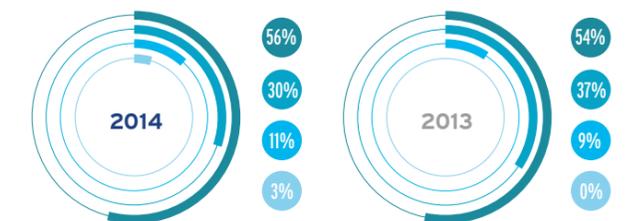
- Leve tendencia declinante en el porcentaje de participación (*share of wallet*).
- Algunas señales de inconsistencia en el servicio que se brinda en distintas geografías.
- Declinación de la competitividad local en cuanto a la confiabilidad de operaciones y tecnología.
- Oportunidades que superan la expectativa inicial en productos episódicos.

### PERCEPCIÓN DE CITI COMO SOCIO DE NEGOCIOS

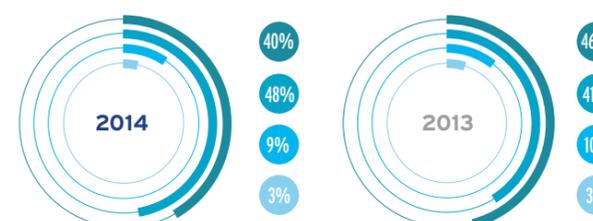
#### Prefiero trabajar con Citi



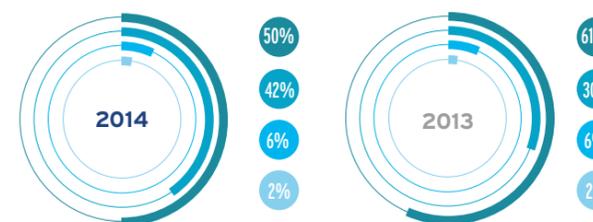
#### Tomaron en cuenta el feedback 2013



#### Hacer negocios con Citi es sencillo



#### Citi entrega lo que promete



Citi Institutional Clients Group (ICG) se propone un modelo de relación integral que se afianza sobre una operatoria de servicios totalmente centrada en el cliente. Los oficiales de CIB hacen uso de todas las herramientas globales de Citi desde un enfoque holístico y están capacitados para iniciar y coordinar la ejecución de tareas de análisis y asesoría financiera, recaudación de fondos, soluciones de gestión de tesorería y trade, así como servicios de fondos y garantías para nuestros clientes en el lugar del mundo en el que decidan operar.

## BANCA DE INVERSIÓN

Citi Argentina continúa liderado el negocio de Banca Corporativa y de Inversión, asistiendo a las empresas en sus necesidades de financiamiento y expansión, en todos los segmentos, incluyendo bonos internacionales, financiamiento de proyectos, préstamos sindicados, fusiones y adquisiciones, finanzas estructuradas y emisión de acciones y bonos locales.

### Nuestros servicios:

- Asesoramiento en la compra y/o venta de empresas y activos, proponiendo alternativas, realizando valuaciones y, de ser necesario, proveyendo el financiamiento.
- Estructuración y sindicación de préstamos de largo plazo con agencias de exportación y bancos locales e internacionales.
- Asesoramiento a clientes en ofertas públicas de acciones iniciales o secundarias, tanto en el mercado local como en el exterior, estructurando y distribuyendo los títulos.
- Estructuración y distribución de títulos de deuda, en el mercado local e internacional.

**Nuestros productos tienen un impacto relevante en la expansión de los negocios de nuestros clientes, que se traduce en mayor inversión en el país, incremento de la producción nacional y fuentes de trabajo en la comunidad.**

Las emisiones locales para capital de trabajo están destinadas a financiar el ciclo del negocio local, expandiendo la oferta de crédito y productos por parte de las compañías involucradas.

Para proyectos de envergadura, y de acuerdo con los estándares de calidad de Citi, que incluyen la política ESRM de financiamiento responsable, realizamos un estricto control del impacto ambiental de las inversiones en las que participamos, exigiendo informes detallados que nos permitan anticiparnos a un eventual impacto negativo y trabajar en conjunto sobre herramientas de mitigación del riesgo.

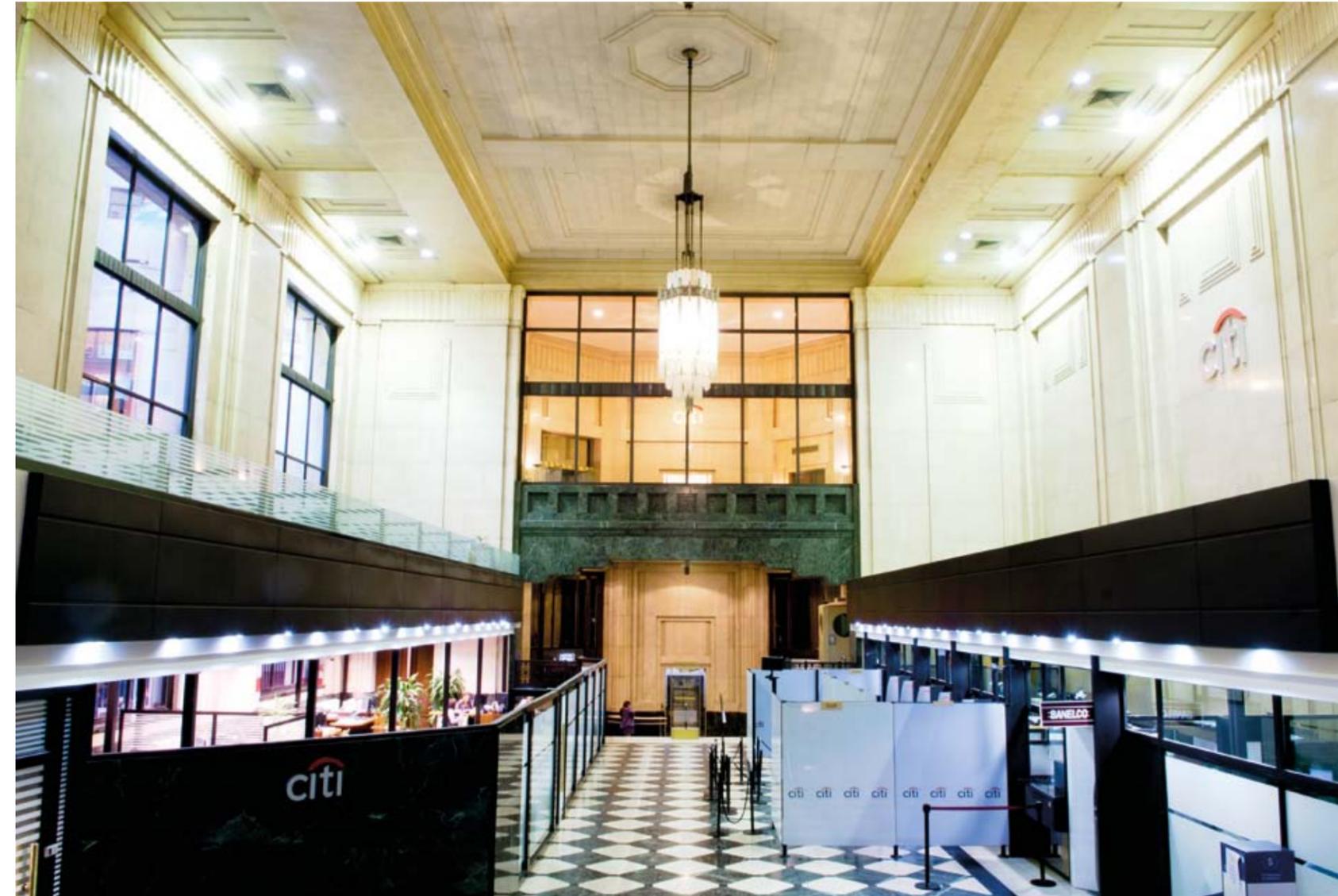
### BONO DE MEDANITO S.A.

El 26 de febrero de 2014, Citi actuó como organizador y colocador de la emisión de una oferta de obligaciones negociables en dos tramos en el mercado local por un total de US\$ 28 millones. El 24 de julio de 2014, aprovechando la asignación del "Inciso K", ambos tramos fueron puestos nuevamente en oferta y se emitieron USD 12.1 millones adicionales en el tramo "dollar-linked" (Serie IV), 4% menos que el tramo emitido en febrero.

Luego de la emisión original de las Series 3 y 4 en febrero de 2014, la Superintendencia de Seguros de la Nación calificó a ambas series para el "Inciso K", a través del cual las compañías de seguros están obligadas a invertir en proyectos de inversión de la economía real. "El Inciso K" hizo que la reapertura fuera más atractiva para las compañías de seguros y los bonos "dollar-linked" salieron con un precio 11% mayor (equivalentes a una tasa fija del 0% y pagando únicamente depreciación del ARS), reduciendo el costo total de emisión de Medanito.

### BONO CONVERTIBLE DE MERCADOLIBRE

El 24 de junio de 2014, Citi actuó como Joint Bookrunner en la colocación de un bono convertible de US\$ 330 millones a 5 años emitido por MercadoLibre. Este mismo se colocó a una tasa de 2.25% en los mercados de capitales internacionales. Los bonos serán convertibles, bajo opción de los tenedores de los mismos, a un precio que representa una prima del 37.5% por encima del último precio de venta registrado. El destino de fondos de la colocación fue para financiar nuevos proyectos de inversión en la región y así continuar sus planes de expansión. La colocación de estos bonos convertibles generó una demanda de US\$ 1.600 millones por parte de más de 140 inversores internacionales, que ofrecieron así un amplísimo respaldo.



Durante 2014 la Banca de Inversión ejecutó deals por valor superior a los **US\$ 2.200 millones**.



**LIABILITY MANAGEMENT**

**TGS (Transportadora de Gas del Sur SA)**

US\$ 255.000.000  
 Exchange Offer  
 Obligaciones Negociables  
 Joint Lead Manager  
 Febrero

**DEUDA** (emisiones locales)

**Medanito S.A.**

US\$ 27.900.000  
 Obligaciones Negociables  
 Joint Bookrunner  
 Febrero

**Central Térmica Guemes S.A**

\$ 60.000.000  
 (US\$ 7.500.000)  
 Obligaciones Negociables  
 Joint Bookrunner  
 Marzo

**YPF SA.**

\$ 200.000.000  
 (US\$ 25.000.000)  
 Obligaciones Negociables  
 Joint Bookrunner and  
 Joint Placement Agent  
 Junio

**Petrolera Pampa SA**

US\$ 65.000.000  
 Obligaciones Negociables  
 Joint Bookrunner and  
 Joint Placement Agent  
 Junio

**YPF SA.**

US\$ 125.000.000  
 Obligaciones Negociables  
 Dual Tranche  
 Joint Bookrunner and  
 Joint Placement Agent  
 Junio

**Medanito S.A.**

US\$ 12.100.000  
 Obligaciones Negociables  
 Dual Tranche  
 Joint Bookrunner and  
 Joint Placement Agent  
 Julio

**Central Térmica Loma de la Lata S.A.**

AR\$ 305.000.000  
 (US\$ 36.000.000)  
 Obligaciones Negociables  
 Joint Bookrunner  
 Octubre

**CONVERTIBLE BOND**

**Mercadolibre Inc**

US\$ 330.000.000  
 Senior Convertible Notes  
 Joint Bookrunner and Capped Call  
 Counterparty  
 Junio

**SYNDICATED LOANS & ACQUISITION FINANCING**

**Oroplata (Goldcorp)**

\$ 1.600.000.000  
 (US\$ 189.000.000)  
 Senior Syndicated Loan  
 Joint Bookrunner and Lender  
 Octubre

**Bayer**

\$ 1.400.000.000  
 (US\$ 165.000.000)  
 Senior Syndicated Loan  
 Joint Bookrunner  
 and Lead Arranger  
 Octubre

**Central Térmica Loma de la Lata S.A.**

\$ 450.000.000  
 (US\$ 53.000.000)  
 Senior Unsecured Syndicated Loan  
 Joint Bookrunner  
 Noviembre

**IPO / EQUITY**

**Globant**

US\$ 67.000.000  
 Initial Public Offering (IPO)  
 Active Bookrunner  
 Julio

**Medanito S.A.**

\$ 400.000.000  
 (US\$ 47.000.000)  
 Senior Secured Syndicated Loan  
 Joint Bookrunner and Lender  
 Octubre



## TESTIMONIO 100 AÑOS de Citi Argentina

*“En 1929, fue construido este edificio de Bartolomé Mitre, declarado patrimonio arquitectónico de la ciudad, con cimientos tan sólidos como el espíritu de nuestra marca”.*

### TREASURY & TRADE SOLUTIONS SECURITIES & FUNDS SERVICES

El área de TTS opera en tres grandes negocios :

- **Cash Management**
- **International Trade**
- **Trade Working Capital Finance**

#### CASH MANAGEMENT

Ofrecemos soluciones de pagos, cobranzas, cuentas y liquidez a tesoreros locales, regionales y globales para la gestión de los flujos transaccionales de sus empresas. En esta misión, Citi se ha destacado siempre por el ingenio y la innovación; así, hoy en día somos el banco líder en negocios corporativos, brindando plataformas con tecnología de vanguardia que integran todas las funciones que nuestros clientes necesitan para obtener información en tiempo real y tomar las decisiones necesarias allí donde se encuentren.

### CITIDIRECT BE MOBILE

LA DIGITALIZACIÓN Y LA MOVILIDAD SON TEMAS CLAVE EN NUESTRA ESTRATEGIA DE BANCA ELECTRÓNICA, CON LOS NEGOCIOS DEMANDANDO INFORMACIÓN EN TIEMPO REAL.

Citidirect, la banca corporativa global de Citi, está siendo transformada como parte del proceso al que llamamos CitiDirect Banking EvolutionSM. CitiDirect® Mobile Banking fue el primer desarrollo de esta iniciativa siendo presentado al mercado en 2011. El mismo fue desarrollado por nuestro Citi Innovation Lab Dublin apalancándose en la innovación y la velocidad de desarrollo.

Citidirect BE Mobile fue diseñado para que usuarios transaccionales puedan operar su negocio en cualquier lugar, en cualquier momento desde su dispositivo móvil. Permite concretar fácilmente las funciones más críticas como la autorización y liberación de pagos, la visualización de la posición de caja, saldos en línea, extractos bancarios y detalles de transacciones de todas las cuentas que nuestros clientes tienen abiertas en todo el mundo.

Más tarde, en 2013 y en línea con el surgimiento de la era digital, Citi presentó su primera aplicación corporativa para tabletas Citidirect BE Tablet. La primera versión fue desarrollada para iPad/iOS, extendiendo luego nuestra oferta a tabletas operando bajo el sistema operativo Android.

Además de la funcionalidad propia de Citidirect BE Mobile, su versión para Tablets ofrece una experiencia optimizada que sorprende al usuario, con una navegación más sencilla y una interface de usuario mucho más intuitiva. Pensado para los ejecutivos senior, Citidirect BE for Tablets incorpora herramientas visuales para generar una vista instantánea de la posición de caja de nuestro cliente en todo el mundo, permitiendo seleccionar regiones, países y monedas. Citidirect BE Mobile y Citidirect BE Tablet fueron diseñados especialmente para que nuestros clientes ejecutivos puedan consultar sus saldos en todo el mundo, autorizar pagos fácilmente y así responder a las necesidades de liquidez y pagos de su compañía en forma inmediata e intuitiva.



Para todos estos desarrollos nos basamos en tres pilares básicos:

- Primero, todo lo que hacemos está orientado al cliente (modelo customer-centric).
- Segundo, nuestros esfuerzos deben ser globalmente comunes. Nos enfocamos en el apalancamiento de nuestra presencia global y nuestra infraestructura operativa para proveer soluciones únicas para clientes multinacionales.
- Tercero, estamos creando asociaciones digitales; trabajando con nuestros clientes actuales y prospectos, creando nuevos canales de distribución que extienden nuestro alcance en el espacio digital.

Citidirect BE Mobile fue un éxito en Argentina, siendo el primer país en el mundo en cantidad de pagos autorizados vía dispositivos móviles. En gran medida esto también se debe a que Citi en Argentina es líder en Pagos en el segmento corporativo. Estas cifras ayudan a que la región Latinoamérica quede primera en los rankings de Citi y nos hicieron acreedores al premio Best Internet Bank de la revista Global Finance en 2014.



### DEPÓSITO ELECTRÓNICO DE CHEQUES DESDE LA OFICINA

Continuamos liderando el mercado de soluciones electrónicas para las tesorerías con la oferta de depósito remoto de cheques, opción que implementamos en 2012 -una absoluta innovación en el mercado local.

**50% CHEQUES CORPORATIVOS**  
CAPTURADOS DE FORMA ELECTRÓNICA

#### IMPACTO EN NUESTRA CADENA DE VALOR:

- Reducen su consumo del papel
- Costo de traslados
- Riesgos de fraude

### FONDOS COMUNES DE INVERSIÓN

Durante el 2014 se continuó trabajando en la ampliación de la oferta de Fondos Comunes de Inversión para clientes Corporate. Adicionalmente al acuerdo que mantenemos con RJ Delta Fund Management y Banco de Valores, sumamos un acuerdo con Schroder S.A. SGFCI como Agente de Administración de Productos de Inversión Colectiva y con Deutsche Bank S.A. como Agente de Custodia de Productos de Inversión Colectiva, para comenzar a ofrecer durante 2015 los siguientes fondos:

- SCHRODER PESOS
- SCHRODER RENTA PLUS

Así, se plantea extender nuestra oferta de fondos para el 2015, como parte de la estrategia a la que apunta el banco, para seguir dando respuesta a las necesidades de nuestros clientes Corporate.

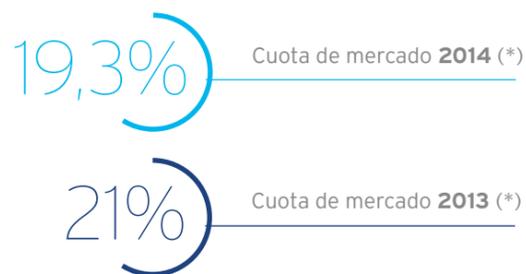
### INTERNATIONAL TRADE

#### // Reconocimientos recibidos a nivel internacional



Según información publicada por el Banco Central de la República Argentina, Citi se posiciona como líder del mercado en operaciones de Pagos de importaciones y Cobros de exportaciones en cuenta corriente, habiendo alcanzado un promedio de cuota de mercado del 19,3% a lo largo del 2014.

Asimismo, Citi ofrece un amplio abanico de servicios de Comercio Exterior, entre los que se destacan las Cartas de Crédito, Cobranzas Documentarias, Financiación de Importaciones y Prefinanciación de Exportaciones.



(\*) En operaciones de comercio exterior, según información publicada por el Banco Central de la República Argentina para 2014 y 2013.

### OPERACIONES DE CAMBIO Y COMERCIO EXTERIOR DIGITALIZADAS

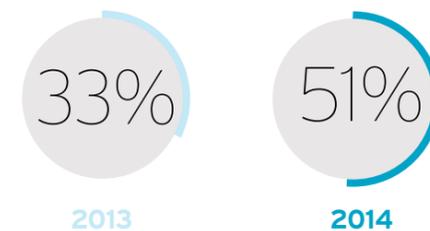
La presencia de Citi en el mundo y su amplia red de filiales especializadas en Trade Services, permite ofrecer a nuestros clientes la posibilidad de llegar a sus socios comerciales en forma eficiente, brindando un asesoramiento permanente y de alta calidad.

Siempre con el objetivo de proveer el mejor servicio integral y adaptarse a las necesidades de los clientes, Citi invirtió en nuevas tecnologías y en el entrenamiento de los colaboradores para lograr cumplir exhaustivamente con los requerimientos regulatorios del país, sin impactar negativamente en los costos.

**Plataforma de Internet FX Pulse:** A través del módulo especialmente diseñado para Comercio Exterior, los clientes pueden preparar, firmar y enviar en forma totalmente electrónica sus operaciones de cambio, así como hacer un seguimiento online de todos los productos de comercio exterior que tienen con Citi.

115.818  
OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR EN 2014

111.755  
OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR EN 2013



#### OPERACIONES RECIBIDAS EN FORMA TOTALMENTE ELECTRÓNICA

**NUESTROS CLIENTES DEJARON DE IMPRIMIR CERCA DE:**

2.112 resmas  $\approx$  1,04 millones DE HOJAS DE PAPEL  
GRACIAS AL USO DE FX PULSE

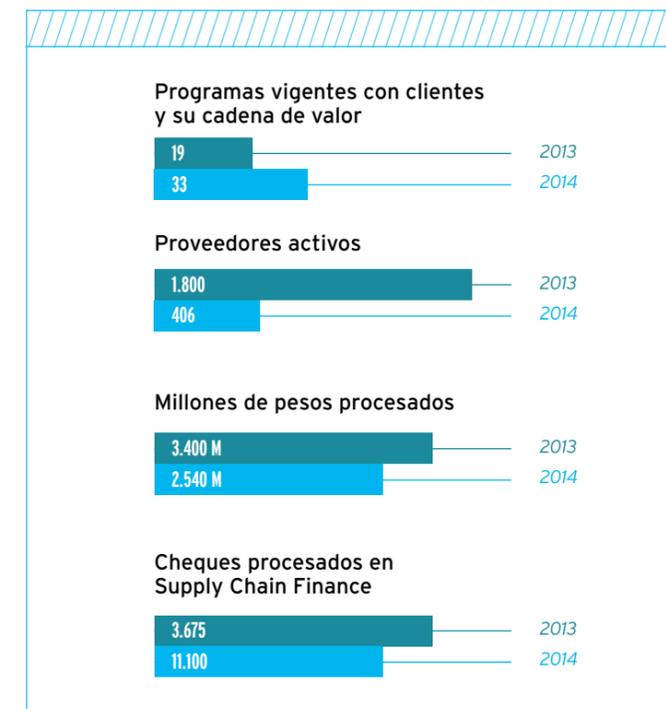
### TRADE WORKING CAPITAL FINANCE

Hemos desarrollado un equipo de profesionales que, asistidos por una robusta plataforma de sistemas, permiten a los clientes de Citi optimizar las relaciones con sus proveedores y acelerar sus cobranzas mitigando riesgos de crédito a la vez que incrementa su liquidez con menores costos.

Los productos de financiación a proveedores reducen sensiblemente los problemas de acceso al financiamiento para capital de trabajo de las PyMEs, especialmente en los pequeños emprendimientos o unipersonales, con el consiguiente impacto social.

Adicionalmente, continuamos trabajando en el desarrollo de aplicaciones web con el objetivo de brindar mayor comodidad a los usuarios mientras que reducimos el consumo de papel, los traslados y los tiempos de espera. De esta manera contribuimos a la conservación del medio ambiente y mejorando día a día la experiencia de operar con Citi.

#### Reducción de consumos de papel, traslados y tiempos de espera.



## CUSTODIA DE VALORES



Durante 2014 Citi ha provisto soluciones y brindado servicios de custodia de valores a más de 252 clientes locales e internacionales, incluyendo custodios globales, brokers internacionales, compañías de seguro, bancos y empresas, procesando más de 53.400 transacciones al año.

Siguiendo la estrategia de digitalización de Citi, también en este caso los clientes pueden instruir su operatoria de custodia a través de nuestros sistemas, lo cual se suma a nuestra directiva de reducción del uso de papel. Una vez que la instrucción es validada por el sistema, ésta se comunica directamente al depositario central, reduciendo la intervención manual en la operatoria. El depositario central procesa la transacción automáticamente y comunica la liquidación

de la transacción a nuestro sistema, el cual confirma la finalización de la operatoria al cliente final a través de un mensaje autenticado. Esta metodología permitió mejorar notablemente el acceso de los clientes al mercado, reduciendo los tiempos de proceso y mejorando la información del status de las transacciones liquidadas, que llega a conocimiento los clientes en forma online y en tiempo real.

En alusión a lo escrito y sin perjuicio de los acontecimientos sucedidos durante 2015 que fueron de público conocimiento, vale destacar que este negocio no se vio afectado en su operatoria en el año 2014.

### Citi Treasury & Trade Solutions en números

**19.3%**  
de market share y líder  
en Comercio Exterior

**934** Clientes  
activos en el negocio de Comex

**29.600** Millones de US\$  
anuales en transacciones procesadas por Comex

### Trade Working Capital Finance

**5.050** Millones de pesos  
procesados en transacciones del negocio

**3.205**  
cantidad de operaciones procesadas

### Cash Managment

**1.757** cantidad de clientes  
que operan a través de CD

**104.000** cantidad  
de transacciones diarias (promedio año)

**1** Premio  
obtenido en 2014: Best Internet Bank-GF

Principal **emisor** de  
Visa Corporate y cuenta central

## TESORERÍA

Con la facilidad que la plataforma "Citi FX Pulse" brinda a nuestros clientes para operar y cerrar contratos de compraventa de moneda extranjera en línea y en tiempo real, la Tesorería de Citi es el mayor operador de cambios de la Argentina. Año a año, desde 2005, la revista Global Finance ha reconocido este liderazgo con el premio Best FX Bank in Argentina. En 2014 también obtuvimos el primer lugar en la encuesta anual de FX de Euromoney.

**16,79%** de market share durante **2014** según información pública del BCRA

**19,6%** de market share durante **2013** según información pública del BCRA



### TESTIMONIO 100 AÑOS de Citi Argentina

*"Somos líderes indiscutidos en Banca Corporativa, ofreciendo soluciones únicas en el mercado que facilitan la gestión financiera de las empresas que confían en nosotros".*



### TESTIMONIO 100 AÑOS de Citi Argentina

*"A lo largo de este siglo, hemos acompañado el crecimiento del país y de nuestros clientes en forma ininterrumpida, superando los obstáculos que las circunstancias históricas nos presentaron".*



## BANCA EMPRESAS

En 2009 Citi Argentina incorporó a su propuesta de valor la oferta de líneas de crédito y soluciones transaccionales para el segmento de pequeñas y medianas empresas. Desde entonces, el amplio portafolio de productos de la banca corporativa se fue adaptado a las necesidades de las PyMes, lo que permitió posicionarnos rápidamente como un nuevo competidor en este segmento. Con la incorporación de servicios de cobranzas y de pagos, la ampliación de la oferta de líneas de crédito de corto y mediano plazo, y los servicios de comercio exterior, nuestro objetivo fue convertirnos en el banco principal de nuestros clientes Pymes con presencia regional y/o global, a través del cross-sell y la calidad de servicio.

Citi Commercial Banking ha fomentado desde sus comienzos a mediados del 2012 la Línea de Crédito de Inversión Productiva impulsada por el Banco Central de la República Argentina, destinada a proyectos de inversión para la adquisición de bienes de capital y/o a la construcción de instalaciones necesarias para la producción de bienes/servicios. A tal fin, además de las alternativas de financiación tradicionales que incluía préstamos financieros con y sin garantía, acuerdos en cuenta, descuento de cheque, y leasing, pusimos a disposición de nuestros clientes productos más específicos, tales como prendas, hipotecas, leasing de importación y préstamos avalados por Sociedades de Garantías Recíprocas.

Con un crecimiento sostenido en adquisición de nuevos clientes, en 2014 nuestra cartera alcanzó a los 1200 clientes PyMe, con un volumen de depósitos y de préstamos que duplicó los montos alcanzados en 2013.

Para los próximos años nuestra meta es posicionarnos como el principal proveedor de soluciones financieras regionales y globales para las PyMEs de nuestro país, mediante relaciones sólidas y de largo plazo con nuestros clientes, tomando como pilar fundamental la presencia de Citi en el negocio de banca comercial mundial, con cobertura en 4 países en Latinoamérica y 25 a nivel global. Entendemos que esta propuesta de valor diferencial, sumada a nuestra oferta multisegmentos de Citi Argentina -que alcanza a empresas, dueños y empleados-, nuestra calidad de servicio y la rapidez que demostramos para adaptarnos a las necesidades de cada cliente, nos convertirán en un competidor de relevancia en este segmento.

**Citi<sup>®</sup> apoya el crecimiento de la Pyme<sup>®</sup> argentina.**

Con financiación de mediano y largo plazo.

Acceda a las líneas para inversión pri según Com. A 53

- TNA máxima 15
- Plazo mínimo 3

Consulte por leas hipotecas, prenda préstamos-

Para más información llame al 0810-444-2299 o comuníquese con su oficial de negocios.

**200 AÑOS citi**

DOCUMENTO SUJETO A APROBACIÓN CREDITICIA Y/O GARANTÍA SOLICITADA POR EL BANCO. PARA MÁS INFORMACIÓN, CONSULTE A SU OFICIAL DE BANCO PYMES DE LA SUCCURSAL MÁS CERCA O POR TELÉFONO AL 0810-444-2299 DE LUNES A VIERNES DE 9 A 18 HS. SUCCURSAL DE OFICINA A LA ESTADÍSTICA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA. CREDITO FINANCIADO EN ARGENTINA A TRAVÉS DE SOCIOGARANTÍA. LAS OBLIGACIONES REALIZADAS DE ESTE OPERACIONES SON PAGADAS EN ARGENTINA Y SON GARANTIZADAS CON LOS ACTIVOS DE LA SUCCURSAL DE OFICINA EN ARGENTINA. CITI Y EL DISEÑO DEL LOGO SON MARCA REGISTRADA DE CITICORP INC.

Durante 2014 hemos continuado acompañando las necesidades de nuestros clientes, alcanzando una colocación de AR\$ 1.517 MM bajo esta línea.

**CITI APOYA EL CRECIMIENTO DE LA PYME ARGENTINA**

Acceda a financiamiento de corto, mediano y largo plazo.

- Préstamos comerciales
- Leasing y Préstamos con garantía prendaria
- Descuento de cheques
- Financiación de Comercio Exterior

Para más información llame al 0810-444-2299 o ingrese en [www.citibank.com.ar](http://www.citibank.com.ar)

**citi**

En apoyo a este programa, se han realizado acciones de comunicación masiva en destacados medios gráficos y en distintos eventos para clientes.

## Barugel Azulay

BAÑOS + COCINAS + MADERAS

Barugel Azulay comercializa baños, cocinas, electrodomésticos, pisos de madera, iluminación y un amplio abanico de productos para renovar el hogar. Como pocas marcas en la Argentina, Barugel Azu-

Actualmente cuenta con 8 locales estratégicamente ubicados en Capital Federal y GBA. En 2013, la totalidad del paquete accionario pasó a manos de Magna Capital, quienes inician un proceso de eficientización y relanzamiento de la marca que continúa vigente en la actualidad.

Apoyando esta nueva estrategia, en 2014 Citi financió la construcción del nuevo local comercial sobre la calle Ramsay, en CABA, que se inaugurará en 2016 y que marcará una ventaja competitiva para nuestro cliente, tanto por su magnitud como por su estética, ambos aspectos considerados factores de éxito en este rubro. La línea de financiación de Citi se instrumentó a través de dos préstamos con garantía hipotecaria sobre su centro de distribución en Pacheco, el primero de ellos por \$15.000.000 (junio 2014) y el segundo por un total de \$20.000.000 (diciembre 2014).

## NEUMASUR

Fundada en 1962 como Neumasur S.A., es una de las empresas más reconocidas del país en la distribución y comercialización de neumáticos y de productos y servicios afines. En 1963 comenzó a operar como importador oficial de BF Goodrich/BF Cooper, y en 1975 desarrolló una alianza comercial con Bridgestone/Firestone, siendo actualmente uno de los principales distribuidores de estas marcas en Argentina. También representa a otras marcas líderes, tales como West Lake y Nexen. En 1979 ingresó al mercado minorista con la apertura del primer local de venta al público, que luego se transformó en la cadena comercial Daytona y que hoy cuenta con 14 puntos de venta.

A fines de 2014, Citi otorgó un préstamo de inversión productiva para la apertura de una nueva sucursal de esta cadena en Nordelta, Partido de Tigre, provincia de Buenos Aires. La inversión total es de AR\$ 15.000.000, e incluye la construcción del local comercial con una superficie de 494 m<sup>2</sup> sobre un terreno propio y la inversión en maquinaria con 7 elevadores tijera, 3 balanceadoras italianas, 3 desarmadoras italianas y 1 alineadora 3D. La facturación estimada de dicha sucursal será de \$ 1.7MM mensuales con la incorporación de 12 empleados. En la actualidad se está en plena etapa de construcción y será la sucursal número 15 de la cadena comercial.

lay presenta una fusión interesante de trayectoria y vanguardia. Trayectoria porque con 83 años de historia, la empresa posee una experiencia realmente única en el mercado. Vanguardia porque, estrechamente relacionada como está con el diseño, no solo se encuentra completamente al día en lo que tiene que ver con creatividad, innovación y tecnología, sino que dicta tendencia en estos temas. Así, pasado, presente y futuro se amalgaman en la identidad de la compañía alimentando su prestigio día tras día.



**GUEDIKIAN IMPRESORES SA**

Guedikian Impresores SA es empresa familiar dedicada a las impresiones offset en cartulina. La firma se especializa en el rubro denominado "estuchería", que incluye cajas y displays de cartulina, y sus productos están dirigidos a empresas de distintos rubros como el alimenticio, bebidas y laboratorios, entre otros.

Fundada en 1959 por el Alberto Guedikian, luego fue sumando a otros miembros de la familia y realizando importantes inversiones en tecnología y ampliaciones de planta. En 2012 Guillermo Guedikian, hijo de Alberto, tomó el control de la sociedad y decidió ampliar su negocio incorporando maquinaria de última generación. En la actua-

lidad GUEDIKIAN IMPRESORES SA tiene como principal objetivo continuar liderando el mercado de impresiones offset.

Como parte de este proceso de modernización Citi financió en 2014, mediante un préstamo con garantía prendaria, la adquisición de una PRENSA AUTOMÁTICA para el troquelado de papel y cartón marca BOBST por un importe de AR\$ 9.500.000. Dicha inversión le permitió aumentar su capacidad productiva ya que esta máquina incrementa la velocidad en un 40% y cuenta con un software que permite diagnosticar problemas en forma remota, evitando paradas prolongadas de máquina esperando la llegada de un técnico.



## Banca de personas

Nuestros clientes ocupan el primer lugar y nuestro objetivo es consolidar nuestro liderazgo en el segmento ABC1. Por ello, buscamos brindarles una atención personalizada y un servicio de excelencia, a través de nuestros cuatros pilares:

- **Calidad de servicio**
- **Posicionamiento de marca**
- **Eficiencia comercial**
- **Gestión de la ecuación riesgo/retorno**



### NUESTRA ESTRATEGIA, CENTRADA EN EL CLIENTE

En Citi creamos soluciones financieras de vanguardia, diseñadas para brindar a nuestros clientes la mayor flexibilidad y eficiencia en el día a día de todas sus operaciones bancarias.

### CUENTAS

Ofrecemos a nuestros clientes dos tipos de cuentas: Caja de Ahorro en pesos y en dólares estadounidenses; y Cuenta Corriente en pesos con acuerdo de sobregiro.

Beneficios asociados a las cuentas bancarias:

- **Transacciones libres por caja**
- **Transacciones libres por cajero automático**
- **Tarjeta de débito Visa**

**Clientes**  
(al 31 de dic del año correspondiente)



**Cuentas Corrientes**



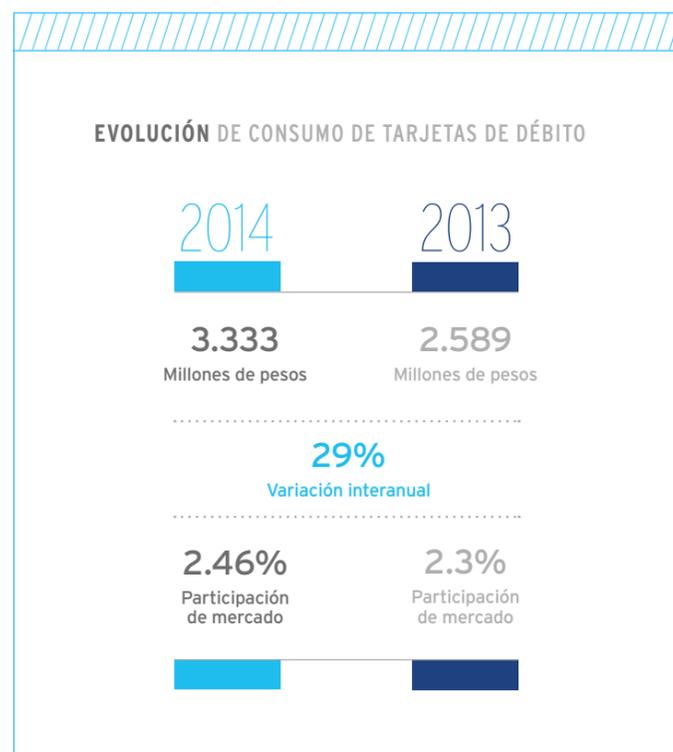
**Cajas de Ahorro \$ y US\$**



## TARJETAS DE DÉBITO

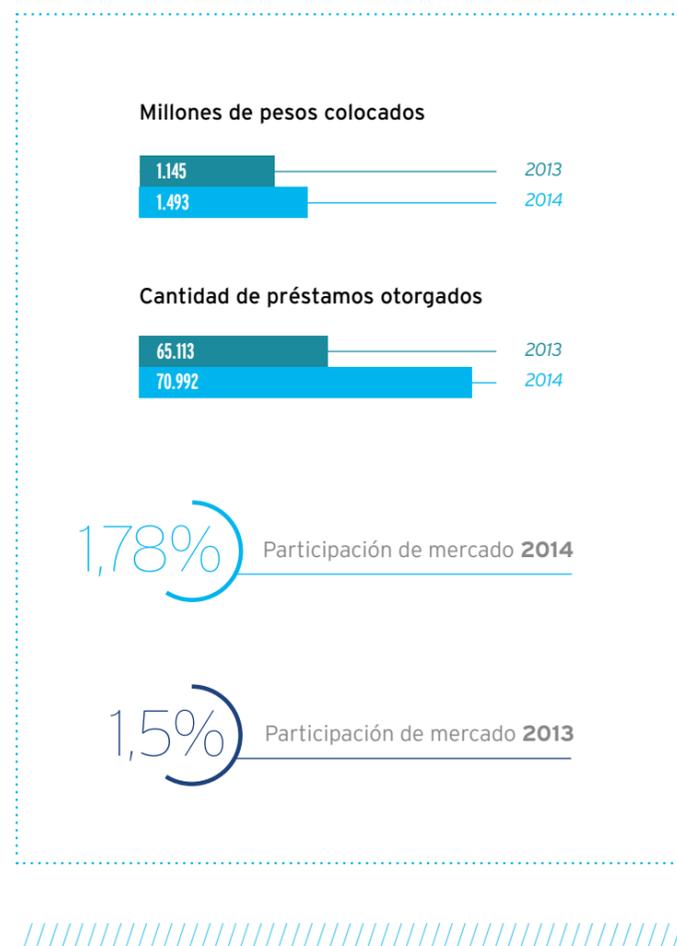
Durante 2014 emitimos un total de 317.649 tarjetas, mientras que en 2013 fueron 320.057. Si bien la tasa de emisión presentó una pequeña disminución, la evolución del volumen consumido fue favorable, presentando un incremento del 29%.

Nuestros clientes cuentan con un único beneficio en el mercado: **embozamos y entregamos las tarjetas de débito en el momento.**



## PRÉSTAMOS PERSONALES

Durante 2014 Citi aumentó un 9% la cantidad de préstamos vigentes y un 30% los pesos colocados, extendiendo su participación de mercado a 1,78%.



## OPEN CREDIT

Este producto, único en el mercado de la Banca de Personas, es un crédito de libre destino de fondos, y al ser una línea abierta, está disponible en todo momento. No posee gastos de otorgamiento, es de renovación automática y su particularidad es que los intereses se pagan sólo por el monto de dinero utilizado. En 2014, la cantidad de Open Credit vigentes aumentó en un 4.7% respecto al año anterior.

### Fondos otorgados (millones de pesos)



### Open Credit vigentes



## INVERSIONES

En Citi ofrecemos distintas alternativas para optimizar las inversiones de nuestros clientes:

- **Plazo fijo:** inversión de bajo riesgo, precancelable y de renovación automática.
- **Compra y venta de moneda extranjera:** compra y venta de dólares y euros billete; transferencia de divisas, liquidación de Órdenes de Pago, entre otros.
- **Fondos comunes de inversión:** distintas opciones según las necesidades del cliente, le otorgan diversificación, transparencia y liquidez.

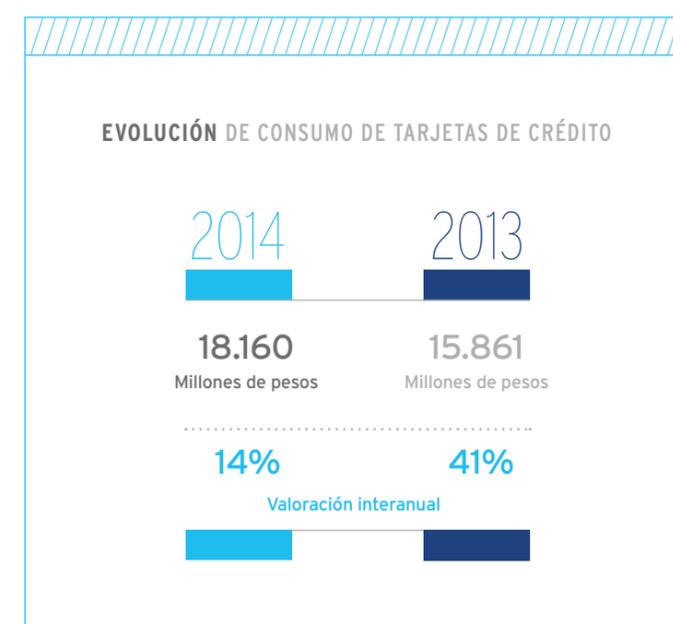
### CÓDIGO DE PROTECCIÓN AL INVERSOR

Elaborado en el marco de la Comisión de Normas de la Cámara Argentina de Fondos Comunes de Inversión (CAFCI), a fin de dar cumplimiento a lo dispuesto por la Comisión Nacional de Valores (CNV), constituye el marco de referencia para la relación entre los cuotapartistas y las Sociedades Depositarias de Fondos Comunes de Inversión (SDFCI) adherentes.

## TARJETAS DE CRÉDITO

Durante 2014 comercializamos las tarjetas de crédito Visa y MasterCard. En cuanto a la Tarjeta Diners Club, fue adquirida por el Banco Comafi. Al momento de este reporte, esta tarjeta era emitida en nuestro país por Diners Club Argentina, subsidiaria de Citibank N.A que decidió su venta para concentrarse en el negocio que posee con las otras tarjetas de crédito de su plataforma actual de productos.

El volumen de compras con tarjetas de crédito Citi aumentó un 14% en 2014 en relación con 2013, generando un volumen total de consumo de 18.160 millones de pesos.



## SERVICIOS Y MEDIOS DE PAGO

En Citi queremos satisfacer las distintas necesidades de nuestros clientes y ofrecerles diversos servicios y medios de pago, que responden a sus preferencias y hábitos comunes.

- **Nuestro Centro de Atención Telefónica:** CitiPhone
- **Nuestra página web:** Citibank.com.ar
- **Nuestra aplicación para celulares y tabletas:** Citi Mobile
- **Cajeros Automáticos** (Red propia y Banelco) **y dispositivos autoasistidos para depósitos de efectivo y cheques**
- **Red de sucursales, centros comerciales y bancos en empresas**
- **Pago directo por débito en cuenta**
- **Débito automático en cuentas y tarjetas de crédito Citi**
- **Transferencias electrónicas**
- **Acreditaciones online**
- **Pago electrónico de servicios a través del servicio Pago mis cuentas de Banelco**
- **Envío de resumen por e-mail**
- **Alertas de veraz**

“Nuestros servicios le brindan a nuestros clientes comodidad y seguridad”

## APLICACIÓN MÓVIL DE BENEFICIOS

La aplicación móvil “Beneficios Citi” es una herramienta que permite a los clientes Citi acceder desde su dispositivo móvil, de una manera fácil, rápida y desde cualquier lugar, a toda la información sobre descuentos y promociones Citi. También pueden conocer la ubicación de las sucursales y cajeros más cercanos. La aplicación cuenta con funcionalidades de geolocalización, realidad aumentada, ubicación en el mapa, alertas y vínculos con las redes sociales.

Está disponible en Argentina, Colombia y Venezuela. Se puede descargarla buscando "Citi Argentina" en Iphone y Google Play.

## INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

Este año organizamos Citi Mobile Challenge, una competencia virtual para innovadores del espacio digital con el objetivo de diseñar soluciones móviles para nuestros clientes. Más de 500 desarrolladores de 50 ciudades y 19 países del mundo se sumaron al desafío y, luego de evaluar los 50 prototipos finalistas, se seleccionaron 11 ganadores -2 de ellos de Argentina- que tendrán la oportunidad de establecer una relación comercial con Citi. Los resultados fueron definitivamente fabulosos: la combinación de la participación voluntaria y el rápido desarrollo de prototipos resultaron una fórmula ganadora para ayudarnos a acelerar nuestras capacidades digitales. Nos beneficiamos de la innovación externa sin poner presión sobre nuestros recursos tecnológicos, aprendiendo del mercado, piloteando soluciones que nos interesan y decidiendo rápidamente dónde seguir invirtiendo.



## CITI MOBILE BANKING

La alternativa digital que va en ascenso



**Darío Lanchuske**  
Latin America Digital  
Products Head

**LOS AVANCES TECNOLÓGICOS EN MATERIA DE DISPOSITIVOS MÓVILES (SMARTPHONES Y TABLETAS) EXIGEN A LOS BANCOS EL DESARROLLO DE NUEVAS APLICACIONES Y SERVICIOS QUE IMPLICAN SALTOS CUALITATIVOS CADA VEZ MAYORES VERSUS CICLOS DE VIDA MÁS BREVES.**

En la era digital los consumidores demandan cada vez más servicios que les permitan efectuar consultas, requerimientos y transacciones en tiempo real. Si bien el uso de Home Banking está definitivamente instalado entre nuestros clientes, reduciendo el flujo de clientes a las sucursales, las nuevas generaciones de smartphones y tabletas se imponen entre el público como la opción más sencilla e inmediata de transaccionalidad bancaria.

En ese sentido, Citi cuenta con una aplicación móvil y otra para tabletas que permiten administrar las propias cuentas ingresando el mismo usuario y contraseña de Home Banking, posibilitando el acceso a las mismas operaciones en cualquier momento y desde cualquier lugar. Las aplicaciones están en constante evolución, la estrategia consiste crear una experiencia sobresaliente, tomando ventaja de los atributos que ofrece cada dispositivo. El acceso a banda ancha móvil y los celulares inteligentes han crecido todos los segmentos de clientes, lo que multiplicó la adopción de este canal. Es claro, entonces, que el futuro converge hacia los teléfonos celulares y hacia allí avanza la estrategia digital de Citi.

A fines de 2013 Citi lanzó la aplicación móvil "Beneficios de Citi", una herramienta que permite a los clientes acceder mediante dispositivos móviles a información sobre descuentos, promociones, ubicaciones de agencias y cajeros. Cabe mencionar que IDG Latin América y PC World en español reconocieron a la aplicación móvil "Beneficios de Citi" como la Mejor App Móvil para consumidores en Latinoamérica en el marco de la 14va edición de los Premios Digitales Latinoamericanos.

Siguiendo esa misma línea, Citi organizó en Buenos Aires el Citi Mobile Challenge Latam 2014 en el mes de mayo, convocando a desarrolladores locales de aplicaciones a un evento de dos días con la participación Globant (una com-

pañía de desarrollo de software de avanzada que trabaja desde Argentina para grandes empresas en todo el mundo) y con el acompañamiento de Wayra (la mayor aceleradora de la región) y Acción (dedicada a la micro finanzas e inclusión financiera). Fuimos pioneros con el exitoso programa. Esta revolucionaria iniciativa ha sido replicada a nivel global, a través de diferentes eventos que se están llevando a cabo en Estados Unidos y EMEA (Europa, Oriente Medio y África), y próximamente en México y Asia. Las dos jornadas convocaron a más de 500 desarrolladores de 50 ciudades y 19 países del mundo, que entre charlas sobre crowdfunding, startups y buenas prácticas para impulsar sus ideas, se sumaron al desafío de participar de una competencia virtual para innovadores del espacio digital con el objetivo de diseñar soluciones móviles para nuestros clientes. El plantel de jueces estuvo formado por representantes de Citi de distintas funciones de negocio a nivel global, especialistas en la materia invitados y nuestros partners y sponsors. Luego de evaluar los 50 prototipos, se seleccionaron 11 ganadores -2 de ellos de Argentina- que accedieron a la oportunidad de establecer una relación comercial con Citi. Los resultados fueron definitivamente fabulosos: la combinación de la participación voluntaria y el rápido desarrollo de prototipos resultaron una fórmula ganadora para ayudarnos a acelerar nuestras capacidades digitales. Nos beneficiamos de la innovación externa sin poner presión sobre nuestros recursos tecnológicos, aprendiendo del mercado, piloteando soluciones que nos interesan y decidiendo rápidamente dónde seguir invirtiendo.

El verdadero progreso pone a la tecnología al alcance de todos. Es por esto que la digitalización es una de las tendencias en las cuales Citi se basa para construir su estrategia de negocio. A nivel global, la compañía busca aprovechar el poder transformador de las innovaciones tecnológicas, tanto grandes y pequeñas, con el fin de beneficiarse de las innumerables eficiencias que se crean.

Siguiendo con esta tendencia, Citi se ha focalizado en la prestación de servicios bancarios digitales de clase mundial para América Latina, una parte de la base de clientes que no tenían acceso a este tipo de servicios como el resto de los mercados del mundo. Para hacer frente a esta discrepancia, hemos desarrollado una estrategia de banca digital para llevar a cabo esta transformación. A lo largo de 2014 implementamos nuestro plan, y estamos orgullosos de decir que nuestros esfuerzos han generado una serie de resultados exitosos. Superamos nuestros principales objetivos de aumentar, tanto el número de clientes que utilizan nuestros canales digitales, como también el número de transacciones en línea y móviles.

## CITI WOMEN

Con un incremento del 269% desde su lanzamiento en 2011, Citi Women continuó posicionándose como la única tarjeta de crédito en Argentina orientada exclusivamente a la mujer, caracterizada por ofrecer descuentos y beneficios todos los días en los rubros más elegidos por las mujeres.

### Cantidad de tarjetas Citi Women



**269%**  
Incremento desde su lanzamiento

Durante 2014 se realizaron acciones para las clientas siempre de acuerdo a sus preferencias, y para festejar en sus fechas especiales, Citi Women les ofreció descuentos exclusivos y experiencias únicas.

### 8 DE MARZO: DÍA DE LA MUJER

Este año las agasajamos invitándolas a desayunar con un 100% de descuento en comercios especialmente seleccionados para nuestras clientas: Le Pain Quotidien, Café Martinez, Havanna, Nucha, Tea Connection y Green Eat. Además, les ofrecimos descuentos exclusivos y especiales solo para nuestras clientas Women en comercios seleccionados.

### 20 DE OCTUBRE: DÍA DE LA MADRE

Para celebrar el Día de la Madre, se realizaron descuentos especiales con la tarjeta de crédito Women en marcas seleccionadas y afines a nuestras clientas. Se complementó con acciones especiales en Paseo Alcorta y Palermo Viejo, donde pudieron vivir una experiencia única. No sólo estuvimos presentes en Buenos Aires, sino también en la ciudad de Córdoba.



## CITI PRIORITY

En el marco de una estrategia global, Citi lanzó en Argentina un nuevo segmento: Citi Priority.

La propuesta está especialmente diseñada para clientes que trabajan en relación de dependencia o independientes que se encuentran en su etapa de crecimiento y desarrollo, tanto personal como profesional. Los clientes Citi Priority tendrán atención prioritaria en sucursales y una línea exclusiva en Citiphone las 24 horas, los siete días de la semana y una plataforma digital para operar de manera rápida, sencilla y segura desde cualquier lugar a través de Citibank Online y Citi Mobile.

Otro atributo diferencial de esta propuesta es el soporte global durante sus viajes, con la posibilidad de realizar retiros de efectivo sin costo en más de 20.000 cajeros Citi alrededor del mundo. Además, podrán acceder a Citi World Privileges, la plataforma global digital de Citi a través de la cual accederán a descuentos y beneficios en distintos países del mundo.

Asimismo, los clientes Citi Priority tendrán disponibles atractivos beneficios como 25% de descuento en combustible en todo el país los miércoles con tarjeta de débito Citi Priority, 20% de descuento en la mejor selección de restaurantes y 25% de descuento en portales on-line con tarjetas de crédito Citi Platinum. Este segmento podrá disfrutar también del Programa de Millas AAdvantage® de American Airlines.

De esta manera, Citi consolida su posicionamiento en el segmento ABC1, sumando alternativas a su propuesta de valor y acercando a sus clientes los beneficios y las experiencias que ellos requieren en cada una de las distintas etapas de su vida.

8.000 Cantidad de clientes Citi Priority a diciembre 2014

En este nuevo escenario se reforzaron el resto de los canales para poder acompañar este crecimiento:

- 55 nuevos operadores en Telemarketing
- 15 nuevos recursos especialistas en Payroll



## PROMOCIONES Y BENEFICIOS

En Citi ofrecemos a nuestros clientes beneficios y experiencias únicas:

- **Invitaciones a eventos**
- **Conciertos**
- **Obras de teatro**
- **Charlas con economistas y mujeres referentes del segmento**
- **Meet & Greets** (posibilidad de acceder a encuentros con los protagonistas de las obras)

### “ESTAMOS HECHOS DE EXPERIENCIAS”

Acompañando la campaña institucional de 2014, se realizaron acciones temáticas, como el tradicional Alcorta Night, en alianza con Paseo Alcorta, con grandes descuentos y beneficios en el marco una ambientación especial en el Shopping diferente para cada ocasión. Continuamos con similares acciones en Córdoba Shopping, Patio Bullrich y también en Palermo Viejo - Circuito de Diseño para las fechas especiales.

### LOS VIERNES ESTÁN DE MODA

Los viernes se convirtieron en días especiales, brindándoles a nuestros clientes los mejores descuentos y beneficios en más de 30 Shoppings y Centros Comerciales de todo el país.

### CAMPAÑA VERANO 2014

Como en cada temporada, Citi ofreció beneficios en los principales centros de veraneo, donde los clientes, accedieron a servicios exclusivos en las playas, importantes descuentos en sus compras y participaron de diversas propuestas de gastronomía, arte, deportes y entretenimiento. En el marco de su campaña “Estamos hechos de experiencias” Citi acompañó a sus clientes en Punta del Este, Pinamar, Cariló y Mar del Plata con iniciativas innovadoras y nuevos beneficios.

### // Punta del Este

#### TASTE FOOD EXPERIENCE (experiencia gourmet)

Se llevó a cabo una noche especial con reconocidos chefs que realizaron un menú para la ocasión, en los restaurantes patrocinados por Citi. Además se realizó una intervención urbana a través de diferentes experiencias como la presencia de Sarapura y otros DJ's en vivo y un cierre de la velada con show de fuegos artificiales.

#### FASHION AND ARTS (experiencia de moda y arte)

Pre-opening exclusivo y presentación de los artistas Cynthia Cohen y Martín Sastre, junto a Ana Torrejón de la revista Bazaar.

#### ART TALK (experiencia del mejor arte)

Citi y arteBA invitaron a una exclusiva charla de arte, brindada por los coleccionistas Eduardo Costantini y Alicia de Arteaga.

#### MODA PARA CLIENTAS WOMEN

En nuestra Playa Montoya de auspicio exclusivo, Ana Torrejón brindó una charla especial sobre moda y belleza para clientas Women.

#### PLAYA MONTOYA

Con el auspicio de Citi, brindamos servicios exclusivos: Acceso a los camastros y sombrillas, masajes y WIFI sin costo para clientes Citigold, estacionamiento preferencial, diarios y revistas, préstamo de juegos de playa, descuento del 20% en gastronomía, espacio exclusivo Citi Women.

#### “RUTA GASTRONÓMICA CITI”

Descuento en los principales restaurantes del destino.

#### SUCURSAL DE CITI EN LA BARRA

- Contó con “Wifi lounge”, un espacio de relax exclusivamente preparado para que los clientes puedan acceder a Wifi sin cargo y reciban un refrigerio para pasar un momento distendido.
- “Running Team Citi by Asics”, iniciativa acompañada con entrenamiento funcional.

### // Costa Atlántica (Cariló, Pinamar y Mar del Plata)

#### SERVICIO DE WIFI ILIMITADO

En 53 playas del Partido de la Costa que abarcan desde Pinamar hasta Cariló, Citi brindó acceso a wifi ilimitado tanto para clientes Citi como no clientes.

#### TASTE FOOD EXPERIENCE (experiencia gourmet) | CARILÓ

Se llevó a cabo una noche especial con reconocidos chefs que realizaron un menú para la ocasión, en los restaurantes patrocinados por CITI y los clientes Citi pudieron acceder a un 40% de descuento.

#### PASEO LAS ALONDRAS | CARILÓ

En los locales adheridos se ofrecieron promociones con descuentos los días viernes.

#### BALNEARIO TERRAZA DEL ALBA Y TERRAZAS AL MAR | PINAMAR

Sombrillas y carpa con descuentos y los clientes Citigold y Women con servicios diferenciales.

#### “RUTA GASTRONÓMICA CITI”

Restaurantes con descuentos.

#### DESCUENTO EN OBRAS DE TEATRO | MAR DEL PLATA

Pensado para los amantes del teatro, a los clientes Citi se les otorgó descuentos en exitosas obras como “La Casa de Bernarda Alba”, “Vale Todo”, “Una Relación Pornográfica” y Favio Posca.



## PROGRAMA AADVANTAGE®

Lanzado en Argentina en 1994 y con 142.664 clientes en la actualidad, el programa AAdvantage permite a los clientes asociados acumular millas con todos los consumos que realizan con las tarjetas de crédito Citi/AAdvantage®.



Las millas pueden utilizarse para canjes por pasajes aéreos para viajar con American Airlines o aerolíneas miembros de la Alianza oneworld®, para realizar upgrades de clase en sus vuelos, alquiler de automóviles y hospedaje en hoteles.

AAdvantage es el programa de viajeros frecuentes más reconocido en el mundo

Evolución de cantidad de clientes con Programa AAdvantage® a través de su tarjeta Citi

142.664	2014
147.033	2013
140.314	2012
131.600	2011
117.521	2010
101.008	2009

# Citigold

## CITIGOLD

### EL SERVICIO FINANCIERO GLOBAL MÁS PERSONALIZADO Y EXCLUSIVO DE CITI

Citigold -pionero en servicios diferenciales para el segmento ABC1- comenzó en 1994 a brindar atención personalizada de excelencia y soluciones integrales financieras de alta gama a los clientes más sofisticados. Para ello, aplica la infraestructura más avanzada, los recursos y la experiencia de un grupo líder a nivel mundial.

### 20 años de servicios financieros especialmente diseñados para el segmento más afluente.

#### Citigold cuenta con:

##### Centros exclusivos

Nuestros clientes disponen de 49 Centros Citigold. Estos espacios exclusivos están diseñados para brindar el servicio Premium que nuestros clientes exigen en un entorno de privacidad y confort, atendidos por Oficiales de Cuenta personalizados. Los mismos tienen un entrenamiento especializado en productos de inversión para que el cliente pueda administrar su patrimonio tomando las decisiones más convenientes y acordes a sus necesidades.

##### Citigold concierge by quintessentially lifestyle

Los clientes Citigold con paquete Elite pueden hacer uso de este servicio de Concierge.

Quintessentially es una empresa líder a nivel mundial en servicios de Lifestyle Management, que administra una red internacional con presencia en los cinco continentes.

Un equipo de especialistas le brinda asistencia en los requerimientos más exclusivos las 24 horas del día durante todo el año, en Argentina y en el mundo, como por ejemplo:

**Viajes:** asesoramiento sobre destinos, cotización de pasajes, traslados, agenda de viajes, etc.

**Tickets:** compra de entradas para espectáculos y eventos deportivos.

**Restaurantes:** reservas e información sobre restaurantes del mundo.

**Regalos:** asesoramiento y compra.

#### Citigold Dining

Citigold propone a sus clientes una cuidada selección entre los mejores restaurantes de la oferta gastronómica local, donde los clientes Citigold son agasajados con un tratamiento VIP que incluye la disponibilidad garantizada de una mesa, un trago de bienvenida y upgrade de vinos, además de un descuento de hasta el 25%. El cliente accede a este beneficio solicitando al concierge la realización de la reserva de mesa en el restaurante seleccionado.

#### Citigold Travel

Un equipo experto en viajes está disponible para asesorar a nuestros clientes con las mejores propuestas en hoteles boutique y trato diferencial en cada lugar que quiera visitar.

Además, nuestros clientes Citigold con paquete Elite acceden a los beneficios más exclusivos:

##### • Priority Pass

Nuestros clientes Citigold con paquete Elite tienen acceso a más de 850 salas VIP en los aeropuertos de 400 ciudades del mundo (120 países).

##### • Ezeiza Vip Lounge

Los clientes Citigold con paquete Elite que posean la tarjeta de crédito Citi/Aadvantage MasterCard Black gozan de acceso a las Salas VIP de Aeropuertos 2000 en Ezeiza. Dicho servicio incluye:

- Prioridad en migraciones
- Asistencia en arribos
- Máquina de rayos y servicio de maletero (sólo aplica para arribos)
- Duty Free Shop exclusivo
- Business Center
- Salas exclusivas para esperar la salida de su vuelo
- Parking gratis por 3 días (sujeto a disponibilidad)

##### • Buquebus Vip Pass

Los clientes Citigold con paquete Elite que posean la tarjeta de crédito Citi/Aadvantage Visa Signature gozan de acceso a un servicio exclusivo en buquebus, terminal Buenos Aires y Montevideo. Dicho servicio incluye:

- Check-in exclusivo
- Trámites migratorios express
- Sala VIP preembarque
- Asientos exclusivos
- Parking prioritario

#### • Citigold Boutique Hotel Program

Es un exclusivo programa mediante el cual brindamos a nuestros clientes privilegios excepcionales en más de 40 hoteles boutique de Latinoamérica, pertenecientes a la colección de pequeños hoteles The BBH, donde predomina la excelencia en los detalles y la simplicidad como esencia del lujo.

Beneficios exclusivos:

- Una experiencia boutique diseñada por cada hotel
- Up-grade de habitación
- Late check-out hasta las 4 pm
- Precio preferencial para clientes Citigold
- Desayuno boutique con horario extendido hasta las 12 pm
- 6 cuotas sin interés en la estadía

#### Citigold Vip Golf

Para los amantes de este deporte creamos un programa especial donde el cliente vive el mundo del golf de una manera única a través de las diferentes experiencias que le ofrecemos.

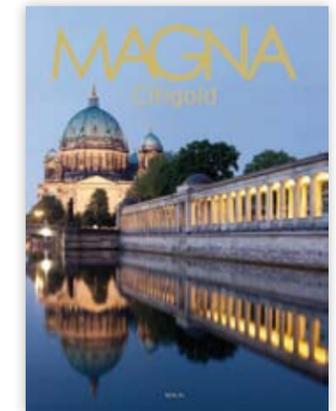
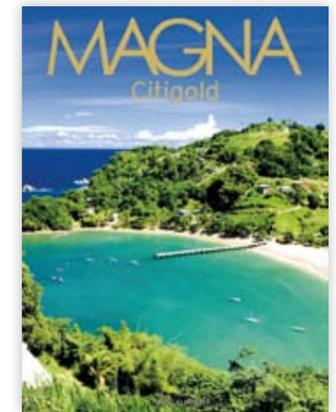
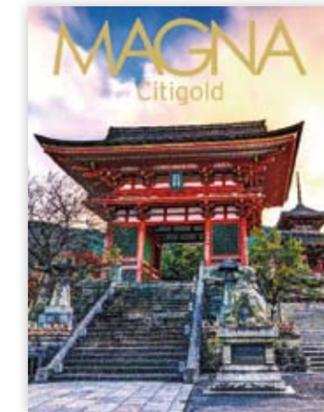
Beneficios:

- Invitaciones a torneos y clínicas de golf con los mejores profesionales de golf.
- Propuestas en viajes de golf diseñadas por expertos.
- Beneficios en Pro Shops seleccionados: Hasta un 15% de descuento + 6 cuotas sin interés.

#### Revista Magna Citigold

Magna Citigold es una revista pensada y diseñada especialmente para los clientes Citigold que poseen paquete Elite. A través de este medio de comunicación, llevamos a nuestros clientes más exclusivos una selección de notas sobre los temas de su interés: viajes, negocios, estilo de vida, etc.

Las páginas de la revista Magna nos ofrecen notas sobre viajes exóticos y tips para visitar las capitales del mundo; entrevistas a referentes del ambiente empresario y reconocidos deportistas, así como un listado de restaurantes recomendados. Junto a Magna Citigold los lectores recorrerán distintos ámbitos, desde las oficinas de los CEOs de las empresas más importantes del país hasta los líderes de las ONGs que más se destacan en la Argentina, quienes nos cuentan acerca de su misión y sus objetivos, entre otros contenidos de interés. La revista es de distribución trimestral y gratuita.



#### Citi Private Pass

Es un programa global de acceso a una plataforma de entretenimiento que CITI provee a sus clientes para que puedan acceder a eventos musicales y deportivos, experiencias culinarias y pre-ventas de entradas en Estados Unidos.

El cliente se registra en [www.citiprivatepass.com](http://www.citiprivatepass.com) y a partir de allí comienza a recibir, en forma quincenal un newsletter digital con todas las propuestas. Private Pass es absolutamente gratuito para los clientes Citi; solo deben abonar los tickets que adquieran para cualquier espectáculo y/o evento mediante la plataforma.

#### Nuevos Clientes

44.307	2014
43.500	2013
43.248	2012

## Sucursales y centros comerciales

En Citi nos destacamos por nuestra red de sucursales y centros de atención que reflejan excelencia en el servicio, atención personalizada y asesoramiento en servicios financieros globales. El excelente posicionamiento logrado con nuestras 70 sucursales y 5 centros comerciales y la satisfacción de nuestros clientes nos confirman que hemos tomado el camino correcto, y nos dan motivo para continuar superándonos día a día.

### SIMPLICIDAD Y DIGITALIZACIÓN, un nuevo modelo de atención

A partir de los conceptos que Citi ha identificado como claves en el mundo de hoy de cara a la atención a los clientes, hemos implementado la primera de las sucursales que detenta un nuevo modelo de atención.

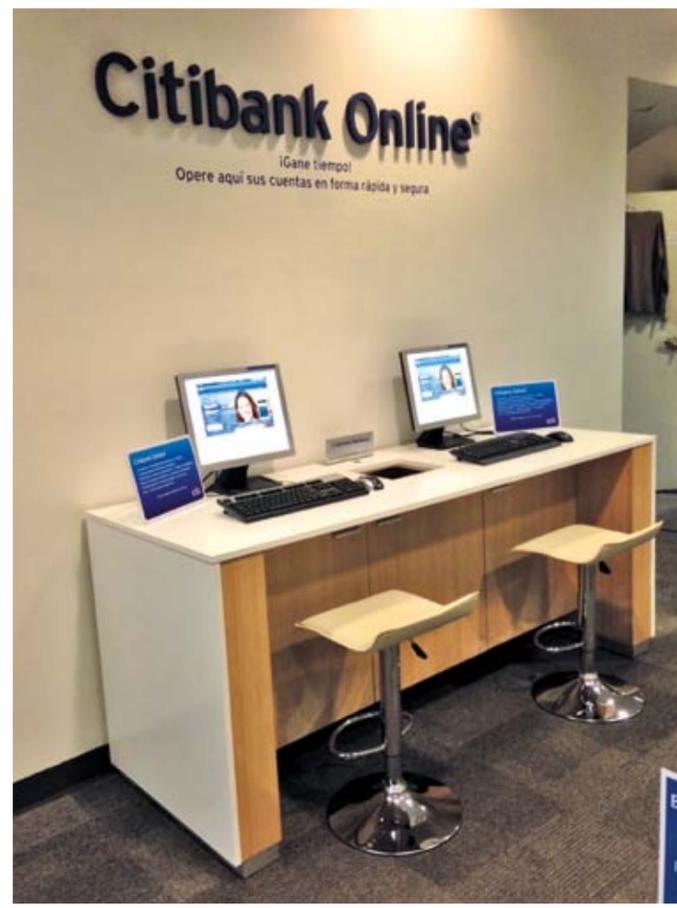
Durante 2014 hemos comenzado a implementar nuevas zonas de autogestión en sucursales, con mayor visibilidad, nuevo mobiliarios y equipos informáticos, acompañados de señalética y folletería clara, simple e ilustrativa que la completan, que se asocian a una dinámica que incluye constante capacitación a los representantes en estas herramientas y aplicaciones.

En cuanto a nuestros clientes, les proporcionamos una atención más rápida, más eficiente y mejor dirigida. Cada consulta resulta una oportunidad para comunicar nuestra visión y gestión estratégica, que definen a una sociedad moderna y a un empresa de servicios siempre innovadora.



**TESTIMONIO 100 AÑOS**  
de Citi Argentina

*"Ideamos un modelo de negocio y una estrategia comercial que pone al cliente en el centro de todo lo que hacemos".*



Video Wall, Video Conference, Pantalla touch, Citibank online, Ordenadores de filas, son términos que toman una nueva dimensión al verse aplicados en esta práctica que los aúna, abarca e incluye. La Smart Branch representa entonces una amalgama única que potencia estas características y soporta este modelo digital y urbano.

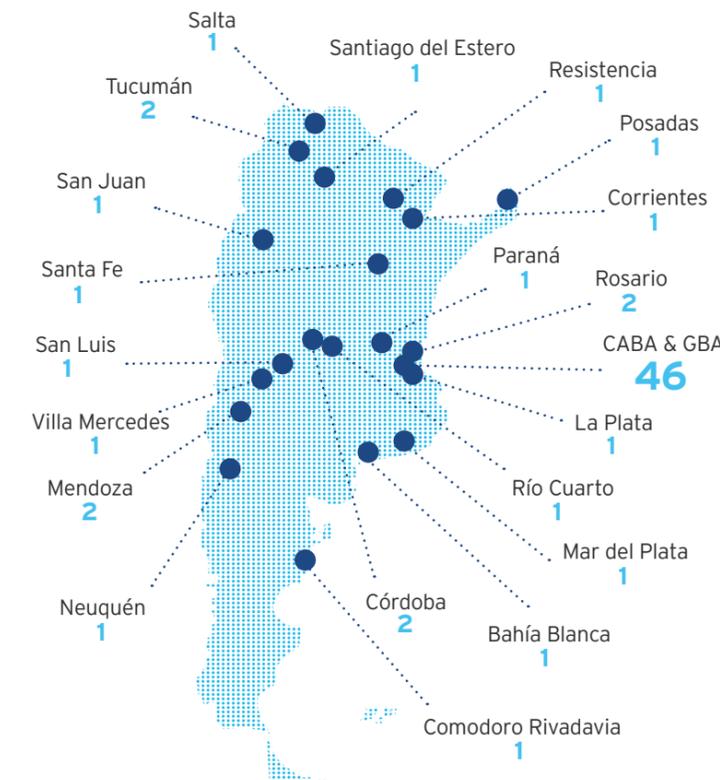
Compartir el espacio con los diferentes recursos posibilita nuevas experiencias para nuestros clientes, que se benefician de los avances tecnológicos y de la agilidad que gana el servicio personalizado. Porque todo contacto es una opción para completar la oferta para nuestro cliente; para acercarnos, para relacionarnos.

La información online que esta nueva plataforma genera nos permite medir y gestionar los tiempos de espera, el tráfico de clientes atendidos en cada plataforma, etc., métricas que nos permiten gestionar con rapidez y eficacia la atención personalizada a nuestros clientes.

### La primera línea de atención se adelanta recibiendo a quien ingresa a la sucursal Citi con un objetivo primordial: brindar una experiencia única

Durante 2014 hemos liderado implementaciones determinantes buscando mejorar las experiencias de nuestros clientes en sucursales y centros comerciales:

- Ampliamos y mudamos sucursales estratégicas como La Plata y tres más en proceso.
- Renovamos el parque instalado de contadoras de billetes, incorporando 63 contadoras en distintas sucursales que mejoran la calidad de atención y reducen tiempos de espera.
- Agrandamos el parque instalado de ordenadores de filas, logrando cubrir el 25% de nuestra red de sucursales, garantizando la mejor experiencia para nuestros clientes.



Para conocer más acerca de nuestras sucursales:  
<https://www.argentina.citibank.com/sucursales/index.htm>

**PROYECTO CERTIFICACIÓN LEED - NUEVA SUCURSAL SALTA**

En 2014 comenzamos a trabajar en construir nuestras sucursales siguiendo los lineamientos del Standard LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), desarrollado por la USGBC (United States Green Building Council) y que reconoce desarrollos verdes o amigables con el ambiente.

# Distinciones y reconocimientos



## Reconocimientos a nivel nacional

### MEJOR BANCO - PREMIO FORTUNA



La revista Fortuna confecciona anualmente un ranking de las mejores empresas según sus datos cuantitativos de balances individuales. Se evalúan distintos factores que hacen al rendimiento de la actividad empresaria y surgen de los balances anuales (ejercicios cerrados al 31 de marzo del año. Ej Premio 2014 incluye hasta 31 de marzo de 2015). En cuanto al rubro Bancos y Compañías de seguros sólo se toman aspectos cuantitativos.



Adrián Scoscería, Corporate & Investment Bank Head y Mario Rodríguez Muñoz, Editor Jefe de la revista Fortuna.

### REVISTA MERCADO - EVALUACIÓN DE REPORTES DE SUSTENTABILIDAD EN ARGENTINA

En 2015, y por tercera oportunidad y segundo año consecutivo el Reporte de Sustentabilidad de Citi fue reconocido como uno de los 10 mejores reportes del país. Todos los años un equipo de evaluadores de la revista Mercado, realiza una evaluación de los reportes de sustentabilidad publicados en Argentina y publica un reconocimiento a los 10 reportes más sobresalientes del año.

### LAS MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR EN LA ARGENTINA, EDICIÓN 2014



Great Place to Work® elabora anualmente un ranking de Las Mejores Empresas para Trabajar en cada uno de los países donde está presente, en base al estudio de clima organizacional. En Argentina está presente desde 2002, utilizando una metodología única que ha sido probada en más de 45 países que se basa en la opinión de los empleados, ya que la encuesta que responden (Trust Index®) representa dos tercios de la puntuación final para ingresar al ranking. Mientras que el tercio restante está compuesto por el Culture Audit® (cuestionario dirigido a la empresa, que Great Place to Work® utiliza para la comprensión y evaluación de las prácticas culturales vigentes en la organización).



### RANKING MERCOS



Desde 2010 en Argentina el objetivo del Ranking Merco es evaluar anualmente la reputación de las empresas y de los líderes empresariales en Argentina, así como su responsabilidad y gobierno corporativo, de manera independiente, rigurosa y plural. La independencia de Merco está avalada por la Universidad Nacional de Tres de Febrero (Argentina) y el instituto Análisis e Investigación (España), responsable del trabajo de campo y de la elaboración de los rankings. Desde 2010 Merco dispone de un Informe de revisión independiente realizado por KPMG sobre el proceso de toma de datos y la metodología seguida para elaborar los rankings Merco.

#### • Ranking Merco Responsabilidad y Gobierno Corporativo

Se evalúan aspectos tales como: comportamiento ético, transparencia, responsabilidad con los empleados, compromiso con el medioambiente y cambio climático, contribución a la comunidad, entre otros.



#### • Ranking Merco Empresas

Se evalúan aspectos tales como: resultados económicos financieros, calidad de la oferta comercial, ética, innovación, dimensión internacional de la empresa, entre otros.



### RANKING REVISTA APERTURA



Puesto 18 en el Ranking de las 100 mejores empresas del ranking 2014 de la Revista apertura



## Reconocimientos a nivel internacional

- Citi fue clasificado por Universum entre los 50 Principales "Empleadores Más Atractivos de Latinoamérica".
- Global Finance reconoce a Citi Latinoamérica en treinta y tres Categorías de los premios "World's Best Internet Banks In LatinAmerica 2014".
- Citi es nombrado mejor Banco de Inversión en Latinoamérica en los premios a la excelencia 2014 de Euromoney.
- La revista Global Finance nombra a Citi el mejor Banco en Latinoamérica por decimoprimer año consecutivo.
- Citi ha sido nombrado por la revista Global Finance mejor proveedor de servicios de Tesorería y Liquidez en América Latina por sexto año consecutivo.
- Citi es reconocido como "Bond House of the Year" en Latinoamérica por las revistas IFR y LatinFinance.



# Parámetros del reporte

## Perfil y alcance

Nuestro quinto Reporte de Sustentabilidad ha sido elaborado "de conformidad" con la Guía G4 del Global Reporting Initiative -GRI-, opción "Esencial". El presente Reporte de Sustentabilidad comprende el período entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2014, para sus operaciones en la Argentina, siendo el Reporte de Sustentabilidad 2013 el último emitido. De esta forma, damos continuidad a nuestro compromiso anual de comunicación de nuestro desempeño.

No se han producido limitaciones y cambios significativos durante el período cubierto por el reporte en cuanto al tamaño, estructura y propiedad de la organización, como así tampoco efectos significativos en la reexpresión de la información respecto de los reportes anteriores.

Para comentarios, sugerencias o consultas relativas al reporte o su contenido, nuestro punto de contacto es [asuntos.publicos.arg@citi.com](mailto:asuntos.publicos.arg@citi.com)

La elaboración de este Reporte de Sustentabilidad consistió en el trabajo en conjunto del Comité de Responsabilidad Social y un grupo de interlocutores de distintas áreas y gerencias de la compañía, quienes aportaron al proceso de elaboración a través de la identificación, definición, relevamiento y validación de los contenidos presentados en este documento.

### ENTIDADES QUE INTEGRAN EL GRUPO

Si bien existe vinculación económica -de acuerdo al texto ordenado Fraccionamiento del Riesgo Crediticio emitido por el BCRA- con otras entidades, entre las cuales se encuentran Citicorp Capital Markets SA, Citicorp Valores SA, Diners Club Argentina SRL, Citicorp Administradora de Inversiones SA y Citicard SA., los estados contables de Citi no se encuentran alcanzados por las normas sobre Supervisión Consolidada establecidas por el BCRA.

De acuerdo con la recomendación que realiza el GRI, en la "Guía de Elaboración de Memorias de Sustentabilidad", la Dirección ha decidido someter el presente reporte a un proceso de aseguramiento externo.

## Aspectos materiales y cobertura

Uno de los principales aspectos que hace al proceso de elaboración de un Reporte de Sustentabilidad tiene que ver con la definición de aquellos aspectos materiales que serán comunicados por la organización. En este sentido, el Global Reporting Initiative pone a disposición una serie de principios diseñados para ser usados en forma combinada, a fin de definir el contenido del presente informe.

#### PRINCIPIOS:

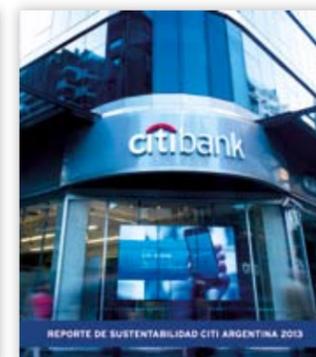
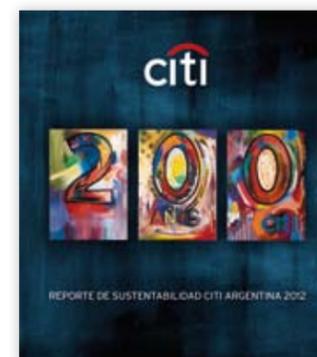
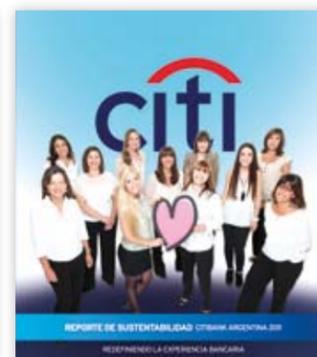
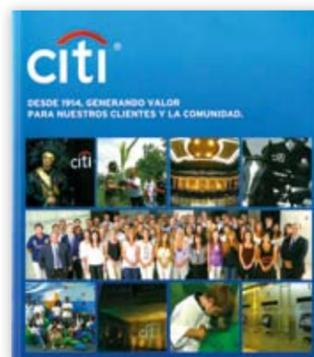
- Participación de los grupos de interés
- Contexto de sostenibilidad
- Exhaustividad
- Materialidad

El proceso de definición de aspectos materiales y las etapas que se detallan en el gráfico siguiente fueron llevados adelante por el equipo que conforma el Comité de Sustentabilidad.

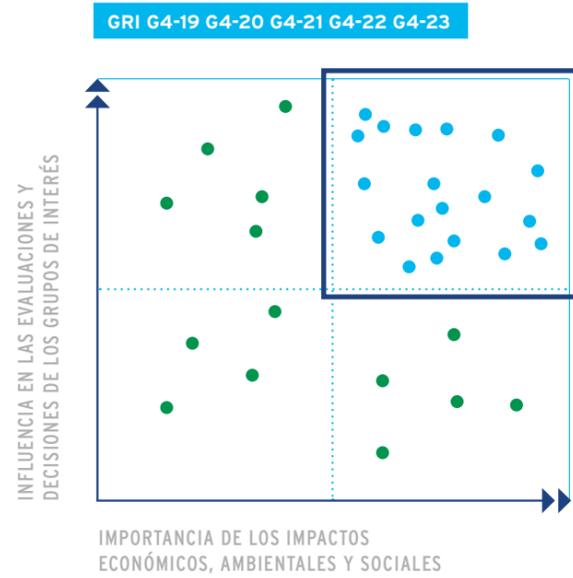


### TESTIMONIO 100 AÑOS de Citi Argentina

"Esta no solo fue la primera sucursal de Citi fuera de Estados Unidos, sino también fue la primera de un banco norteamericano en la Argentina y en el mundo".



# Aspectos materiales identificados



N°	ASPECTO RELEVANTE	IMPACTO DEL ASPECTO	
		Interno	Externo
1	Ética y transparencia	X	
2	Inclusión financiera		X
3	Políticas antisoborno y anticorrupción	X	
4	Educación	X	X
5	Política ambiental	X	X
6	Acompañamiento del desarrollo del país	X	
7	Calidad del servicio y satisfacción	X	
8	Gerenciamiento del riesgo	X	
9	Gestión de clima	X	
10	Gestión eficiente de recursos	X	
11	Igualdad de género	X	
12	Atracción y retención de talentos	X	
13	Desempeño económico de la organización	X	
14	Empoderamiento de la mujer	X	X
15	Salud de los colaboradores	X	
16	Gestión de residuos	X	
17	Concientización ambiental	X	
18	Emisiones de carbono	X	
19	Voluntariado corporativo	X	

SECCIÓN
Gobierno, Ética e integridad
Sociedad
Gobierno, Ética e integridad
Sociedad
Gestión ambiental de nuestras operaciones
Nuestros productos y servicios
Responsabilidad sobre productos y servicios
Gobierno, Ética e integridad
Sociedad
Gestión ambiental de nuestras operaciones
Sociedad
Sociedad
Citi en cifras
Sociedad
Sociedad
Gestión ambiental de nuestras operaciones
Gestión ambiental de nuestras operaciones
Gestión ambiental de nuestras operaciones
Sociedad



# Interacción con nuestros grupos de interés

En Citi tenemos una comunicación permanente con nuestros principales grupos de interés. Para poder identificar y clasificar a los grupos de interés que se ven afectados y que afectan a la compañía en el habitual ejercicio de sus operaciones y actividad, hemos construido un sistema de análisis y priorización que abarca distintas dimensiones: por responsabilidad, por influencia, por cercanía y dependencia, por representación, etc., desarrollado en base a la guía AA1000SES de Accountability.



<p>Clientes de Banca Corporativa, de Banca de Personas y de Banca de Comercios y Empresas.</p>	<p><b>CLIENTES</b></p> 	<p><b>RELEVANCIA</b></p> <p>En Citi valoramos la opinión de nuestros clientes, a quienes ubicamos en el centro de toda nuestra estrategia.</p>	<p><b>CANAL DE COMUNICACIÓN Y DIÁLOGO</b></p> <p>Focus Groups, encuestas on-line, encuesta Voice of Customer, estudio comparativo de bancos, newsletters, información a través de redes sociales, encuestas de satisfacción.</p>
<p>Directores, gerentes, profesionales, personal administrativo, etc.</p>	<p><b>EMPLEADOS</b></p> 	<p>Nuestros empleados saben la importancia que tiene para Citi que ellos encuentren aquí un espacio de desarrollo profesional, personal y ciudadano.</p>	<p>Comité de clima, intranet, encuesta Voice of Employee, Comunica (canal de información de RR.HH.), Citinews (newsletter de información institucional emitido por Public Affairs), Citi Collaborate, encuesta Great Place to Work, Ethics Hot Line.</p>
<p>Banco Central de la República Argentina, Comisión Nacional de Valores, Superintendencia de Seguros, etc.</p>	<p><b>ENTES REGULADORES</b></p> 	<p>Nuestras áreas de Control, Legales y Compliance interactúan con BCRA, Defensa al Consumidor y demás organismos que regulan la intermediación financiera.</p>	<p>Resultados de auditorías. Reportes financieros al BCRA.</p>
<p>De servicios e insumos</p>	<p><b>PROVEEDORES</b></p> 	<p>Nuestros proveedores son evaluados tanto sobre la base de la competencia de sus productos o servicios como del cumplimiento de las mismas políticas de integridad y transparencia que caracterizan a Citi.</p>	<p>Focus group, encuestas on-line, revisión de RR.HH. sobre el personal de proveedores que cumple tareas en Citi, auditorías de seguridad de la información.</p>
<p>Fundaciones y organizaciones sin fines de lucro</p>	<p><b>COMUNIDAD Y ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES</b></p> <p><b>ONG</b></p> 	<p>Colaboramos con organizaciones de la sociedad civil en temas relevantes a nuestros objetivos de sustentabilidad como el desarrollo social y económico de las comunidades en que operamos y el impulso al arte, el espectáculo y el deporte.</p>	<p>Programas de inversión social. Interacción desde el área de Comunicaciones Corporativas y RSE.</p>
<p>Especializados en el sector financiero y en materia de desarrollo sustentable</p>	<p><b>MEDIOS</b></p> 	<p>Interacción con medios periodísticos. Gestión de páginas en redes sociales.</p>	<p>Gacetillas de prensa, publicidad. FB, Twitter y YouTube.</p>





**2**  GOBIERNO, ÉTICA E INTEGRIDAD  
CAPÍTULO DOS

## Nuestra Misión

Citi trabaja día a día para brindar sus servicios a individuos, comunidades, instituciones y naciones. Con más de 200 años de experiencia en el abordaje de los mayores desafíos que el mundo ha planteado, buscamos aprovechar las mejores oportunidades que pueden surgir en cada momento, trabajamos para conseguir los mejores resultados para nuestros clientes y brindamos soluciones financieras simples, creativas y responsables.

Los cuatro principios básicos que nos guían en el cumplimiento de nuestra misión son:

- **Un objetivo común:** Ser un equipo con una meta: estar al servicio de nuestros clientes y nuestros grupos de interés.
- **Responsabilidad financiera:** Mantener una conducta transparente, prudente y confiable.
- **Ingenio:** Mejorar la experiencia de nuestros clientes a través de la innovación, para que puedan aprovechar la amplitud y la profundidad de la información que brindamos, las distintas alternativas de transaccionalidad, nuestra red global y la calidad internacional de nuestros productos.
- **Liderazgo:** Una dotación de gente talentosa con el mejor entrenamiento, desempeñándose en una meritocracia diversa que exige excelencia, iniciativa y coraje.



### TESTIMONIO 100 AÑOS de Citi Argentina

*"Citi cuenta con una habilidad única para conectar al mundo, gracias a su legado de experiencia y conocimiento en los más de 160 países en los que opera".*



## Nuestra propuesta de valor

Nuestra estrategia de creación de valor social avanza a través de la promoción de los siguientes lineamientos:

### • ÉTICA Y TRANSPARENCIA

Citi prioriza en su modelo de desarrollo económico la promoción de valores éticos como eje transversal a toda nuestra operatoria, porque entendemos que así se construye un contexto adecuado para nuestro crecimiento. Por este motivo, desarrollamos políticas de transparencia como el Código de Conducta y prácticas de revisión y control que se extienden a todos nuestros procesos, sumados al riguroso cumplimiento del Código de Prácticas Bancarias.

- **INVERSIÓN SOCIAL EN ALFABETIZACIÓN FINANCIERA**
- **IMPULSO A LAS MICROFINANZAS**
- **DESARROLLO DE PEQUEÑOS NEGOCIOS**
- **INCLUSIÓN LABORAL PARA JÓVENES**

Estos son los ejes de trabajo sobre los cuales, con el aporte de Citi Foundation, apoyamos a distintas organizaciones de la sociedad civil. También colaboramos con escuelas públicas en voluntariados que dan apoyo a su infraestructura y material de trabajo como rincones de lectura y elementos didácticos. Desde 2010 organizamos el Premio al Microemprendedor para seguir difundiendo los pequeños créditos como una herramienta para combatir la pobreza.

### • ACOMPAÑANDO A LA CULTURA, EL ARTE Y EL DEPORTE

En la misma medida, elegimos la cultura, el arte y el deporte como eje de posicionamiento porque entendemos que la dimensión del desarrollo personal aporta al desarrollo económico de la comunidad.



# Gobierno

Citibank N.A. Sucursal establecida en la República Argentina opera en nuestro país de acuerdo con lo estipulado por la Ley de Entidades Financieras, que permite que dos tipos de personas jurídicas se constituyan como tales: las sociedades anónimas y las sucursales de entidades del exterior.

El Representante Legal (Country Corporate Office o CCO) de la Sucursal Citibank N.A. en la República Argentina ejerce la función de CEO y es la persona responsable de llevar adelante la dirección de la sociedad, conforme al plan de negocios acordado con la casa matriz, a la normativa del banco Central de la República Argentina y demás organismos y entes reguladores. El CCO además debe asegurar la gobernabilidad y la gestión de la franquicia, de acuerdo con los principios y valores societarios, respondiendo por la compañía frente a los reguladores, el sector público y en las relaciones con el gobierno, mientras lidera internamente los temas de Compliance y AML, los asuntos reputacionales de la empresa y su relación con empleados, proveedores y la comunidad en general.

Por tratarse de una sucursal y no de una sociedad anónima, la sucursal de Citibank N.A. en la República Argentina no tiene un directorio en los términos previstos en la Ley de Sociedades Comerciales. Sin perjuicio de ello, la sucursal cuenta con un Senior Management o Alta Gerencia, integrado por funcionarios que participan en la gestión de los negocios de la sociedad.

## SENIOR MANAGEMENT

Los miembros del Senior Management son funcionarios con reporte directo al CCO que llevan internamente el título de Directores, y cuentan con los conocimientos y competencias necesarios para comprender claramente sus responsabilidades y funciones dentro del gobierno societario.

El Senior Management está conformado por el CCO y los máximos representantes jerárquicos de las distintas áreas de la Compañía, quienes reciben capacitación en forma permanente y están sujetos a todas las políticas aplicables para la organización. Los directivos y

ejecutivos tienen una remuneración fija y variable, de acuerdo con la política de compensaciones de la compañía, que integra aspectos vinculados con la responsabilidad y con la jerarquía. El 85% de los miembros del Directorio son argentinos.



**Gabriel Ribisich**  
CCO South Cone

Gabriel Ribisich asumió en febrero de 2015 su actual posición como CCO del Cono Sur.

Es Licenciado en Economía por la Universidad de Buenos Aires y tiene un Posgrado en Mercado de Capitales en la Bolsa de Comercio. Desarrolló una extensa carrera de 30 años en el sector financiero, la cual comenzó en el Banco de Galicia, donde a lo largo de ocho años pasó por diversos cargos en la Banca de Consumo.

Trabajó, además, veintidós años en el Santander Río, con una trayectoria que lo llevó a ocupar diferentes cargos gerenciales y directivos en sucursales, así como en las áreas de finanzas, trading, ventas y distribución. Su última posición en aquella institución fue como Director de la Banca Mayorista y Presidente de Santander Río Sociedad de Bolsa. También fue miembro del Comité de Dirección del Banco y Director Titular del MAE (Mercado Abierto Electrónico).



**Julio Figueroa**

CCO ARGENTINA



(\*) El presente organigrama es el vigente a diciembre 2015. La designación de Julio Figueroa está pendiente de aprobación por el BCRA.

85% de los integrantes del directorio son locales\*\*

(\*\*) de nacionalidad Argentina



**Rosa Aranguren**  
REPRESENTANTE LEGAL

Ejerció el cargo de Representante Legal de Citi Argentina entre los meses de marzo y octubre de 2015.

# Ética e integridad

(\* El personal debe cumplir con capacitaciones anuales on line mandatorias sobre el Código de Conducta, la política contra el lavado de dinero -Anti Money Laundering- (un entrenamiento local y otro regional) y la política antisoborno y anticorrupción -Anti Bribery and Corruption- (ab&c regional).

## POLÍTICA CONOCE A TU CLIENTE

Esta política enfatiza la importancia de conocer y comprender con quién Citi está operando, identificando las partes involucradas en cada operación, exigiendo el cumplimiento de los estándares de prevención del lavado de dinero y el terrorismo.

Esta política abarca tanto las contribuciones, ya sea en especies o en efectivo, como la colaboración con eventos de caridad, como, por ejemplo, las cenas de recaudación de instituciones de bien público.

## POLÍTICA DE DONACIONES Y CONTRIBUCIONES CARITATIVAS

Si bien desde 2010 Citibank NA y todas sus sucursales en el mundo adhieren al PGNU, en 2014, Citibank Sucursal Argentina refuerza su compromiso en materia de Sustentabilidad, adhiriéndose formalmente a la referida iniciativa.



## PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS

## PRINCIPIOS DEL ECUADOR

En 2003, junto a 10 bancos líderes, Citi adoptó los Principios de Ecuador, una serie de directrices elaboradas y asumidas, de manera voluntaria, por los bancos para la gestión de temas sociales y ambientales, en relación con el financiamiento de proyectos de desarrollo. En 2013 Citi lideró el grupo de entidades financieras que participaron de la actualización y expansión de estos Principios.



## POLÍTICA DE GESTIÓN AMBIENTAL Y SOCIAL

Nuestra Política de Gestión Ambiental y Social establece procedimientos de revisión de riesgo para el financiamiento responsable. Su objetivo es asegurar que los proyectos que Citi financia se encuentren dentro de los parámetros de crecimiento sostenible.

## POLÍTICA ANTI LAVADO DE DINERO\*

Citi adoptó los principios mundiales de la industria en materia de AML (Anti Money Laundering - Prevención de Lavado de Dinero) que describen el rol que las entidades financieras deben cumplir en la prevención del lavado de dinero y el financiamiento del terrorismo.

## POLÍTICA DE SELECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PROVEEDORES

Esta política, que Citi establece para la relación con los proveedores en todo el mundo, nos permite hacer una selección de proveedores con reglas claras y transparentes para todos por igual. El área de Compras es la encargada del proceso de análisis y selección de los proveedores, que incluye la convocatoria a los posibles prestadores de servicios y la revisión de los aspectos normativos.

Principales políticas y principios que rigen nuestra gestión



## LÍNEA DE EMERGENCIA DE ÉTICA DE CITI

El Código de Ética contempla el planteamiento de denuncias de situaciones consideradas en conflicto con las buenas prácticas. Las consultas o preguntas acerca de cuál es el curso de acción más apropiado en una determinada situación o si existen sospechas razonables o conocimiento de una posible violación de una ley, regulación, política o estándar de ética de Citi, se plantean a través de diferentes canales de comunicación.

## THE WOLFSBERG STANDARDS

El Grupo Wolfsberg es una asociación de 11 bancos internacionales, entre los cuales se encuentra el Citi, que apunta a desarrollar estándares para la industria de los servicios financieros y productos relacionados para las políticas de conocimiento del cliente, lavado de dinero y financiamiento del terrorismo.

## CÓDIGO DE PRÁCTICAS BANCARIAS

Este código, elaborado a partir del consenso de las asociaciones de bancos y entidades financieras de la República Argentina, tiene por objeto la creación de un marco de referencia de buenas prácticas en la prestación de servicios bancarios propios de la banca de personas. De este modo, se procura incrementar la transparencia y la calidad de la información provista por las instituciones financieras a sus clientes, contribuyendo, además, a afianzar los derechos de los usuarios de productos y servicios financieros.

## CÓDIGO DE CONDUCTA\*



Nuestro Código de Conducta presenta una descripción general de las políticas claves de nuestra organización, sentando los estándares de conducta y ética que se aplican en toda la Corporación. El código incluye temáticas relacionadas con: planteamiento de asuntos de Ética, los lineamientos que debe seguir nuestra conducta en el lugar de trabajo, conflictos de intereses y declaración de Citi sobre los Derechos Humanos.

## POLÍTICA DE ANTISOBORNO Y ANTICORRUPCIÓN (AB&C)\*

Citibank NA, Sucursal en la República Argentina cuenta con una política específica para dar cumplimiento a los estándares internacionales en cuanto a anti-soborno y corrupción, establecidos en las leyes de Estados Unidos (Foreign Corrupt Practices Act - FCPA ) y de Gran Bretaña (U.K. Bribery Act), las cuales disponen la obligación de transparencia en sus balances y la responsabilidad por actos de corrupción, coimas o prebendas a sus sucursales o representaciones situadas fuera del territorio de los Estados Unidos.

## POLÍTICA DE GERENCIAMIENTO DE RIESGO

La Dirección del Banco, sobre la base de su experiencia, habilidad y a través de sus diferentes comités controla los riesgos de mercado, liquidez, tasas de interés, moneda y crediticio, reputacional, etc.



## TESTIMONIO 100 AÑOS

de Citi Argentina

*"Avanzamos con nuestra estrategia comercial con un claro criterio de responsabilidad financiera, adhiriendo a los estándares de comportamiento ético establecidos en nuestro Código de Conducta".*



## Comités de gestión

El máximo órgano de gobierno supervisa el desempeño económico, ambiental y social de la organización, como así también la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, có-

digos de conducta y principios. Para el efectivo cumplimiento de las tareas mencionadas, la compañía cuenta con los siguientes comités:

COMITÉ	DESCRIPCIÓN	ORGANIZADOR / RESPONSABLE	PERIODICIDAD DE REUNIÓN
<b>COUNTRY COORDINATING COMMITTEE</b>	Es el Comité integrado por el CCO y miembros de las Alta Gerencia que evalúa y define las prácticas de gestión integral de riesgo entre otros temas de control.	Legales	Mensual
<b>COMITÉ DE RIESGO OPERACIONAL O BRCC</b> <i>(Business Risk Control and Compliance Committee)</i>	Principalmente se revisan comentarios y observaciones de inspecciones regulatorias y de auditoría, resultados de procesos de control interno y auto-evaluación, cumplimiento regulatorio y pérdidas resultantes por fraude, juicios y errores operativos.	Responsable de Riesgo Operacional	Trimestral
<b>COMITÉ DE ACTIVOS Y PASIVOS</b> <i>(ALCO)</i>	Es el órgano local de máxima responsabilidad en relación con la gestión del riesgo de mercado. Se reúne mensualmente con el objetivo de revisar el perfil de liquidez del Banco.	CCO	Mensual
<b>COMITÉ DE AUDITORÍA</b>	Vela por el funcionamiento y la efectividad del sistema de control interno mediante el seguimiento y análisis de los resultados de las auditorías internas, externas o de cualquier organismo de contralor, tomando conocimiento de los estados contables e informes de auditor externo.	Alta Gerencia	Como mínimo una vez por mes
<b>COMITÉ DE SISTEMAS Y TECNOLOGÍA</b>	Evalúa los requerimientos tecnológicos planteados por las necesidades del negocio, estableciendo prioridades y determinando el presupuesto necesario para su ejecución.	Integrantes de la Alta Gerencia	Acorde a la necesidad

COMITÉ	DESCRIPCIÓN	ORGANIZADOR / RESPONSABLE	PERIODICIDAD DE REUNIÓN
<b>COMITÉ DE GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS</b>	El propósito de este comité es evaluar el perfil de riesgo de la entidad, considerando los distintos riesgos de la misma.	Country Risk Manager de la Banca Minorista	Mensual
<b>COMITÉ DE PREVENCIÓN DE LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO</b>	Este comité vela por el cumplimiento de las normas corporativas y las regulaciones locales para prevenir el lavado de dinero.	Área de Compliance	Mensual
<b>COMITÉ DE INCENTIVOS AL PERSONAL</b>	Es el encargado de vigilar que el sistema de incentivos económicos al personal sea consistente con la cultura, los objetivos, los negocios a largo plazo, la estrategia y el entorno de control de la entidad	Representantes de la Gerencia de Finanzas, Riesgo, Recursos Humanos, Legales y Compliance	Anual
<b>COMITÉ DE ÉTICA</b> <i>(Comité de Acciones Disciplinarias)</i>	Tiene como objetivo atender las denuncias realizadas por los empleados, clientes y proveedores.	Director de Recursos Humanos, Legales y Compliance	Se convoca en la medida que existan casos reportados.
<b>COMITÉ DE VEHICULOS LEGALES</b>	Tiene a su cargo el control de la situación legal y financiera de los distintos vehículos legales de Citi en el país, velando además por el cumplimiento de los distintos marcos normativos que lo rigen.	CFO	Trimestral
<b>COMITÉ DE CUMPLIMIENTO REGULATORIO</b>	Es el responsable de coordinar la comunicación, análisis e implementación de los principales cambios regulatorios en la entidad.	Compliance/Legales	Trimestral



## TESTIMONIO 100 AÑOS de Citi Argentina

*“Construimos una marca que hoy es una de las más prestigiosas del país. El orgullo de todos los que hacemos el día a día de Citi en Argentina”.*



**Sergio Ems**  
Director de Auditoría  
Interna de Citi Argentina

### UNA BASE SÓLIDA

Una organización del tamaño y desempeño de Citigroup debe contar con auditores internos de primer nivel; profesionales con habilidades técnicas para administrar un número importante de auditorías complejas, como así también habilidades interpersonales para presentar resultados de manera profesional, respetuosa y efectiva.

Para dar un servicio eficiente en distintas divisiones y geografías, Auditoría Interna en Citi utiliza una metodología aplicada de forma consistente. Es importante, por lo tanto, asegurar que todos nuestros auditores estén capacitados para abordar la actividad del negocio, analizar, documentar e informar a través de un mecanismo de evaluación consistente. La redacción de informes, la clasificación de

los mismos y los mecanismos de escalamiento están guiados por un estándar común, lo cual facilita la comunicación consistente a los distintos grupos que conforman Citi a nivel mundial.

Esta tarea requiere de gran versatilidad, ya que el auditor interno debe no solo trabajar en equipo, interactuando con las áreas y los reguladores locales, sino también estar capacitado para plantear cuestionamientos efectivos a la alta gerencia y mostrar evidencia que respalde cada comentario. Es por eso que estamos desarrollando una serie de programas integrales de entrenamiento con foco en las habilidades tradicionales de auditoría, así como también en herramientas de comunicación para generar y brindar presentaciones efectivas; desarrollo de la capacidad de negociación para interactuar de manera efectiva con la alta gerencia y que la misma comprenda y acepte las observaciones, riesgo asociado, y sugerencias de acciones correctivas. Por último, en Citi consideramos que los líderes de Auditoría Interna deben seguir desarrollando sus habilidades para la gestión y manejo del personal, motivando a su equipo, estimulando su desarrollo y fomentando la cultura de *hacer lo correcto*.



**Gustavo Morell**  
Director de Compliance y  
Anti Money Laundering

### EL ROL DEL ÁREA DE COMPLIANCE

Nuestro rol en Citi Argentina es identificar, evaluar, reportar y mitigar los llamados "Riesgos de Compliance" en las distintas líneas de negocios para el beneficio de nuestra franquicia, clientes, proveedores y empleados. El riesgo de compliance consiste en posibles sanciones legales y regulatorias, pérdidas financieras y el consecuente deterioro de la reputación de Citi como resultado de no cumplir con las leyes, regulaciones, políticas corporativas y estándares éticos aplicables.

Para llevar a cabo nuestra función definimos estándares utilizando un enfoque integral de administración del riesgo en conjunto con el negocio y las demás funciones de control, fomentando una cultura robusta de cumplimiento y control.

El compromiso de todo empleado de Citi es construir una cultura ética. La alta dirección y gerencia promueven permanentemente la adherencia a los más altos estándares éticos, pues en Citi consideramos que ello es la base para hacer negocios de manera responsable y ganar la confianza de los clientes y los accionistas. Compliance cumple un rol fundamental en la organización para asegurar el efectivo cumplimiento de los lineamientos establecidos en el Código de Conducta, salvaguardando la reputación de la entidad, sus empleados, clientes y proveedores.

### NUESTRAS POLÍTICAS

Una de las principales funciones del área de Compliance es asegurar un estricto cumplimiento al marco regulatorio que rige cada una de las actividades realizadas por la compañía así como a los estándares establecidos en las políticas corporativas.

Como parte de este enfoque, Citi se compromete a combatir el lavado de dinero, el financiamiento del terrorismo y demás delitos que pueden impactar el mercado financiero. Para ello, adoptamos los principios mundiales de la industria en materia de AML (Anti Money Laundering - Prevención de Lavado de Dinero) que describen el rol que las entidades financieras pueden y deben jugar en la prevención del lavado de dinero y el financiamiento del terrorismo.

Citi desarrolla e implementa programas efectivos para cumplir con las leyes y regulaciones aplicables en términos de prevención de lavado de dinero. Estos programas enfatizan la importancia de conocer y comprender con quién Citi está operando (Política de Conoce a tu cliente), identificando las partes involucradas en las operaciones, así como implementar sistemas efectivos de monitoreo para la detección de operaciones inusuales, aplicando procesos de debida diligencia basados en riesgo para evitar que nuestros productos y servicios sean utilizados para fines ilegales. Siendo la prevención del lavado de dinero y prevención del terrorismo un tema de gran relevancia, Citi demuestra un permanente compromiso para la atención del mismo contando con una adecuada estructura e inversión en recursos y herramientas. Existe un gran compromiso de la entidad para garantizar el trato justo a clientes, poniendo foco en aquellas regulaciones y políticas corporativas establecidas para evitar prácticas desleales, engañosas y abusivas.

Asesorar y capacitar al personal de Citi para dar efectivo cumplimiento a las leyes, regulaciones y demás normas de conducta es una de nuestras mayores prioridades.

Nuestra misión en Compliance no es ser meros espectadores en la realización y apoyo de las actividades de negocios, ya que el cumplimiento es un elemento clave de la excelencia institucional.

## POLÍTICA DE GERENCIAMIENTO DE RIESGOS

Citi cuenta con un sistema de gestión integral de riesgos, el cual consiste en una serie de prácticas para identificar, medir, monitorear y controlar el mismo de manera de proteger la liquidez y solvencia del Banco, el nivel de tolerancia al riesgo establecido y asegurar la capacidad para enfrentar situaciones de estrés en el mercado.

## ENTORNO REGULATORIO

De acuerdo a la Comunicación "A" 5394 emitida por el Banco Central de la República Argentina (BCRA), en Citi damos cumplimiento a los requisitos mínimos de divulgación de información vinculada con la estructura y suficiencia de capital regulatorios, la exposición a los diferentes riesgos y su gestión. La información es publicada en la página web de nuestra organización.

Para ver el documento completo: [https://www.argentina.citibank.com/acerca\\_de\\_citi/disciplina\\_mercado/main.htm](https://www.argentina.citibank.com/acerca_de_citi/disciplina_mercado/main.htm)

El objetivo de la divulgación de esta información es fomentar la disciplina de mercado de modo que los participantes del mercado puedan evaluar la información referida al capital, las exposiciones al riesgo, los procesos de evaluación del riesgo y la suficiencia del capital de una institución.

### RIESGO CREDITICIO

En Citi entendemos por riesgo de crédito la posibilidad de sufrir pérdidas por el incumplimiento que un deudor o contraparte hace de sus obligaciones contractuales. Abarca las siguientes instancias:

- **Riesgo de Crédito**

Es el riesgo de que el deudor no cumpla con su compromiso de pagar el capital o los intereses a sus vencimientos.

- **Riesgo País**

Es el riesgo de sufrir pérdidas generadas en inversiones y créditos a individuos, sociedades y gobiernos por la incidencia de acontecimientos de orden económico, político y social acaecidos en un país extranjero.

- **Riesgo de Contraparte**

Es el riesgo de que una de las partes de la operación incumpla su obligación de entregar efectivo o los efectos acordados -tales como

títulos valores, oro o moneda extranjera- ocasionando una pérdida económica si las operaciones o cartera de operaciones con la contraparte tuvieran un valor económico positivo en el momento del incumplimiento.

- **Riesgo de Mercado**

Se define el riesgo de mercado como la posibilidad de sufrir pérdidas en posiciones dentro y fuera de balance a raíz de fluctuaciones adversas en los precios de mercado de diversos activos.

- **Riesgo Operacional**

Es la posibilidad de que se ocasionen pérdidas como resultado de la falta de adecuación o fallas en los procesos internos, de la actuación del personal o de los sistemas, o bien aquellas que sean producto de eventos externos. Esta categoría incluye el riesgo legal y excluye el riesgo reputacional y el riesgo estratégico.

- **Riesgo de Tasa de Interés**

Se entiende por riesgo de tasa de interés a la posibilidad de que se produzcan cambios en la condición financiera de una Entidad como consecuencia de fluctuaciones en las tasas de interés, pudiendo tener efectos adversos en los ingresos financieros netos de la Entidad y en su valor económico.

- **Riesgo de Liquidez**

El riesgo de liquidez de fondeo es la posibilidad de que la Entidad Financiera no pueda cumplir de manera eficiente con los flujos de fondos esperados e inesperados, corrientes y futuros y con las garantías sin afectar para ello sus operaciones diarias o su condición financiera.

- **Riesgo Estratégico**

Citi entiende por riesgo estratégico aquel que procede de una estrategia de negocios inadecuada o de un cambio adverso en las previsiones, parámetros, objetivos y otras funciones que respaldan esa estrategia.

- **Riesgo Reputacional**

Es aquel riesgo asociado a una percepción negativa sobre la Entidad Financiera por parte de los clientes, contrapartes, accionistas, inversores, tenedores de deuda, analistas de mercado y otros participantes relevantes del mercado que afecta adversamente la capacidad de la Entidad para mantener relaciones comerciales existentes o

establecer nuevas y continuar accediendo a fuentes de fondeo -tales como en el mercado interbancario o de titulización.

- **Riesgo de Concentración**

Citi entiende por riesgo de concentración a las exposiciones o grupos de exposiciones con características similares -tales como corresponder al mismo deudor, contraparte o garante, área geográfica, sector económico o estar cubiertas con el mismo tipo de activo en garantía, con la posibilidad de generar pérdidas lo suficientemente significativas respecto de los resultados, el capital regulatorio, los activos o el nivel global de riesgo como para afectar la solidez de la Entidad o su capacidad de mantener las principales operaciones o un cambio significativo en el perfil de riesgo de la Entidad.

## Participación institucional en cámaras y asociaciones

### GRI 4.12, 4.13

Citi es miembro de diferentes asociaciones, cámaras, agrupaciones e iniciativas voluntarias:

## ORGANIZACIÓN

Asociación de Bancos de la Argentina - **ABA**

Asociación de Empresarios Argentinos - **AEA**

Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la República

Argentina - **AMCHAM**

Asociación de Marketing Bancario Argentino - **AMBA**

Asociación de Tarjetas de Crédito y Compra - **ATACYC**

Cámara Argentina de Comercio

Cámara Argentina de Exportadores

Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas - **FIEL**

Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina - **IDEA**

Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas - **PGNU (\*\*)**

Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria - **IARSE**

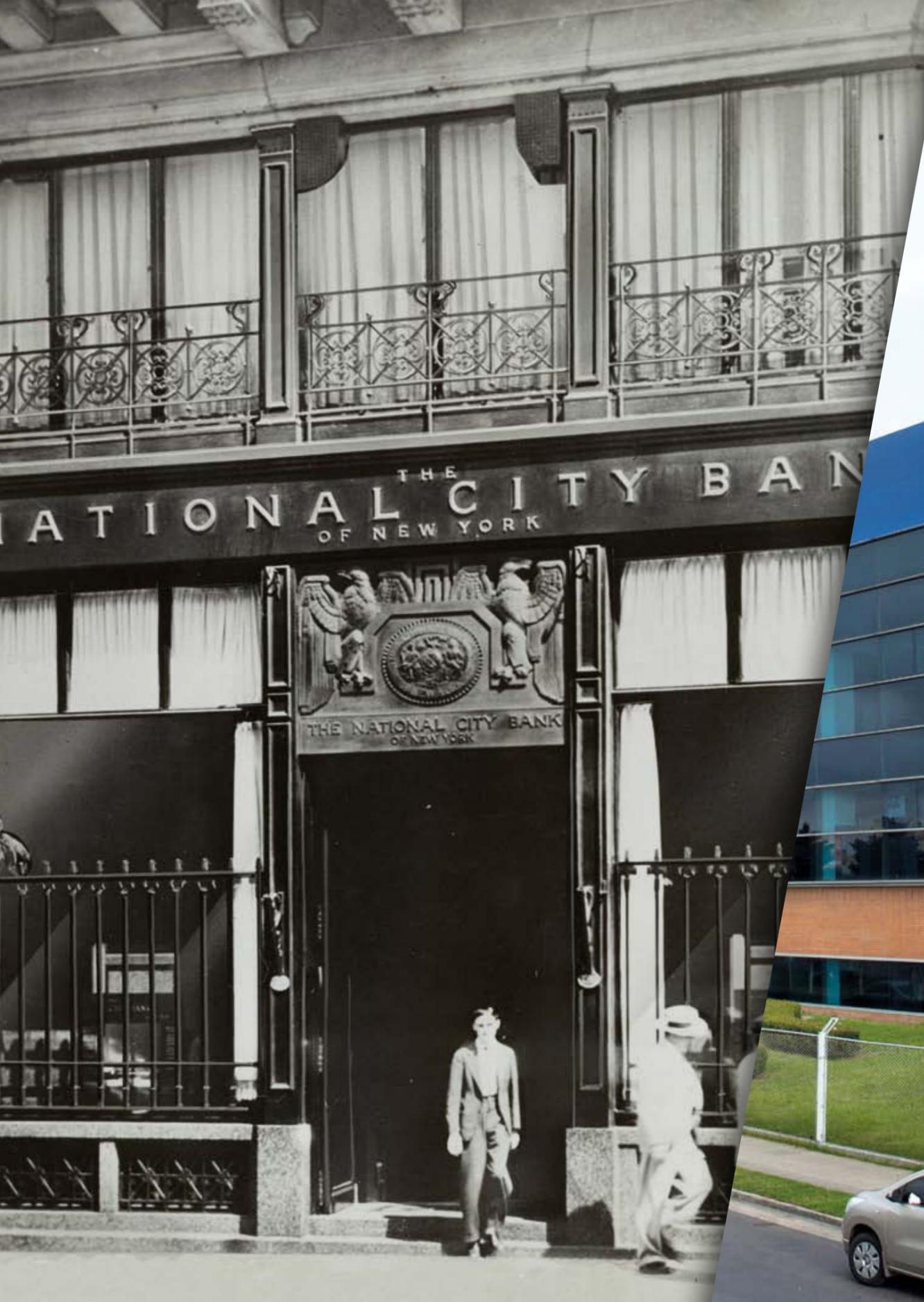
Principios del Ecuador (\*)

The Wolfsberg Standards

(\*) Citibank N.A. y todas sus sucursales adhieren a los Principios del Ecuador en 2003.

(\*\*) Citibank N.A. y todas sus sucursales adhieren al PGNU en 2010. En 2014, Citibank Sucursal Argentina refuerza su compromiso en materia de Sustentabilidad, adhiriéndose formalmente a la Red Argentina del Pacto Global.





**3**  **DESEMPEÑO ECONÓMICO**

**CAPÍTULO TRES**

---

# Citi en cifras

Citi Argentina cerró 2014 con ingresos por \$7.535 MM, logrando un crecimiento del 57% respecto de 2013.

Mantuvimos un fuerte posicionamiento en la banca individual que se refleja en la aceptación de nuestra propuesta de valor en el segmento ABC1, al cual nos dirigimos con Citigold –marca pionera en la atención del mercado de clientes premium– y el producto Citi Women, que contribuyó al empoderamiento financiero de las mujeres como target de productos bancarios y específicamente, desde 2014, con el lanzamiento de Citi Priority.

Por ser nuestra organización una entidad financiera que se encuentra bajo la órbita del Banco Central de la República Argentina, este proceso de rendición de cuentas se complementa y profundiza en el ámbito económico con la presentación de nuestros estados contables y demás información financiera de manera trimestral al referido organismo de control, el cual se encuentra disponible en el siguiente enlace: <http://www.bcra.gov.ar>

En 2014 destinamos desde Citi Argentina y Citi Foundation más de US\$ 300.000 a programas de inversión social y acciones articuladas con organizaciones de la sociedad civil.



### TESTIMONIO 100 AÑOS

de Citi Argentina

*“Somos parte de una empresa que ha tenido siempre la capacidad de innovar, de liderar cambios y estar a la vanguardia del sector financiero”.*



## CITIBANK ARGENTINA EN NÚMEROS

### // Concepto <sup>(1)</sup>

#### Activos totales

38.131.576	2014
25.709.024	2013

#### Pasivos totales

31.632.049	2014
21.180.286	2013

#### Ingresos financieros y por servicios netos

7.534.989	2014
4.667.639	2013

### // Concepto

#### Empleados <sup>(2)</sup>

2.868	2014
2.843	2013

#### % de género femenino

50%	2014
49%	2013

#### % de empleados bajo convenio

98,1%	2014
-------	------

<sup>(1)</sup> En miles de pesos  
<sup>(2)</sup> Incluye regionales

# Indicadores económicos

Una parte trascendental de la sustentabilidad está en estrecha relación con la dimensión económica y el impacto de esta sobre las organizaciones, grupos de interés y en los sistemas económicos locales, nacionales e internacionales.

El siguiente cuadro de “Valor Económico Directo Generado y Distribuido” (VEDGyD) propuesto por el GRI, plasma el flujo de capital entre los distintos grupos de interés. Las cifras fueron extraídas de los Estados Contables auditados correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2014, presentado en forma comparativa, en miles de pesos:

## VALOR ECONÓMICO <sup>(1)</sup>

DIRECTO GENERADO	GRUPO DE INTERÉS	2013	2014
Ingresos financieros netos	Clientes	3.464.992	5.745.849
Ingresos por servicios netos	Clientes	1.311.874	1.789.140
<b>TOTAL VALOR ECONÓMICO GENERADO</b>		<b>4.776.866</b>	<b>7.534.989</b>

## DISTRIBUIDO

Gastos de funcionamiento	Proveedores	572.336	772.083
Sueldos y prestaciones de los empleados	Colaboradores	1.435.206	1.979.710
Pagos a los proveedores de capital	Accionistas	508.712	555.620
Impuestos	Gobierno	1.281.455	2.277.498
Otras utilidades y pérdidas netas		66.048	-20.711
<b>TOTAL VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO</b>		<b>3.863.757</b>	<b>5.564.200</b>
<b>VALOR ECONÓMICO RETENIDO</b>		<b>913.109</b>	<b>1.970.789</b>
Remesa de utilidades <sup>(3)</sup>		508.712	555.620
<b>RESULTADO NETO DEL EJERCICIO</b>		<b>1.421.821</b>	<b>2.526.409</b>

<sup>(1)</sup> En miles de pesos

<sup>(3)</sup> Nota 6 a los Estados Contable, Restricciones sobre Distribución de Utilidades

PRODUCTOS Y SERVICIOS



PRODUCTOS Y SERVICIOS	2013	2014
Préstamos totales	14.255	19.095
Préstamos al sector privado no financiero	14.146	19.028
Titulares por tarjeta de crédito	506.445	520.704
Consumo de tarjetas de crédito	15.861	18.160

PLATAFORMA DE DISTRIBUCIÓN

Sucursales en el país	70	70
Capital Federal y Gran Buenos Aires	49	46
Interior	21	24
Cajeros automáticos y terminales de autoservicio	556	525



# Nuestros proveedores

En Citi consideramos que uno de los aspectos en los cuales podemos marcar una diferencia en términos de gestión es en nuestra cadena de valor.

Para ello, no solamente procuramos establecer relaciones éticas y sustentables con nuestros proveedores sino que hacemos de nuestros procesos de selección y de la política de mantenimiento de nuestra cadena de valor un ejemplo en cuanto a la promoción de la dignidad humana, la mejora constante en la eficiencia, el cuidado del medio ambiente y la transmisión de buenas prácticas. Los factores éticos, sociales y ambientales forman parte esencial de nuestra política global de contratación.

Nuestro objetivo es lograr la excelencia en estas áreas a través de nuestra propia institución e influir positivamente en las instituciones de nuestros proveedores.



Las empresas que proveen bienes o servicios a Citi son alentadas a través de la Declaración de Principios del Proveedor de Citi a implementar los mismos lineamientos éticos, sociales y ambientales que nos guían dentro de la estructura de su empresa.

DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS DEL PROVEEDOR DE CITI

**I. Prácticas Comerciales Éticas**

- Integridad comercial
- Transparencia
- Compromiso con la comunidad

**II. Derechos Humanos en el Lugar de Trabajo**

- Empleo libremente escogido
- Prevención de trabajo infantil
- Horas de trabajo
- Respeto en el sitio de trabajo
- Salarios y beneficios
- Salud y seguridad

**III. Sostenibilidad Ambiental**

- Una política ambiental
- Análisis del ciclo de vida/implementación del producto o servicio
- Prevención de la polución y fomento del reciclaje
- Conservación y reducción de utilización de recursos
- Calidad del aire y emisiones
- Bosques sostenibles

**IV. Sistemas de Gestión**

Animamos a nuestros proveedores a establecer programas específicos de carácter ético, social y ambiental con sistemas de gestión para alcanzar la sostenibilidad y responsabilidad social corporativa en todos los niveles, y esforzarse en mejorar continuamente su desempeño.

**V. Implementación**

Difundimos entre nuestros proveedores nuevos y existentes estas directrices y los estimulamos a esforzarse para un mejoramiento continuo.

**POLÍTICA DE SELECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PROVEEDORES**

Citi basa su gestión de proveedores sobre la Citi Supplier Selection and Management Process (CSSMP), que rige todo el proceso de relación con proveedores, desde la selección y contratación hasta la prestación del servicio o la entrega del producto. La política de selección y administración de proveedores nos permite llevar adelante procesos de selección transparentes a partir de reglas claras y explícitas. El área de Compras es la encargada del proceso de análisis y selección de los proveedores, que incluye la convocatoria a los posibles prestadores de servicios y la revisión de los aspectos normativos. Nuestros proveedores deben cumplir con toda la normativa vigente respecto de su producto o servicio dentro de la República Argentina, además de ajustarse a las pautas de excelencia exigidas por la regulación interna de Citi.

La gestión del área de Compras abarca también la responsabilidad de controlar la independencia entre el área o sector que solicita la contratación y el proveedor seleccionado, a fin de evitar cualquier conflicto de intereses o prácticas que no cumplan con los principios éticos de la organización.

El 100% de las empresas que proveen servicios con personal en nuestras oficinas están sujetos a controles en materia de inscripción, registro y documentación de cada uno de sus trabajadores, exigiendo un total cumplimiento de la normativa que rige sobre este aspecto.

**Toda forma de corrupción, extorsión y malversación de fondos resulta inaceptable**

Citi trabaja con miles de proveedores en todo el mundo, construyendo relaciones éticas y sustentables para el beneficio mutuo, procurando aportar a la construcción de comunidades sustentables, apoyando a nuestra cadena de valor a cumplir sus objetivos económicos, ambientales y sociales. Por eso, nos comprometemos con nuestros proveedores en pos de lograr objetivos comunes, alentándolos permanentemente a mejorar sus operaciones con prácticas éticas, sustentables y transparentes.



**4**  **DESEMPEÑO AMBIENTAL**

**CAPÍTULO CUATRO**

---

# Compromiso con el medio ambiente

Nuestras prioridades en relación con el medioambiente coinciden con los desafíos del mundo de hoy: el cambio climático, el desarrollo de ciudades sustentables, el compromiso de la comunidad en pos de la responsabilidad ambiental; dichas inquietudes han demostrado ser de gran relevancia tanto para nosotros como para nuestros Grupos de Interés.

Siempre partiendo del cumplimiento de la normativa vigente y de los estándares actuales sobre el cuidado del medioambiente y con la voluntad formar parte del grupo de quienes marcan una diferencia en estas áreas, organizamos nuestras actividades sobre la base de tres pilares:

**Huella operacional**      **Gestión de riesgos ambientales y sociales**

**Oportunidades de negocio**

Nuestro trabajo está organizado en torno a estos tres pilares interrelacionados. Con estas prioridades en mente, buscamos la innovación y la aplicación de mejores prácticas para obtener un progreso continuo. Asimismo, la participación y el trabajo conjunto con nuestros Grupos de Interés y la rendición de cuentas siguen siendo centrales para el éxito de nuestros esfuerzos en las iniciativas de sustentabilidad que llevamos a cabo.

- **Huella operacional:** estamos trabajando en nuestra propia huella, a través de edificios ecológicos e iniciativas de ahorro de energía. Hemos establecido objetivos con respecto a las instalaciones para reducir el uso de la energía, las emisiones de gases de efecto invernadero, el uso de agua y los residuos, y para aumentar nuestra cartera de edificios ecológicos.
- **Riesgos ambientales y sociales:** trabajamos en conjunto con nuestros clientes para evaluar y administrar los riesgos ambientales y sociales que puedan ocasionar nuestros financiamientos e inversiones.
- **Oportunidades de negocios:** Citi es líder en el desarrollo de oportunidades de negocios respetuosas con el medio ambiente, como el financiamiento de energía alternativa y el financiamiento de tecnología limpia. Este trabajo está contemplado en la iniciativa de Citi de invertir US\$ 100 mil millones en 10 años, a nivel global, para financiar soluciones al cambio climático.

En Citi buscamos el progreso social y medioambiental y conducir nuestro negocio de una forma que cree valor a nuestra organización y futuras generaciones.

Lograremos nuestra misión a través del liderazgo y compromiso, articulando y asociándonos con nuestros clientes. Generamos soluciones que tienen como eje a nuestros clientes, escalables y que tienen potencial de generar un impacto global.

Fuente: [http://www.citigroup.com/citi/environment/data/Corporate\\_Sustainability\\_Strategy.pdf](http://www.citigroup.com/citi/environment/data/Corporate_Sustainability_Strategy.pdf)

## Gestión ambiental de nuestras operaciones



## Green team argentina

Conformado por empleados pertenecientes a distintas locaciones, el Green Team Argentina, tiene como propósito generar un espacio para que aquellos con un interés especial en el medio ambiente y que desean aprender y comunicar temas relacionados con la sustentabilidad, puedan convertirse en referentes y agentes de cambio. Una de sus principales metas es la de trabajar para alcanzar los objetivos del Compromiso Citi a nivel local.

Citi alienta a los miembros a apoyar los objetivos ambientales de la organización en el lugar de trabajo y tomar medidas en el hogar y en las comunidades en las que viven para ayudar a Citi convertirse en el líder de la industria en las prácticas empresariales sostenibles.



**Quien tiene sed de Sustentabilidad sigue estas pistas:**

- Cepillar los dientes con la canilla abierta gasta hasta **11** litros o más de agua.
- Lavar los platos con la canilla abierta son **105** litros de agua a más.
- Lavar el coche con la manguera gasta **560** litros de agua.
- Una lavadora gasta **135** litros de agua.
- Cada minuto más en la ducha gasta hasta **6** litros de agua.
- Una canilla goteando gasta **64** mil vasos por año.

**TESTIMONIO 100 AÑOS**  
de Citi Argentina

*“En nuestra forma de actuar, prevalece el esfuerzo en busca de un objetivo común. Así se genera una sinergia que nos fortalece y nos define como grupo”.*

# Nuestro desempeño

En Citi, utilizamos tres indicadores fundamentales para analizar nuestro desempeño y la contribución al compromiso global de Citi con el medioambiente:

- Campañas de concientización y participación de los empleados.
- Sustentabilidad ambiental de los procesos del negocio.
- Sustentabilidad ambiental en nuestros edificios.

## Campañas de concientización y participación de los empleados

Se continúan intensificando las acciones tendientes a la concientización de los empleados de la compañía, a través de distintas campañas y métodos de difusión tales como:

- Comunicaciones informáticas con consejos de ahorro de los recursos naturales.
- Programas de concientización específicos para el personal de sucursales acerca del uso racional de energía.
- Adhesión de las sucursales y edificios al "Earth Hour".
- Celebración de la "Semana de la Tierra".
- Campañas de comunicación en el "Green Wall" (espacio de gran visibilidad íntegramente dedicado a temas ambientales).



### ECOGOVERNANCE

A través de la carga de información en la herramienta Ecogovernance, Citi hace el seguimiento y control sobre el consumo de energía, agua, gas, gasoil, residuos, reciclaje, vapor, etc.

El sistema guarda registros reales, permitiendo el análisis pormenorizado y la detección temprana de desvíos en las metas, para permitir la implementación de planes de acción.

- Utilización eficiente de recursos
- Registro y análisis
- Detección temprana de desvíos en las metas

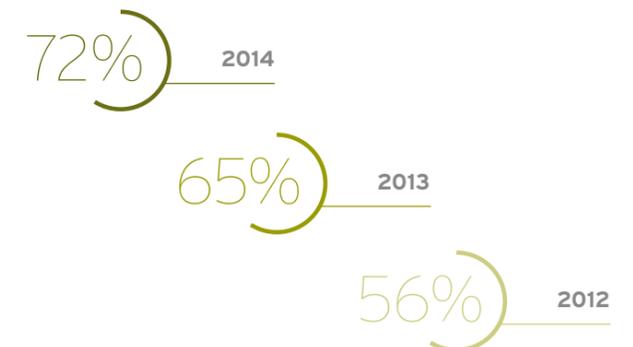


## Sustentabilidad ambiental de los procesos del negocio

Continuamos promoviendo la eficiencia ambiental de nuestras operaciones como una ventaja competitiva. A través de la reingeniería de procesos, la innovación y la implementación de mejoras, trabajamos en pos de:

- Reducir la cantidad utilizada de insumos (papel, tóner, etc).
- Disminuir la probabilidad de pérdida de registros críticos y así evitar la duplicidad de operaciones.
- Reducir el tiempo de procesamiento (a través de la digitalización de las operaciones y eliminar el papel del camino crítico).
- Racionalizar los requerimientos de logística y archivo.

ENVÍOS POR MAIL A LOS CLIENTES DE EXTRACTOS DE CUENTA Y RESÚMENES DE TARJETAS



Menor utilización de **INSUMOS** (papel, tinta y energía)

Menor consumo de **COMBUSTIBLE Y CONTAMINACIÓN** del aire



**COMUNICACIÓN GRÁFICA PERSONALIZADA Y CON MENOR IMPACTO AMBIENTAL**

Se implementaron distintas posibilidades de ofertas personalizadas a través de correo electrónico, home banking o en la interacción telefónica, gracias a modelos predictivos sobre la base del comportamiento crediticio y el análisis del perfil de los clientes; todo esto redundando en una menor utilización de recursos tradicionales de comunicación gráfica, con las ventajas arriba descriptas.

Durante 2014

**142.076.196**

OPERACIONES VÍA CORREO ELECTRÓNICO

Ahorro enorme de

**INSUMOS, IMPRESIÓN, ENSOBRADO Y CORREO**

**OPERACIONES SIN PAPEL**

Todas las transacciones se realizan sin que el cliente deba utilizar sobres o completar talones o cupones (esto incluye todas las transacciones hechas en caja, terminales de autoservicio, home banking, telefónicamente y débito automático).

**100%** de las transacciones sin sobres, talones o cupones

**MAYOR UTILIZACIÓN DE MEDIOS AUTOMÁTICOS**

Las distintas posibilidades para realizar operaciones presenta un cambio de conducta en los clientes, quienes han percibido una mayor comodidad en el uso de medios automáticos.

En 2014 el 85,63% de las transacciones fueron concretadas por medios diferentes a la caja con un incremento del uso de medios automáticos.

Particularmente en el caso de Citibank On Line (Home Banking), el incremento del último mes del año 2014 fue del 21,62%.

Un servicio que se ha percibido satisfactoriamente por nuestros clientes ha sido la posibilidad de **concretar la compra y venta de moneda extranjera por Home Banking**, también eliminando la necesidad de los formularios físicos requeridos ya que toda la información de soporte queda registrada electrónicamente.

**VENTAS CON MENOR IMPACTO AMBIENTAL Y OPTIMIZACIÓN DE TIEMPOS**

Las ventas de productos se realizan utilizando una solución on-line integrada a los sistemas de gestión y evaluación, disponiendo de flujos de trabajo con documentación digitalizada (datos electrónicos e imágenes escaneadas en el mismo punto de venta). Como parte de este proceso, se incluye la verificación del Documento Único de Identidad, a través de una base única para capturar las imágenes del DNI, evitando de esa forma la utilización de fotocopias, escaneo, transporte y archivo de la imagen y minimizando así las posibilidades de fraudes por sustitución de identidad.

**90%** del proceso de ventas se realizan con **documentación digitalizada**

**100%** de los listados reemplazados por **soluciones electrónicas**

**MENOR USO DE PAPEL**

evita la utilización de carpetas y el traslado físico de la documentación de un área a otra para su **evaluación o aprobación.**

**REEMPLAZO DE LISTADOS**

Hemos implementado distintas soluciones electrónicas en reemplazo de los listados que eran impresos de manera centralizada y luego distribuidos a distintas áreas o sucursales, permitiendo la disponibilidad automática de la información, reduciendo drásticamente los requerimientos de insumos y logística. De esta manera, hemos logrado utilizar formularios o documentación en los casos mandatorios según las políticas aplicables y la regulación vigente.

Otras iniciativas implementadas en materia de utilización de papel están relacionadas con la estandarización de sobres utilizados, la reducción de hojas en resúmenes y extractos, la eliminación de avisos de vencimiento de PIL y Caja de Seguridad (incluidos en el statement) y procesos migrados a workflow con imágenes.

Considerando los resúmenes de cuenta y extractos de tarjetas de crédito enviados por mail, la sustitución de listados físicos por electrónicos, y la eliminación de sobres y talones que deban ser utilizados para el pago.

**142.076.196** hojas de papel ahorradas

**+182.521** árboles preservados

**+165.517.269** litros de agua no utilizados

**+3.862.070** kilowatts/hora de electricidad no requerida

**Incorporación de equipos de última generación, construidos con criterios de sustentabilidad:**

**2,67%** incremento en equipos de autoservicio

**6%** de incremento en terminales con reconocimiento de efectivo

Las **ventajas** que presentan estos nuevos equipos son:

- Menor impacto ambiental y acceso para todos
- Mayor uso de material reciclable
- Normas de disposición final
- Mayor eficiencia en el uso del material
- Menor consumo energético
- Su diseño ergonómico permite el acceso y uso a todos los usuarios, incluyendo aquellos que presentan limitaciones de movilidad o requieren el uso de sillas de ruedas
- Eliminación del uso de sobres, talones de depósito o cupones de pago, mediante el reconocimiento en el momento de los fajos de billetes o de cheques que son escaneados en el momento para un proceso de Clearing por imágenes

**IMPRESIÓN DE TARJETAS EN EL MOMENTO**

Nuestro proyecto "Speed" incluye la impresión de tarjetas en el momento y entrega al cliente en mano de manera inmediata, eliminándose los sobres y porta tarjetas, y evitando también el uso de correo o cadetería especial.

**97%**

de las sucursales y centros comerciales cuentan con máquinas embozadoras para imprimir en el momento tarjetas de débito

**37%**

de las sucursales cuentan con máquinas embozadoras para imprimir en el momento tarjetas de crédito

## Sustentabilidad ambiental en nuestros edificios

Adicionalmente a trabajar en pos de la sustentabilidad de nuestras operaciones, trabajamos internamente en disminuir el uso de energía, uso racional del agua, eficiencia energética, emisiones y gestión de residuos. Todo ello nos ha permitido mejorar gradualmente nuestro desempeño ambiental.

## Energía



Los edificios Citicenter y Bartolomé Mitre poseen la certificación "Energy Star", lo cual constituye un reconocimiento al compromiso por gestionar la energía de una manera eficiente.

Se continuó con el recambio de artefactos de iluminación de alto consumo por equivalentes de nueva tecnología que redundan en importantes ahorros en consumo energético.

AÑO	CONSUMO ANUAL DE ENERGÍA (MWh)	VARIACIÓN (MWh)	%
2014	20.374	95	4,6%
2013	20.278	-1.507	-6,9%



## Agua



El agua potable utilizada en los edificios de oficinas y sucursales de Citi Argentina proviene del sistema de red público.

AÑO	CONSUMO DE AGUA	VARIACIÓN (M³)	%
2014	131.439	10.306	8,5%
2013	121.133	32.680	37%

## Emisiones de CO<sub>2</sub>



AÑO	EMISIONES DE CO <sub>2</sub>	VARIACIÓN	%
2014	7.837	-220	-2%
2013	8.057	-587	-7%
2012	8.644	126	1%

## Gestión de residuos



De acuerdo con los objetivos propuestos en 2011, continuamos trabajando en la campaña de separación de residuos en origen en el edificio Citicenter que alberga más de 2.200 colaboradores.

En 2014 se entregaron un total 69,08 toneladas de papel para su reciclaje en comparación con las 79,18 toneladas de 2013.

### PROYECTO CERTIFICACIÓN LEED NUEVA SUCURSAL SALTA

En 2014 comenzamos a trabajar para obtener la certificación LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), desarrollada por la USGBC (United States Green Building Council) y que reconoce desarrollos verdes o amigables con el ambiente.

Esta certificación requiere de buenas prácticas y requisitos al momento de desarrollar una obra, para los cuales el proyecto se certifica dentro de las categorías: Plata, Oro o Platino. La estrategia utilizada por Citi en la implementación de la nueva sucursal asegura la certificación nivel Plata CI (Gold CI - Commercial Interiors).

Dentro de las características sustentables del proyecto se consideran, entre otros, la ubicación de la propiedad, el uso eficiente del agua y la energía, la eliminación de residuos y la calidad del ambiente interior.

### Los principales beneficios de un edificio con una Certificación LEED son:

- **Medio Ambiente:** Los proyectos son diseñados y construidos de manera sustentable, teniendo en cuenta el equilibrio en el uso de los recursos naturales del planeta.
- **Humanos:** Ambientes saludables que contribuyen a la salud de los ocupantes, aumentar la productividad y reducir el absentismo.
- **Financieros:** La apreciación de la propiedad y menores costos operativos al reducir el consumo de energía y agua.

### De acuerdo con las categorías establecidas, Citi ha adoptado las siguientes estrategias para este proyecto:

- **Espacios amigables con el ambiente:** La propiedad está situada en una zona urbana desarrollada que tiene viviendas, centros comerciales, plazas, iglesias, paradas de autobús, estaciones de tren, etc.
- **Eficiencia del agua:** Se utilizaron griferías, garantizando un ahorro de 30% en consumo del agua potable.
- **Eficiencia energética:** Se ha optimizado a través de la instalación de:
  - Los controles automáticos para la iluminación.
  - Lámparas y accesorios eficientes, lo que garantiza una reducción en el uso de la energía.
  - Equipos de climatización (HVAC) que cumplen con los requisitos de la Guía "Advanced Building Core Performance Guide".
  - Equipos y electrodomésticos eficientes que tienen la etiqueta Energy Star.
- **Materiales y residuos:**
  - El proyecto cuenta con espacios adecuados para el almacenamiento y recolección de residuos reciclables.
  - La gestión del proyecto asegura que el 95% de los residuos de la construcción sean correctamente manejados y tratados.
- **Calidad de los ambientes interiores**
  - El proyecto cumple con los requisitos de la norma ASHRAE 90-2007, que regula las tasas de aire exterior del sistema de climatización.
  - Los problemas relacionados con la calidad del aire como resultado de la construcción se redujeron significativamente, para promover la comodidad y el bienestar de los trabajadores y el trabajo de los futuros ocupantes del edificio.
  - Se usaron adhesivos, selladores, pinturas y recubrimientos con bajo VOC (compuestos orgánicos volátiles).



**CITIBANK** 

**CITIBANK** 

 Diners Club  
International

100 AÑOS  
EN ARGENTINA  
1914 - 10 de Noviembre

**5**  **DESEMPEÑO SOCIAL**  
**CAPÍTULO CINCO**



# Compromiso con nuestra gente

Estamos convencidos de que un equipo de colaboradores motivado, capacitado y diverso es el mejor activo para hacer negocios de la manera más exitosa, siempre en un marco ético y de responsabilidad financiera.

Desde nuestro desembarco en Argentina en 1914 y a través de 100 años de trabajo ininterrumpido en el país, hemos entendido que nuestro negocio se basa en la confianza que nuestros clientes depositan en nosotros. Del mismo modo, sabemos que ese valor se cons-

truye día a día gracias al esfuerzo de los 2.868 colaboradores que hacen de Citi una organización profesional, innovadora y confiable.

Para lograr ese compromiso de nuestra gente nos esforzamos para que este siga siendo un gran lugar para trabajar, con las condiciones y beneficios que facilitan el buen desarrollo de nuestros colaboradores y mejoran la calidad de vida de sus familias.



En Citi trabajamos en un ambiente dinámico, emprendedor y altamente profesionalizado. Alentamos la capacitación constante y el trabajo en equipo, no solo con nuestros pares a nivel local, sino con colegas alrededor del mundo. Establecimos instancias de diálogo periódicas para que los colaboradores tengan feedback acerca de su performance y trabajen junto con sus supervisores en la planificación de su carrera, lo cual estimula el desarrollo profesional a partir de las propias inquietudes, capacidades y fortalezas.



REGIÓN	CARGA HORARIA	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Argentina	Full time	940	1.044	<b>1.984</b>
	Part time	331	84	<b>415</b>
<b>TOTAL ARGENTINA</b>		<b>1.271</b>	<b>1.128</b>	<b>2.399</b>
Región (*)	Full time	156	308	<b>464</b>
	Part time	3	2	<b>5</b>
<b>TOTAL REGIÓN</b>		<b>159</b>	<b>310</b>	<b>469</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1.430</b>	<b>1.438</b>	<b>2.868</b>

## TIPO DE CONTRATACIÓN POR JORNADA

REGIÓN	GÉNERO	EMPLEADOS SIN PERSONAL A CARGO	JEFES Y SUPERVISORES	DIRECTORES Y GERENTES	TOTAL
Argentina	Mujeres	1.183	66	22	1.271
	Hombres	938	106	84	1.128
<b>TOTAL ARGENTINA</b>		<b>2.121</b>	<b>172</b>	<b>106</b>	<b>2.399</b>
Región (*)	Mujeres	80	49	29	158
	Hombres	145	97	69	311
<b>TOTAL REGIÓN</b>		<b>225</b>	<b>146</b>	<b>98</b>	<b>469</b>
<b>TOTAL</b>		<b>2.346</b>	<b>318</b>	<b>204</b>	<b>2.868</b>

(\*) Empleados con base en Argentina que desempeñan tareas para el negocio regional.

## Nuestra propuesta de valor

El objetivo fundamental de nuestra propuesta es atraer, desarrollar y retener al mejor talento del mercado, brindándole a nuestra gente oportunidades de crecimiento profesional y desafíos constantes. Cuando se abre una posición, iniciamos la búsqueda internamente, publicando los requisitos necesarios para que aquel candidato que posea las competencias organizacionales definidas pueda postularse.

**Los líderes de negocio en Citi se definen -en lo que llamamos nuestros Estándares de Liderazgo- con las siguientes competencias:**

- Ofrecer valor al cliente, tanto interno como externo.
- Producir y lograr resultados sostenibles.
- Trabajar como socios creando "One Citi".
- Liderar el cambio iniciando y acelerando modificaciones productivas e innovadoras que respaldan la visión y estrategia global de Citi.
- Actuar como dueño, tomando decisiones prudentes
- Construir equipos de excelencia promoviendo el talento, el aprendizaje y el desarrollo.

Para ello, desarrollamos un modelo de evaluación que permite que las funciones, objetivos y magnitudes de cada posición sean analizados de acuerdo con parámetros homogéneos, bajo los mismos criterios y teniendo en cuenta el respectivo peso relativo dentro de la organización. Así, empleados de diferentes áreas que cumplen distintas tareas, pero de responsabilidad y características similares, comparten los mismos estándares en cuanto a escala salarial, beneficios, etc.

Nuestros beneficios surgen de una política centrada en el bienestar de los empleados como reflejo de nuestro clima organizacional, fundada en la motivación de que todos obtengan beneficios especiales y distintos. Sobre este aspecto basamos, también, nuestra política de compensaciones relacionada con el desempeño. Cada año iniciamos el proceso de fijación de objetivos y de revisión, el cual se inicia con una autoevaluación que cada colaborador hace de su performance y

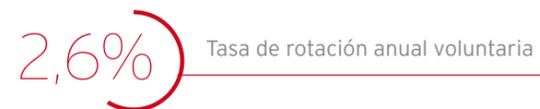
luego comparte con su supervisor; este será quien defina la evaluación final, en un ranking del 1 al 5, que procura asegurar la objetividad a través de todo Citi.

Dentro de nuestra paleta de beneficios, proponemos como meta para 2015 contar nuevamente con el beneficio de crédito hipotecario para nuestro personal.

### RECLUTAMIENTO

En consonancia con nuestro objetivo, el proceso de reclutamiento y selección de nuevos colaboradores es fundamental para la composición diversa de la dotación de nuestras unidades de trabajo. Por ello, además de los requisitos necesarios para la posición, buscamos candidatos que demuestren la capacidad de poder integrarse y adaptarse a la cultura.

Un adecuado proceso de selección de candidatos, nuestro proceso de inducción integral y el apoyo institucional constante para nuestros colaboradores, nos ha permitido contar con una tasa de rotación anual voluntaria de 2,6%.



Para asegurar la diversidad en el reclutamiento de colaboradores, utilizamos un abanico de fuentes de reclutamiento, tanto internas como externas:

#### INTERNAS

- **Mi Carrera**

Esta iniciativa de gestión del propio desarrollo cuenta con una herramienta fundamental para la carrera de nuestros empleados: el programa de oportunidades de puestos vacantes "Job Posting". La información de las opciones disponibles se publica en la página web "Citi Careers" -espacio al cual todos pueden acceder- y llega a todos los colaboradores a través del correo electrónico. Del mismo modo, cuando el proceso de búsqueda está definido, el resultado tiene la misma difusión, lo cual aporta transparencia al proceso y estimula a cada colaborador para que participe activamente en la búsqueda de nuevas oportunidades. Este programa fue relanzado en 2014 bajo el nombre "Mi carrera 2.0" como un avance hacia la actitud proactiva de los colaboradores en cuanto a convertirse en los dueños de su carrera, ejercer un adecuado balance entre el ámbito personal y el profesional, asegurar la representación de la mujer y la efectividad de los managers. En esta misma línea se creó también la herramienta "Mi Carrera Interactiva" a fin facilitar la construcción de planes de desarrollo sólidos, con objetivos factibles de ser alcanzados.

- **Taleo**

Es otra herramienta de gestión de búsqueda que Citi utiliza en todo el mundo, para gestionar y compartir la postulación de nuevos talentos, brindando la oportunidad de realizar una carrera local o internacional.

- **Citi Careers**

Se trata de un portal web interno en el cual se encuentran publicadas todas las vacantes abiertas en cualquier locación en la que Citi está presente.

#### EXTERNAS

- **Universidades**

Más del 75% de nuestras búsquedas ingresan a las bolsas de trabajo de las universidades.

- **Programa de referidos**

En la actualidad más del 60% de las vacantes abiertas al mercado externo son cubiertas con candidatos recomendados por empleados de Citi, lo que demuestra la importancia de que exista un match cultural entre los empleados y el banco.

- **LinkedIn**

Herramienta de atracción de talento que permite captar potenciales candidatos en el mercado.

Para seleccionar postulantes y siguiendo con la política de diversidad de la empresa, recurrimos a la técnica de entrevista por competencias, asegurándonos que el candidato cuente con las habilidades clave para la posición evaluada. Nos enfocamos en atraer, identificar y contratar al personal que reúna los conocimientos, habilidades y experiencias que la posición necesite. Al momento de establecer las ternas seleccionadas para la cobertura de cualquier vacante, insistimos en contar con por lo menos una mujer entre los candidatos. Además, con el objetivo de aportar versatilidad en los perfiles y una mirada con foco en la diversidad, siempre hay por lo menos una mujer entre los entrevistadores.

Del total de búsquedas en 2014, el 80% fue cubierto internamente, lo cual es un testimonio del compromiso que Citi tiene con el crecimiento de sus empleados, priorizando las oportunidades de carrera y desarrollo interno de los colaboradores al momento de cubrir una posición.



### TESTIMONIO 100 AÑOS

de Citi Argentina

*"En Citi, el talento es un valor diferencial y pilar de nuestra cultura. Aquí encontramos los estímulos y herramientas para desarrollarnos profesionalmente y así convertirnos en los líderes que queremos ser".*



## Programas de pasantías

Como muestra del compromiso de Citi para con la educación universitaria, ofrecemos Programas de Pasantías a través de acuerdos con las universidades más prestigiosas del país, que otorgan a los estudiantes universitarios la posibilidad de vivir una experiencia de aprendizaje que contribuya a su formación profesional, facilitándole la transición entre la universidad y el mundo laboral.

**La tasa de rotación de nuestro programa de pasantía es de 83% logrando altos niveles de compromiso y retención en los jóvenes talentos.**

**Efectivizar alrededor del 50% en diferentes áreas:** Uno de los mayores atractivos de este Programa radica en la posibilidad que tienen los pasantes de aprender y experimentar en su primer trabajo interactuando con profesionales de otros países (por ej. Brasil). La experiencia nos indica que las universidades están muy abiertas e interesadas por este tipo de eventos que brindan a sus alumnos la posibilidad de contactarse con una empresa líder y potencial empleador y que, en caso de quedar seleccionados, les dará la posibilidad de acceder a una formación especializada adicional y sin costo. Por otra parte, estas prácticas nos han dado un excelente resultado en términos de posicionamiento como Employer of Choice por la oportunidad de acercarse a las distintas áreas un número interesante de candidatos para ser evaluados a un bajo costo y con el potencial necesario para, en una segunda etapa, incorporarlos como colaboradores staff.

**Management Associates (Jóvenes Profesionales):** con el objetivo de identificar y atraer talentos para formar futuros líderes que en el largo plazo posean una vasta experiencia en el banco, se diseñaron programas de rotación intra-área brindándoles a los candidatos la posibilidad de desarrollar una mirada global sobre las necesidades y oportunidades de cada unidad de trabajo y sector.

**CITizens:** el programa está dirigido específicamente a candidatos de alto potencial interesados en desarrollar sus carreras dentro de los mercados emergentes que hoy son considerados estratégicos dentro de la estrategia de mediano y largo plazo del banco.

A los candidatos seleccionados se les diseña un programa de entre 12 y 24 meses de duración y se les brinda la oportunidad de desarrollo a través de los diferentes negocios del Banco mediante la asignación de proyectos de seis meses. Para fomentar una formación integral, las rotaciones se realizan en diferentes filiales del mundo. Las ubicaciones finales serán determinadas por el perfil del candidato, sus intereses profesionales y por las necesidades del negocio. Cada uno de los candidatos seleccionados es acompañado por un mentor, quien tiene como reto convertirse en un miembro de la red de apoyo para el asociado.

## Diversidad

“La diversidad dentro de Citi refleja la diversidad de nuestros clientes y comunidades a las que servimos alrededor del mundo...”

**MIKE CORBAT** | Chief Executive Officer, Citigroup

### LA MUJER, UNA PRIORIDAD PARA CITI

En Citi promovemos un ambiente de trabajo inclusivo, considerando las singularidades como aquellos rasgos que nos definen y a la vez enriquecen la base de talento que constituye nuestra ventaja competitiva. La presencia de mujeres en nuestra dotación ha sido desde siempre una característica de nuestra organización, tanto en posiciones de línea como en cargos ejecutivos; en materia de salarios, se definen en función del cargo desempeñado, sin tener en cuenta el género.



### Semana de la Diversidad

A través de la región se eligió esta semana para enfatizar la promoción de la cultura inclusiva, un componente clave de la estrategia de Citi a nivel global en pos de la Diversidad. En Argentina se organizaron diferentes talleres y eventos, incluyendo desde sesiones de stand-up hasta jornadas de reflexión con las hijas de los colaboradores y el lanzamiento de la Red de Citi Alumni (ver aparte).

### Conecteen

Por primera vez en 2014 esta actividad se realizó en tres países de Latinoamérica: Argentina, Brasil y Colombia. Como parte de la celebración de la Semana de la Diversidad, convocamos a las hijas adolescentes de nuestros colaboradores para reflexionar juntos sobre los valores que nos convocan como sociedad y a reconocer nuestras fortalezas y oportunidades, a través de talleres de empoderamiento y creatividad. Con la presencia de nuestro CEO, Gabriel Ribisich compartiendo su experiencia al ingresar al mundo del trabajo, las futuras líderes y sus padres discutieron sobre estrategias efectivas de crecimiento y desarrollo de la mujer en el ámbito laboral.

### Citi Argentina Alumni Network

El 3 de junio tuvo lugar en el Malba el lanzamiento de convocatoria para ex Citi Seniors para continuar aportando a la riqueza de nuestro liderazgo e identidad como corporación. El cocktail, al que asistieron 130 invitados, incluyó una presentación a cargo del anfitrión, Gabriel Ribisich y un tour guiado por la muestra del fotógrafo Mario Testino, expuesta en ese momento en el Museo.



### En 2014 hemos igualado la cantidad de hombres y mujeres que integran nuestra organización



### EMPRESAS POR LA IGUALDAD

En 2014 nos sumamos al grupo de trabajo “Empresas por la Igualdad”, junto a otras 22 empresas de diferentes industrias y tamaños, organizado por la Red Argentina del Pacto Global de Naciones Unidas, el PNUD Argentina y Carrefour Argentina.

Este grupo de trabajo tiene la intención de ayudar a las empresas a comprender y posteriormente aplicar los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres propuestos por el Pacto Global y ONU Mujeres. En este sentido se utilizarán, entre otras herramientas, la Guía de Igualdad de Género en las Empresas elaborada por el Área de Género del Centro Regional para América Latina y el Caribe del PNUD.

**COMITÉ DE MUJERES**  
(Women's Council)

Se trata de un ámbito de networking para las empleadas de Citi cuyo objetivo es la creación de espacios para compartir experiencias, a fin de colaborar con el desarrollo de todas las mujeres y promover el mix de talentos en términos de género, apalancando el crecimiento de mujeres a posiciones más ejecutivas.

Para Citi es estratégico potenciar el valor diferencial que el género femenino tiene para aportar, ya que consideramos que así se asegura un liderazgo de éxito y se balancean las habilidades que ambos géneros tienen como fortalezas.

**90%**  
de nuestros colaboradores expresaron:

*"Aquí el personal es tratado en forma justa independientemente de su sexo"*

En cuanto a la diversidad etaria, si bien el mayor porcentaje de empleados se encuentra entre los 36 y 45 años, todas las franjas etarias están representadas en nuestra organización.

REGIÓN	GRUPO ETARIO	GÉNERO		TOTAL
		MUJERES	HOMBRES	
Argentina	de 26 a 34 años	392	267	<b>659</b>
	de 35 a 44 años	495	412	<b>907</b>
	de 45 a 54 años	255	303	<b>558</b>
	Más de 55 años	69	106	<b>175</b>
	hasta 25 años	60	40	<b>100</b>
<b>TOTAL ARGENTINA</b>		<b>1.271</b>	<b>1.128</b>	<b>2.399</b>
Región (*)	de 26 a 34 años	41	85	<b>126</b>
	de 35 a 44 años	62	139	<b>201</b>
	de 45 a 54 años	40	60	<b>100</b>
	Más de 55 años	5	13	<b>18</b>
	hasta 25 años	8	16	<b>24</b>
<b>TOTAL REGIÓN</b>		<b>156</b>	<b>313</b>	<b>469</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1.427</b>	<b>1.441</b>	<b>2.868</b>

**CITI**



**92%**  
de nuestros colaboradores expresaron:

*"Me tratan con respeto y dignidad en el trabajo"*

**PROGRAMA DE MENTOREO VV GROW**

En conjunto con la Red de Mujeres Empresarias de Voces Vitales Argentina, Citi Argentina participó del programa de Mentoreo VV GROW (VV Crece).

Con el apoyo de Citi Foundation, Vital Voices Global Partnership y las Redes de Mujeres de Negocios de África, Oriente Medio, Norte de África y Latinoamérica, este programa se desarrolló en simultáneo en Kenia, Egipto y El Salvador.

El propósito de esta iniciativa es apoyar a mujeres emprendedoras dueñas de pymes a lograr el crecimiento de sus negocios y mejorar sus operaciones, adquiriendo mayores conocimientos, habilidades y conexiones.

En tal sentido, Voces Vitales Argentina realizó la convocatoria y selección de 10 mentees (beneficiarias que reciben el asesoramiento de una mentora), dueñas de pymes argentinas que cumplieran con determinadas condiciones establecidas en las bases del programa. Como contraparte, en Citi hicimos un proceso de selección de aquellas mujeres que cumplirían el rol de mentoras, seleccionando entre las voluntarias a ejecutivas con perfil, experiencia y vocación para asumir esta responsabilidad.

El programa tuvo una duración de 6 meses y su cierre se efectuó con un evento en el Malba en abril de 2014. El feedback que acercaron las mentoras fue muy bueno, destacando que esta experiencia las enriqueció tanto en lo profesional como en lo personal.



Gabriel Ribisich y Gabriela Terminielli de Voces Vitales Argentina

## Formación y desarrollo

En materia de Gestión de Desempeño, durante sus diferentes etapas se comunica la importancia que asume la participación de los empleados en este proceso, que alcanza al 100% de la población. Para la promoción y difusión de esta iniciativa se desarrolla e implementa una Campaña de Comunicación específica.

Dentro de este proceso, las reuniones de feedback de mitad de año y de fin de año entre colaborador y manager son fundamentales, ya que estos espacios brindan la posibilidad de alinear expectativas, de conversar sobre el desempeño, de trazar juntos un plan de desarrollo, y además de profundizar el vínculo entre el colaborador y su supervisor. Ambas partes reciben entrenamiento a través de workshops, webinars o brainsharks, para que estas conversaciones sean eficaces y se asegure su cumplimiento.

Para brindar oportunidades de desarrollo que den más sentido a las perspectivas profesionales y de carrera en la organización, hemos lanzado el Programa de Mentoring para Emerging Leaders con la participación de 40 duplas formadas por un Emerging Leader y un mentor, donde este facilita el desarrollo de su mentee compartiendo experiencias, perspectivas, valores y recursos.

Los Emerging Leaders o mentees son colaboradores cuyo desempeño evidencia oportunidades de crecimiento en algún componente de potencial o estándar de liderazgo. El programa comprende diferentes actividades que el mentee puede desarrollar para llevar adelante su experiencia.

Con el objetivo de fortalecer las habilidades de liderazgo de nuestros mandos medios, hemos lanzado este año en todos los países de LATAM el programa "Líder Positivo" (Líder +). Surge a raíz de identificar oportunidades de mejora en áreas lideradas por supervisores complementando nuestros esfuerzos actuales de mejora de clima organizacional.

En Citi ofrecemos a nuestros colaboradores la posibilidad de aprendizaje permanente mediante:

- **Training Presencial y Virtual**
- **Convenio con Institutos y Universidades**
- **Esponsoreos MBA**
- **Univerciti**
- **Clases de Idioma**

### TRAINING PRESENCIAL

**802** PARTICIPANTES  
**19 cursos** **54%** de participación  
**14.128** horas totales

### TRAINING VIRTUAL

**693** PARTICIPANTES  
**24 cursos** **24%** de participación  
**1.040** horas totales

**21** horas promedio de capacitación tuvieron los empleados durante **2014**.

**21** horas promedio de capacitación tuvieron los empleados durante **2013**.

**81%**  
 de nuestros empleados expresaron:

*"Citi ofrece experiencias de aprendizaje para el desarrollo"*

En Citi pensamos que es fundamental la participación de cada colaborador en la Gestión de su Desempeño, que alcanza al 100% de nuestra dotación.

- **My Career Journey**
- **Women Council - sponsor de desarrollo de nuestras mujeres**
- **Programa Líder +**
- **IDP (Individual Development Plan): construcción de planes de desarrollo individual**
- **Programa gerencial IAE**
- **Country Top Talent Program - Designaciones de talento**
- **Programa de Mentoreo**
- **IP (Individual Profile): resumen online en GTMS**
- **Staffing Interno a través de Job Postings**

#### Construyendo juntos el desarrollo:

- Campaña performance-goals-feedback
- Conversaciones de desarrollo
- Reunión de gerentes, Town Hall Areas, Town Hall Jane Fraser
- Mailing, Web Citi for You, Intranet, Teles, Carteleras

#### HERRAMIENTAS DE RECONOCIMIENTO A NUESTROS COLABORADORES

A través del reconocimiento impulsamos un clima de gratitud como sostén y modelo a seguir:

- **Programas destacados y hechos de equipo**
- **Reconocimiento a la trayectoria (Citibanker)**
- **Galaxy of Thanks**
- **Programa de reconocimiento por antigüedad. Anniversary Program**



**Giselle Furio**  
 Operaciones & Tecnología de Argentina

Participó en la edición del programa de desarrollo regional 2014. "El Citi siempre te sorprende y te estimula a seguir aprendiendo. Este año fui elegida para participar del Curso "I lead American's AVP Program" dictado en NYC, en donde pude no solo continuar con mi currícula de Liderazgo sino además compartir aprendizajes con personas de toda América. Esta experiencia fue única y sumamente enriquecedora para mi carrera. Me llena de orgullo pertenecer a esta gran compañía que siempre te brinda posibilidades para seguir desarrollándote y crecer, no solo en lo profesional sino también en lo personal".



#### PROGRAMA DE DESARROLLO REGIONAL

Se trata del programa de desarrollo de mandos medios de las áreas de Operaciones & Tecnología destinado a talentos y tiene el objetivo de acelerar el desarrollo para tomar roles de mayor responsabilidad en menores tiempos. Las personas seleccionadas pertenecen a la región Latam y son reconocidas por su desempeño sólido y por su alto potencial de desarrollo.



## Beneficios a colaboradores

Con el objetivo de promover el balance vida personal y laboral, en Citi contamos con una serie de beneficios y servicios que están pensados para facilitar las distintas necesidades de nuestros colaboradores. Dichos beneficios aplican tanto a los colaboradores full time como part time.

- |                                                                                     |                                          |                                                                                       |                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
|    | <b>GIMNASIO</b>                          |    | <b>DELIVERY DE FARMACIA</b>                                 |
|   | <b>CLASES DE YOGA</b>                    |   | <b>CAFETERÍA DE COMEDOR</b>                                 |
|  | <b>CLASES DE PILATES</b>                 |  | <b>CENTRO DE CONSULTAS DE PREPAGAS</b>                      |
|  | <b>SESIONES DE MASAJES</b>               |  | <b>CENTRO DE CONSULTA SOBRE TEMAS CONTABLES/IMPOSITIVOS</b> |
|  | <b>CONSULTORIO MÉDICO</b>                |  | <b>PROGRAMA FLEX-VERANO Y MEDIOADÍA DE CUMPLEAÑOS</b>       |
|  | <b>LACTARIO</b>                          |  | <b>CANCHA DE FÚTBOL EN CITICENTER</b>                       |
|  | <b>SUCURSAL EXCLUSIVA PARA EMPLEADOS</b> |  | <b>REINTEGRO DE GUARDERÍA</b>                               |

**79%**  
de nuestros colaboradores respondieron:

*“Puedo tomarme tiempo libre para resolver mis asuntos personales cuando necesito”*

En Citi también acompañamos a nuestros colaboradores en los momentos más significativos de sus vidas:

- **Préstamos de emergencia:** a tasas significativamente más bajas que las de mercado para ayudar a los empleados frente a situaciones críticas.
- **Préstamos personales.**
- **Planes de medicina prepaga y servicios de emergencia médica.**
- **Casamiento:** se les otorga un día adicional a lo establecido por ley o convenio de trabajo.
- **Nacimientos:** los padres reciben un ajuar de regalo.

### CITI SALUD

Cuidar de nuestros colaboradores, significa proveerles de herramientas para un cuidado adecuado de su salud:

- Cobertura Médica
- Consultorio Médico
- Emergencias médicas /Servicio de ambulancias
- Seguro de vida

### CITICLUB, UN CLUB PARA TODOS

Con el objetivo de promover la calidad de vida de nuestros empleados, continuamos desarrollando actividades y convenios relacionados con el deporte y la salud. A su vez, fomentamos el desarrollo de actividades culturales, sociales y familiares.

**91,32%** de los empleados son socios Citiclub

### REMUNERACIONES

Citi posee políticas y procedimientos definidos para el diseño y la estructura del sistema de incentivos económicos a sus empleados. Estos mismos consisten en políticas de compensación, esquemas remunerativos fijos y variables y definición de los empleados que se considera son tomadores de riesgo material.

Las políticas de retribuciones de Citi son aplicadas a nivel país y los lineamientos dependerán de cada línea de negocio o función. Cada unidad recibe las directrices que rigen para las remuneraciones de sus equipos, las cuales son diseñadas y aprobadas por las oficinas centrales de la Organización.

Adicionalmente, los procesos y lineamientos de remuneraciones son revisados anualmente por el Comité de Incentivos al Personal; y analizados y aprobados por instancias superiores al Senior Management del país, siguiendo la filosofía y los objetivos de las compensaciones de Citibank así como también las políticas y prácticas establecidas.

La política salarial de Citi establece rangos de remuneración considerando únicamente la función y el nivel de responsabilidad y control de riesgos, garantizando así la equidad de género, ya que el mismo no influye en la definición del salario.

Los programas de compensación variable que alcanzan a las fuerzas de comercialización son analizados y aprobados por el Comité de Compensación Variable con frecuencia mensual, trimestral o semestral.

A su vez, Citi contrata los servicios de una consultora externa para realizar una encuesta sobre compensaciones de la industria. Los resultados son tomados como referencia a fin de mantener la competitividad externa, la equidad interna y la atracción/retención de talentos.

### Los principales objetivos de compensación son:

- Incrementar el valor para el accionista a través de la Práctica de Finanzas Responsables.
- Facilitar la competitividad para atraer y retener a los mejores talentos.
- Promover la meritocracia a través del reconocimiento de las contribuciones de los empleados.
- Mitigar el riesgo a través de prácticas de compensaciones sanas/seguras.
- Brindar transparencia a empleados, accionistas y demás interesados.

# Clima organizacional

La mejora en el clima laboral ha sido un tema clave en la agenda de nuestro CCO, Gabriel Ribisich. El énfasis puesto en hacer de Citi el mejor lugar para trabajar ha sido desde el primer momento motivo de fuerte dedicación.

Los principales mecanismos que utilizamos para escuchar a nuestros colaboradores son:

- **Comité de Clima.**
- **Voice of Employee (la voz del Empleado).**
- **Encuesta Great Place to Work.**

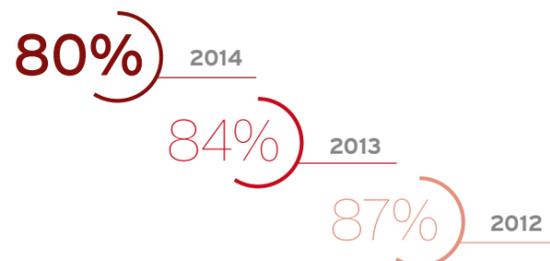
## COMITÉ DE CLIMA

Este comité -creado en mayo de 2013- está integrado por empleados de las distintas áreas del Banco, todos referentes y líderes de opinión, con gran capacidad de escucha y de interpretación del decir de nuestra gente. Con el apoyo incondicional del Sr. Management y de Recursos Humanos, el comité tiene como objetivo escuchar, todos los días, las opiniones y necesidades de nuestros colaboradores en relación a la mejora de nuestras políticas y prácticas.

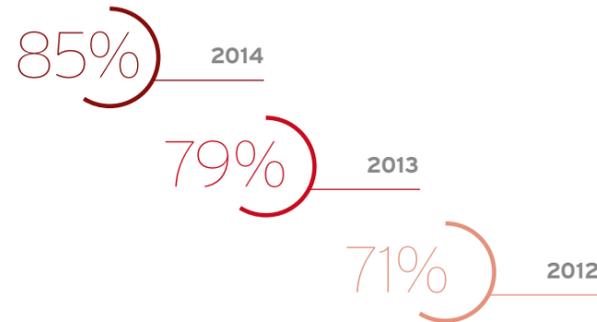
## LA VOZ DEL EMPLEADO

La VOE es una encuesta anual de clima, utilizada a nivel global, que ofrece la posibilidad de hacer llegar la voz de cada uno de nuestros colaboradores a toda la organización. Esta encuesta es parte de la cultura Citi como una herramienta del proceso continuo de mejora del ambiente de trabajo.

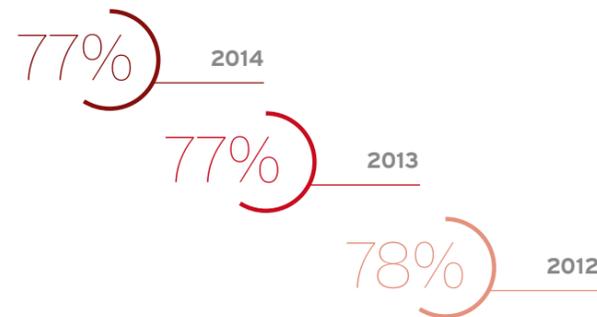
## Satisfacción con el equilibrio entre el trabajo y la vida personal.



## Satisfacción con la formación y el desarrollo que les brinda el banco.



## Satisfacción con la cultura de comunicación interna.



## Alcanzamos el 6º puesto entre las mejores empresas para trabajar en la Argentina.

### GREAT PLACE TO WORK (GPTW)

Cada año, Great Place to Work® publica los resultados de su encuesta de calidad de vida laboral en la cual participan 7.200 compañías y 5 millones de empleados en todo el mundo.

En Argentina, la presentación de esos resultados tuvo lugar el 10 de noviembre (una fecha muy especial para nosotros, ya que coincidía con el 100º aniversario de la llegada de Citi al país). Para sumar a

esta Celebración, obtuvimos el 6º puesto entre las compañías con más de 1000 empleados. Federico Racioppi, Director de Recursos Humanos, remarcó la relevancia del Comité de Clima en este logro, como uno de los canales más importantes de feedback de nuestro grupo de interés interno y del compromiso de Citi para estar entre los mejores empleadores de la Argentina.

Año	En la Argentina
2010	11º
2011	5º
2012	5º
2013	6º
2014	6º

### Participación de los empleados en ambas encuestas

	2014	2013	2012
VOE	91,46%	93,7%	92,4%
GPTW	93,69%	94%	94%

### Índice de satisfacción en ambas encuestas

	2014	2013	2012
VOE	79%	81%	81%
GPTW	73%	77%	80%

## NUESTROS LÍDERES, FUENTE CONSTANTE DE INSPIRACIÓN

Nuestros líderes, tanto Gabriel Ribisich (CCO Argentina), como Juan Bruchou (CEO South Region) y Francisco Aristeguieta (CEO Latam), así como todos aquellos que hemos tenido la oportunidad de conocer a través de sus visitas, tienen una capacidad de liderazgo, una claridad de conceptos y una energía que transmiten en cada oportunidad, que sin lugar a dudas, da cuenta del valor del rol del Manager para Citi.

## TOWN HALL MEETINGS

El Town Hall Meeting es el evento más importante para nuestra franquicia, ya que es el momento en el que nuestro CCO, frente a toda nuestra gente, refuerza nuestros valores, comparte la estrategia a seguir, actualiza el status del negocio y las principales novedades a nivel global, regional y local, reconociendo el excelente desempeño y trayectoria de compañeros. Asimismo periódicamente contamos con visitas regionales y globales, eventos importantes en los cuales tenemos el privilegio de escuchar a nuestros líderes extranjeros.

## OFFSITES

Son encuentros cuatrimestrales que realizamos los equipos de trabajo -generalmente fuera del banco- con el objetivo de mantener una comunicación fluida con el director de cada área fortaleciendo la integración y el trabajo en equipo. Estos espacios se han convertido en el ámbito ideal para reconocer, a través del programa de reconocimientos del banco, a quienes se destacan.

## REUNIONES CREATIVAS

Con el objetivo de trabajar la creatividad y la innovación sobre el trabajo diario, algunas áreas han tomado como práctica hacer reuniones inspiracionales en ambientes cálidos y relajados. Facilitado por el área de RRHH, por ejemplo, el equipo de Gerentes de Sucursales se reúne periódicamente para una sesión de ocio creativo. Este evento tuvo excelentes repercusiones y logró la amalgama perfecta entre:

**EQUIPO - INNOVACIÓN - CREATIVIDAD - CLIENTE**

# Sociedad

## La cultura y el deporte

En Citi promovemos el arte y la cultura, acompañando a nuestros clientes en las actividades que eligen para su tiempo libre, su entretenimiento y su descanso, y contribuyendo al acervo cultural, artístico y deportivo de nuestro país.

- Apoyamos a muestras de arte, producciones teatrales y espectáculos de calidad internacional.
- Generamos espacios para que nuestros artistas muestren su talento.
- Queremos que nuestros deportistas compitan por más y mejores logros.

### CITI Y LA CULTURA

A través de los años, nos hemos posicionado como una institución que no sólo brinda servicios y soluciones financieras sino que genera y ofrece valor alrededor de la cultura, el arte y el entretenimiento. Contamos con un programa de apoyo y acompañamiento económico a obras de teatro, museos, conciertos y otras expresiones artísticas; que realizamos en forma directa, o a través de alianzas estratégicas. Durante 2014 hemos auspiciado diferentes obras de teatro tales como:

- Forever Young
- Lluvia de Plata
- Le Prenom
- Violetta
- Disney On Ice
- Disney Live
- Vale Todo
- La Casa de Bernarda Alba
- La Dama de Negro
- Más Allá Del Arco Iris
- 33 Variaciones
- Amadeus
- Dos Pícaros Sinvergüenzas
- Novecento

Citi continuó durante 2014 su alianza con el Grupo La Plaza, auspiciando las obras que se ofrecen al público en las distintas salas del comple-

jo: Los Elegidos, Painkiller, Más Canchero, Quién es el Sr. Schmitt, Red, Una relación pornográfica, Rococó, La plaza de los chicos.

### MÚSICA

En 2014 auspiciamos el Ciclo de Conciertos de Mozarteum en el Teatro Colón y el gran acontecimiento musical del año: el concierto del Maestro Barenboim al frente de la West-Eastern Divan Orchestra, integrada por músicos israelíes y palestinos, junto a la pianista Martha Argerich.

### MODA

Nuevamente y por séptimo año consecutivo, participamos como sponsor de Bafweek otoño-invierno 2014, el principal encuentro de la moda local que reúne marcas y diseñadores que marcan las tendencias de la próxima temporada.

Este año Citi fue sponsor de la celebración del 10º Aniversario de Cora Groppo y acompañó a la diseñadora, en este festejo por una década junto a la moda, en su desfile de presentación de la colección "Remixada". Para definir este desfile Cora Groppo explicó que se recurrió al archivo de la marca, seleccionaron las prendas y volvieron a combinarlas, permitiéndose mezclar todo para así lograr resumir una década de historia en 60 pasadas.

### ARTE

#### // Malba

En el marco de nuestro compromiso con la cultura, el arte y el coleccionismo, somos sponsor corporativo del Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA). En virtud de este acuerdo, tenemos presencia en las muestras más importantes que se realizan en el museo.



Gabriel Ribisich y Alec Oxenford

#### // ArteBA 2014

En el marco del Programa de Adquisiciones de la Feria de Arte Contemporáneo de Buenos Aires (arteBA), Citi realizó una donación de U\$S 25.000 (veinticinco mil dólares) a Malba - Fundación Costantini, que adquirió para su colección una pieza histórica de la artista argentina Margarita Paksa (Buenos Aires 1933), pionera del arte conceptual en el país.

La obra fue adquirida a la galería Document Art y reviste gran importancia para Malba, que ya contaba con un acrílico sin título de 1969 donado por la artista. Se trata de la obra "Es tarde" (1976), de la serie de Escrituras Secretas realizada con ruedas plásticas de colores sobre una base de aluminio, que permite leer la frase "Es tarde". "La serie habla de cosas políticas, sociales, íntimas también. Por eso elegí el término de escrituras secretas: lo escribía en secreto. Me dije: yo no quiero ni quise hacer un cartel; en este caso lo habría hecho para que se leyera a diez metros de distancia. Muy por el contrario, lo escribí de manera tal que prácticamente cuesta leerlo, porque es muy íntimo, porque está hecho para que lo leas para adentro, lo internalices, para que lo lea el espectador y quien lo hizo", explica la artista en el catálogo de la retrospectiva que le organizó el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires en 2012/2013.

Cabe mencionar que por 6º año consecutivo, Citi está presente en arteBA y en esta edición está al frente de una de las novedades de la

feria: Photobooth Citi, un área especial dedicada a la fotografía donde participarán, a través de seis galerías, 10 artistas históricos y contemporáneos de Argentina, Israel y Brasil. El flamante espacio Photobooth Citi cuenta con la curaduría de Octavio Zaya y está integrado por las galerías: Chelouche Gallery (Israel) y su artista representado será Miki Kratsman; Document Art Gallery (Argentina) con Zoé Vizcaíno; Jorge Mara - La Ruche (Argentina) con trabajos de Adriana Lestido; Vasari (Argentina) con obras de Alicia D'Amico, Juan Di Sandro y Annemarie Heinrich; Rolf Art (Argentina) con Marcelo Brodsky, Milagros de la Torre y Facundo de Zuviría; y Vermelho (Brasil) con fotos de Rafael Aseff.

Como en las ediciones anteriores y en su calidad de Silver Sponsor, Citi es anfitrión del preopening que se lleva a cabo dos días antes de la apertura oficial de la feria, ofreciendo a sus invitados la oportunidad de visitar arteBA y adquirir obras antes de la inauguración para el público y ofrece el asesoramiento en la compra de arte contemporáneo ART ADVISORY by CITI, un servicio gratuito, profesional e independiente a cargo de la española Elisa Hernando de Arte Global.

Citi es la tarjeta oficial de la feria y brinda beneficios como el 2+1 en la compra de entradas, una caja preferencial de Citi y 20% de descuento en la adquisición del catálogo.

Obra de Margarita Paksa



**// "Arte Espacio, Almacén de Arte"**

Citi acompañó en calidad de main sponsor la sexta edición de esta muestra que se llevó a cabo en agosto en Multiespacio Darwin, Hipódromo de San Isidro.

En esta edición de la exitosa muestra que fue creada para la autogestión de artistas, más de 150 artistas visuales, consagrados y emergentes montaron allí su propio espacio bajo la premisa de estar en contacto directo con el público visitante.

En el stand del Citi, el reconocido artista Augusto Zanela realizó una intervención del espacio con una obra que le propuso al público un juego óptico, mediante el cual la obra se vuelve tridimensional y el espectador frente a ella vivió una nueva experiencia, bajo el solgan "Estamos hechos de experiencias".

*La Cultura es nuestra alianza más fuerte*

**CITI Y EL DEPORTE**

**Rugby**

Unión de Rugby de Buenos Aires (URBA): Poseemos un acuerdo que consiste en la presencia de marca y stands en las semifinales y finales de los torneos.

**Polo**

Desde 2008 somos sponsors de Ellerstina, uno de los principales equipos de la Argentina y del mundo y en 2014 fuimos sponsors del Abierto de Tortugas.

Queremos acercarnos a nuestros clientes aquello que constituye una pasión



## Inversión social

Más allá de nuestras actividades comerciales, en Citi tenemos un compromiso en pos de **generar oportunidades de crecimiento y mejora en la calidad de vida de las comunidades** en las que operamos.

En nuestro esfuerzo por participar del progreso económico y social de la Argentina, establecemos alianzas con organizaciones de la sociedad civil de reconocida trayectoria en el medio local. De este modo, logramos combinar la experiencia de campo y el conocimiento de la problemática a abordar que caracterizan a nuestros aliados con nuestro expertise, nuestra escala global y nuestra voluntad de participar como inversor social para alcanzar los objetivos propuestos de la forma más eficiente y con resultados medibles.

Para ello, colaboramos con proyectos de inclusión financiera y empoderamiento de la fuerza de trabajo del mañana a través de diversos proyectos que se ajustan a los lineamientos de acción establecidos por Citi Foundation. La misión de la Fundación es incrementar la inclusión laboral de poblaciones de bajos recursos y facilitar el progreso económico en aquellas zonas en las que Citi está presente.

En 2014 la propuesta de Citi Foundation para la inversión social de la compañía abarcó las siguientes áreas de inclusión social y financiera:

ÁREA FOCAL DE INCLUSIÓN FINANCIERA	OBJETIVO PERSEGUIDO
<b>ALFABETIZACIÓN FINANCIERA</b>	Cambio positivo en la conducta financiera de personas de bajos recursos.
<b>IMPULSO A LAS MICROFINANZAS</b>	Apoyar la creación de herramientas para facilitar el acceso a productos financieros y capital.
<b>DESARROLLO DE PEQUEÑOS NEGOCIOS</b>	Fomentar la creación de emprendimientos que generen posiciones de trabajo.
<b>INCLUSIÓN LABORAL PARA JÓVENES</b>	Brindar a los jóvenes los conocimientos necesarios para acceder a un empleo o iniciar un emprendimiento.

Sobre estas bases, en Citi Argentina componemos una paleta de programas e iniciativas de voluntariado que busca hacer un aporte a la estabilidad financiera en poblaciones vulnerables, ayudar a crear empleos y a que nuestros jóvenes puedan acceder a ellos, contribuyendo así a crear comunidades fortalecidas y resilientes.

**En 2014 destinamos más de US\$ 300.000 a programas y acciones articulados con organizaciones de la sociedad civil.**

A partir de estas premisas, en 2014 Citi Argentina desarrolló -con fondos de Citi Foundation- los siguientes programas:

ORGANIZACIONES ALIADAS	NOMBRE DEL PROGRAMA
<b>Fondation Forge</b>	<b>"Creando Futuros"</b> Educación para la inclusión laboral de jóvenes
<b>Jr. Achievement</b>	<b>"Mujeres Emprendedoras"</b>
<b>Red Argentina de Instituciones de Microcrédito</b>	<b>"Programa de Capacitación en Microfinanzas"</b>
<b>Fundación Avina - Fundación La Nación (media partner)</b>	Premio al Microemprendedor y a las Ideas Innovadoras en Microcréditos

Nuestra alianza con Fondation Forge se remonta al año 2011, cuando comenzamos a apoyar programas orientados a la educación de jóvenes de bajos recursos económicos con la inclusión laboral como objetivo final.



### CREANDO FUTUROS EDUCACIÓN PARA LA INCLUSIÓN LABORAL DE JÓVENES (Fondation Forge)

La inserción laboral de jóvenes de bajos recursos es una problemática que condiciona la vida de las actuales y futuras generaciones en toda América Latina.

Fondation Forge -una organización sin fines de lucro instituida en Suiza, cuyas actividades se desarrollan en varios países de América Latina- ubicó esta temática en el centro de su actividad a través del programa Creando Futuro, dirigido a jóvenes de entre 16 y 22 años, pertenecientes a familias de escasos recursos económicos, que se encuentran cursando el último año del nivel secundario en escuelas públicas.

Además de estimular la terminalidad escolar, Forge ofrece una respuesta concreta y efectiva al problema del empleo juvenil a través de un innovador programa de formación e inducción al empleo. El objetivo de Forge es construir puentes entre estos jóvenes y el mundo laboral, a través de un programa de formación para el trabajo que busca desarrollar en ellos las cualidades individuales y las aptitudes técnicas que constituyen las herramientas básicas para hacer frente a las primeras entrevistas y a la adaptación a un entorno laboral que presenta diferentes exigencias y en el cual las relaciones interpersonales tienen otro lugar de relevancia.

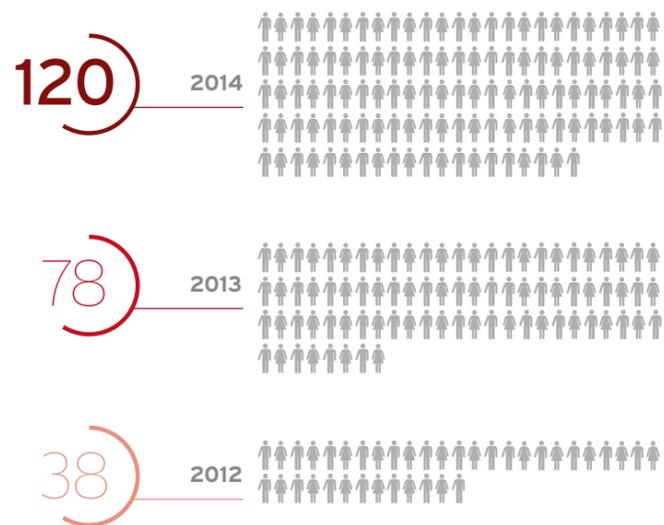


Al finalizar la etapa de formación, Forge facilita y acompaña a los participantes en sus primeras entrevistas. Para ello, mantiene acuerdos con una red de empresas que tienen en su plantilla vacantes para jóvenes, constituyendo una sinergia altamente virtuosa: las empresas colaboran en el cumplimiento de la misión de Forge empleando a graduados del programa, mientras que Forge facilita a las empresas el proceso de selección y la incorporación de jóvenes no profesionales a posiciones de trabajo en la economía formal.

Los servicios de Forge son gratuitos tanto para los jóvenes como para las empresas que incorporan egresados del programa. Para desarrollar su labor, Forge se financia con aportes de sus fundadores y a través de importantes apoyos por parte del sector corporativo.

En 2014, Citi Argentina acompañó a Forge Argentina en la inserción laboral de 120 jóvenes en el mercado laboral formal con un aporte de US\$ 30.000 a este proyecto. Durante el año hemos evaluado en conjunto con Citi Foundation la posibilidad de ampliar este proyecto, llevándolo en 2015 también a Uruguay y Perú.

**Jóvenes capacitados**



**María Poplawski**  
Directora de Relaciones Institucionales de Fondation Forge

“Forge se ha fijado un objetivo muy ambicioso para el 2020: alcanzar los 30.000 jóvenes beneficiarios de nuestro programa. En este propósito Citibank es un socio fundamental, ya que nos ha ayudado no solo a cumplir nuestra tarea en Argentina sino que ha apoyado la extensión del programa a otros países. Así, en 2014 comenzamos a trabajar en Uruguay con fondos de Citi mientras que ya se ha decidido que en 2015 agregaremos Perú a la lista de países en los que cumplimos nuestra tarea. Esta alianza, por lo tanto, ha sido más que satisfactoria para nosotros y nos permite seguir transformando vidas, promoviendo la cultura del trabajo y el acceso de jóvenes de segmentos sociales necesitados al mercado laboral”.

Para conocer más acerca de Fundación Forge:  
<http://www.fondationforge.org>



**MUJERES EMPRENDEDORAS**  
EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO DE PEQUEÑOS NEGOCIOS (Jr. achievement)

Este es el cuarto año en el que llevamos adelante junto a Junior Achievement este programa de capacitación que apunta esencialmente a brindar elementos a aquellas mujeres en poblaciones de bajos recursos que quieren salir adelante o mejorar la calidad de vida de sus familias a través de un pequeño emprendimiento. Para ellas y en pos de su empoderamiento, en 2014 renovamos la apuesta, apoyando a Junior Achievement y al programa Mujeres Emprendedoras a llegar al interior del país a través de una nueva alianza, esta vez con ProMujer Argentina (<http://promujer.org>). Esta organización que atiende a más de 286.000 mujeres en América Latina brindándoles servicios financieros, capacitación empresarial, empoderamiento y cuidado a la salud, encuentra una nueva posibilidad de desarrollo para sus socias, sumando el expertise y los contenidos de capacitación de Jr. Achievement a su paleta de beneficios. Fundada en 1990 y con presencia en 5 países, ProMujer es una organización que presenta una posibilidad de crecimiento importantísima para el proyecto, no solo en la Argentina sino también en la región.

El objetivo es que las participantes se acerquen para aprender a evaluar las posibilidades comerciales de la idea que las motiva. Las futuras emprendedoras suelen adquirir con facilidad las habilidades para generar su producto, pero encuentran dificultades a la hora de evaluar los riesgos, calcular los costos y liderar un pequeño equipo de trabajo (que por lo general está compuesto por miembros de su propia familia). Este programa se propone brindarles conocimientos financieros básicos como para que elaboren un plan de negocios y planifiquen sus tareas, que lleven un buen registro de sus gastos, separando las cuentas de su negocio de las personales. “Yo hago *jogging* para chicos y *los vendo* -decía una participante del programa- pero nunca me había puesto a pensar cuántos hacía con un metro de tela. Nunca había calculado cuánto me rendía el material; hacía y lo que *salía lo vendía*”. Se trata, entonces de transmitir en cada encuentro estas nociones elementales que los emprendedores de la base de la pirámide no tienen en cuenta y que pueden marcar una gran diferencia en la marcha de un microemprendimiento y, por lo tanto, en la calidad de vida de sus familias.

Al cabo de estos 8 encuentros, en los que las futuras microempresarias han aprendido conceptos básicos de costos, administración, finanzas y planificación, pueden presentar el plan de negocios que aprendieron a desarrollar a los asesores de crédito de la IMF. Pro Mujer trabaja bajo la modalidad de Banca Comunal. De acuerdo con esta

modalidad, las “bancas” están integradas por grupos de alrededor de 20 mujeres quienes se agrupan para recibir pequeños préstamos para empezar nuevos emprendimientos o invertir en su propio negocio. Las integrantes de este grupo son solidariamente responsables de los pagos, de modo que, si una cliente no puede abonar su cuota, el grupo cubre la diferencia.

El total de fondos aportados en 2014 al proyecto Mujeres Emprendedoras fue de US\$ 30.000 y al cabo del programa, 150 señoras tomaron la capacitación de cuatro semanas brindada por Junior Achievement.



**Matías Eisbruch**  
Director de Operaciones Junior Achievement Argentina

“En 2014 inauguramos una nueva etapa de Mujeres Emprendedoras, en la cual llevamos este proyecto al interior del país. Con este fin seleccionamos a la organización ProMujer Argentina -una organización líder en la creación de oportunidades para mujeres que desean iniciar un emprendimiento y mejorar la calidad de vida de sus familias, para lo cual la Institución no solo les brinda servicios financieros, sino que les acerca servicios de salud y las acompaña en su proceso de empoderamiento.

La alianza con ProMujer significa una posibilidad de crecimiento importantísima para el proyecto, no solo en la Argentina sino también en la región, constituyéndose en un activo muy valioso para nuestra organización.

Estamos muy agradecidos por esta nueva oportunidad que Citi nos acerca para seguir alentando el desarrollo de estas mujeres, cuyo progreso se traduce en mayor bienestar para sus familias y un círculo virtuoso en su comunidad”.

Para conocer más acerca de Jr. Achievement:  
<http://www.junior.org.ar>

## “PROGRAMA DE CAPACITACIÓN E INTERCAMBIO ENTRE INSTITUCIONES DE MICROFINANZAS Y TOMADORES DE DECISIÓN” - RADIM

En 2014 RADIM nos acercó la propuesta de apoyar un proceso de interacción en el cual los distintos actores del mundo de las microfinanzas y los representantes de organismos de públicos y de otorgamiento de créditos pudieran discutir las características y necesidades del sector. Se encuentra aún en proceso de desarrollo, mostrando grandes avances en términos de tecnología y en el grado de especialización del personal. Sin embargo, RADIM considera que solo el Estado puede convertir este enorme potencial en crecimiento y desarrollo sostenido a través de políticas públicas.

Para ello, RADIM organizó una serie de encuentros y capacitaciones con el fin de proveer las herramientas y conocimientos sobre Microfinanzas a quienes tienen en sus manos la posibilidad de generar cambios cualitativos en el sector. De esta manera, se trazó un plan de capacitaciones coordinadas por expertos en la temática, que pudieran dar cuenta del desarrollo de esta industria en otros países.

La propuesta abarcó 5 talleres de capacitación en los cuales se trataron temas comunes al sector como los siguientes:

1. Determinantes de la tasa de interés.
2. Estrategias para reducir las tasas de interés.
3. Experiencias internacionales sobre políticas públicas orientadas al sector.
4. Herramientas de medición del impacto del microcrédito sobre los prestatarios.
5. Alternativas de financiamiento para la microempresa: cómo combatir la expansión de prestamistas informales.
6. Educación financiera.

Para conocer más acerca de RADIM 2000:  
<http://www.reddemicrocredito.org>



## PREMIO AL MICROEMPRENDEDOR Y PREMIO IMPULSANDO IDEAS INNOVADORAS PARA INSTITUCIONES DE MICROFINANZAS

Citi, en alianza con la Fundación AVINA y la Fundación La Nación, celebraron la quinta edición del Premio al Microempendedor y la tercera del Premio Impulsando Ideas Innovadoras. Ambos certámenes buscan apoyar y difundir la importancia de las microfinanzas para el desarrollo económico y social de la Argentina.

En el caso del Premio al Microempendedor, se distingue la actitud emprendedora, la sostenibilidad del emprendimiento, la mejora de la calidad de vida del emprendedor y su familia y su relación con la comunidad.

El Premio a las Ideas Innovadoras, mientras tanto, busca posibilitar la realización de aquellas iniciativas que las Instituciones de Microfinanzas tienen en carpeta para mejorar su impacto entre su público objetivo y que, llegado el caso de poder concretarlas, son posibles de replicarse en otras organizaciones.



Para conocer más acerca de Fundación Avina:  
<http://www.avina.net>

## PREMIO A LAS IDEAS INNOVADORAS

3° EDICIÓN

Por tercera vez, Citi Argentina, Fundación Avina Argentina y Fundación La Nación entregaron el Premio Impulsando Ideas Innovadoras para Instituciones de Microfinanzas (IMFs). Este premio busca difundir y apoyar la idea innovadora con el fin de poner a disposición del sector de las microfinanzas ideas innovadoras, reconociendo la propiedad intelectual de la institución que la generó.

En esta ocasión la ganadora del premio de \$100.000, fue Bondarea, una institución del Partido de San Isidro que genera micropréstamos entre privados a través de una plataforma online ([www.bondarea.com](http://www.bondarea.com)), en la cual se conecta a quienes necesitan capital con quienes pueden ofrecerlo.

Bondarea ganó el premio gracias a su proyecto BOCS -un set de herramientas online para la gestión de préstamos. Este software online ayuda a las ONG a gestionar sus operaciones de microcrédito, mejorando el rendimiento de sus fondos, permitiendo la reasignación de recursos para otras tareas y ampliando el acceso al crédito para poblaciones de bajos recursos. Desarrollada sobre la base del estudio de programas de microcrédito existentes, la solución es escalable, simple de aplicar y resuelve problemas concretos del sector.



## PREMIO AL MICROEMPRENDEDOR

5° EDICIÓN

Las bases del concurso prevén que los ganadores de premios en efectivo utilicen por lo menos el 50% para invertir en el desarrollo de sus proyectos. En tanto, los asesores de crédito de los ganadores de los tres premios principales recibieron una tablet cada uno.

- Los premios de los emprendedores consistieron en dinero en efectivo.
- El Emprendedor del Año recibió \$35.000.
- Los dos ganadores del Premio Oro recibieron \$20.000 cada uno.
- Los ganadores del Premio Plata recibieron \$15.000 cada uno.

Además, los ganadores recibieron una jornada de capacitación en Administración y Plan de Negocios y Liderazgo por parte de representantes de la ONG Aportes de Gestión, que por segundo año consecutivo se suma a la propuesta de los organizadores.



**Pablo Vagliante**  
Responsable Nacional de  
Fundación Avina

“En un año que evidentemente fue difícil para la macro y la microeconomía en el país, las microfinanzas no escaparon a esa realidad. Por eso resultó muy gratificante ver el esfuerzo sostenido de tantos microemprendedores, y algunos de ellos con excelentes negocios en marcha. Destacamos la calidad de los trabajos finalistas, capaces de combinar innovación, creatividad y resiliencia en contextos de adversidad para el crecimiento de los emprendimientos”.



**PROYECTOS GANADORES**

**// Premio Microemprendedor del Año**

El lauro al Microemprendedor del Año, con un premio de \$35.000, se lo adjudicó el emprendedor de la provincia de San Luis Antonio Fernández de Sa, cliente de Fundación Desafíos, dueño junto con su socio Raúl Andrés Leiva del emprendimiento “La Serrana Cerveza Casera Nativa”, dedicado a la elaboración de cerveza con elementos del bosque nativo regional.



**Premio Oro en categoría Producción**

**Ganador:** Amelia Khabie  
**Provincia:** Buenos Aires

**Institución:** Asociación De la Nada

**Proyecto:** Artesana especialista en técnicas de mosaiquismo



**Premio Plata en categoría Producción**

**Ganador:** María Gabriela Rodríguez  
**Provincia:** San Luis

**Institución:** Fundación Desafíos

**Proyecto:** Elaboración de dulces caseros



**Premio Oro en categoría Servicios**

**Ganador:** Ramón E. Romero  
**Provincia:** Chaco

**Institución:** Demos

**Proyecto:** Panadería



**Premio Plata en categoría Servicios**

**Ganador:** Yolanda del Valle Céspedes  
**Provincia:** Buenos Aires

**Institución:** Mujeres 2000

**Proyecto:** Cosmetólogaxx,m

**Antonio Fernández de Sa y Andrés Leiva**  
Ganadores del Premio al Emprendedor del Año

“Somos dos socios que empezamos muy de abajo con un pequeño emprendimiento de cerveza. En un principio llegábamos a hacer 20 litros por mes; hoy en día, llegamos a envasar 6000 botellas de 4 litro mensuales. Gracias a este premio podremos avanzar un poco más en nuestro sueño y duplicar la producción, porque vamos a poder comprar una máquina automática para llenar las botellas”



**Federico Elizalde**  
Director Ejecutivo de Aportes de Gestión para el Tercer Sector

Aportes de Gestión para el Tercer Sector es una Asociación Civil conformada y dirigida por voluntarios, expertos en distintas áreas de gestión, quienes provienen de puestos directivos del mundo corporativo y cuyo objetivo es mejorar la gestión de las Organizaciones Sociales de manera que puedan aumentar el impacto que tienen en la sociedad.

APORTES surge de la concepción de que frecuentemente las organizaciones de la sociedad civil enfrentan desafíos complejos en temas de gestión y encuentran dificultades que podrían superar más fácilmente si incorporaran herramientas adecuadas. En estos 10 años de trabajo Aportes ha colaborado con 160 OSCs en más de 200 proyectos gracias al trabajo de 120 voluntarios profesionales que encontraron en Aportes un espacio ideal donde canalizar su vocación social.

La propuesta de Citi fue para Aportes todo un desafío que nos llevó a intervenir con un nuevo actor: el

microemprendedor. Se trataba de proyectos unipersonales en la mayoría de los casos, llevados a cabo a pulmón, con mucho conocimiento del producto y su proceso, pero pocas nociones de comercialización, administración y liderazgo de equipos. Un grupo de voluntarios realizó un relevamiento con los ganadores del Premio al Microemprendedor otorgado por Citi en años anteriores, para comprender sus experiencias, puntos de tensión y los momentos de éxito, para así diseñar una capacitación sobre la base de las necesidades concretas de dicha población.

Acercarse a la propuesta fue muy enriquecedor para quienes participaron en el armado y dictado del taller *Experiencias Emprendedoras: Planificando el Crecimiento* por la novedad, el desafío, el entrecruzamiento de culturas y realidades diferentes, y la necesidad de generar un conocimiento que fuera útil y valioso para todos los participantes.

**“EXPERIENCIAS EMPRENDEDORAS: PLANIFICANDO EL CRECIMIENTO”**

El Taller de “Experiencias Emprendedoras: Planificando el Crecimiento” se dictó en Buenos Aires por primera vez en 2013 como un piloto desarrollado a instancias de Citi Foundation para complementar el premio en esos aspectos en los que el seguimiento de nuestros ganadores nos revelaba como puntos de inflexión en el paso del Microemprendimiento a la Pyme.

Ante el éxito del piloto, el programa se convirtió en una edición anual, que cada vez se celebra en otro país de la región Latam de Citi. La organización del programa recayó en 2014 en Citi Costa Rica. Asistió la emprendedora María Isabel de los Ángeles Mercado, clienta de ProMujer Argentina en la ciudad de Salta, dueña de Musa, exitosa empresa de catering.



## ARTICULACIÓN Y MARKETING DIRECTO CON FUNDACIONES Y ONG

Citi tiene convenios de apoyo a diferentes ONG a través de la cesión de posiciones en CitiPhone desde las cuales representantes de las diferentes fundaciones pueden ofrecer la adhesión al sistema de donaciones por débito automático sobre productos Citi o bien a través de promociones especiales sobre sus paquetes de productos que se ofrecen desde Telemarketing o en los centros Citigold.

### UNICEF



Este acuerdo se inició en diciembre de 2010. Los fondos recaudados a través del convenio con Citi se derivan a apoyar los programas de Unicef para la reducción de la mortalidad materno-infantil y la capacitación de médicos y enfermeras. La fundación ocupó en 2014 cinco posiciones en CitiPhone, atendidas por diez operadoras part-time de Unicef.

Para conocer más acerca de Unicef: <http://www.unicef.org/argentina/spanish>



### CILSA

Este convenio entró en vigencia en octubre de 2010. Los fondos aportados por los clientes apoyan el trabajo de CILSA para promover la inclusión de las personas y mejorar la calidad de vida de aquellas con discapacidad a través de la entrega de un elemento ortopédico que facilite su movilidad. CILSA ocupó en 2014 una posición con dos operadoras part-time hasta octubre de 2014, cuando se dio por finalizada la colaboración.

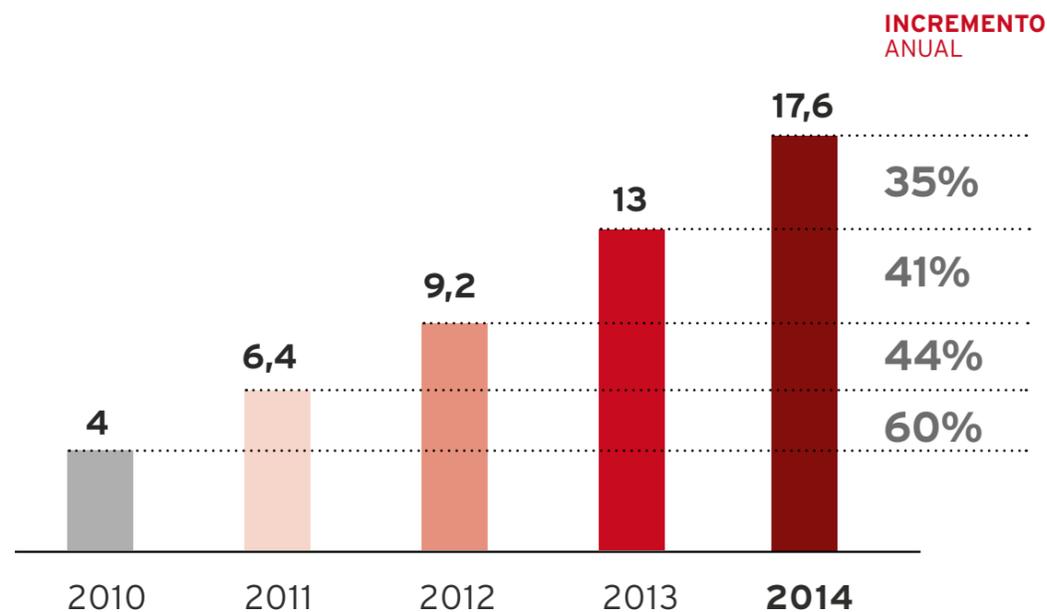
Para conocer más acerca de la CILSA: <http://www.cilsa.org>



### FUNDACIÓN ZALDÍVAR

Es un emprendimiento solidario que brinda asistencia oftalmológica primaria gratuita a la población que carece de medios para acceder a un sistema de salud visual calificado. Trabaja, además, en la promoción de la prevención para la salud visual. Esta iniciativa se gestiona con prospectos Citigold y consiste en una bonificación sobre el precio mensual del paquete para los clientes que adhieran a través de débito directo su colaboración a la Fundación Zaldívar. Esta oferta tuvo publicidad en el interior del país y en la Sucursal Alvear (zona de influencia de la Fundación) y a través de Telemarketing.

Donaciones anuales (\*)



(\*) Facturación anual aproximada, para los años indicados, en millones de pesos argentinos



### FUNDACIÓN BANCO DE ALIMENTOS

También vigente desde diciembre de 2010, a través de este convenio se obtienen fondos para la Fundación Banco de Alimentos, que colabora en la alimentación diaria de más de 89.000 personas, de los cuales el 80% son niños y adolescentes. El Banco de Alimentos distribuye mercadería entre 563 organizaciones de Capital Federal y GBA. La fundación ocupó en 2014 tres posiciones en CitiPhone, atendidas por seis operadoras part-time de Unicef.

Para conocer más acerca de la Fundación Banco de Alimentos: <http://www.bancodealimentos.org.ar>



### FUNDACIÓN COAS

Ayuda a los Hospitales Públicos de la ciudad de Buenos Aires a adquirir la aparatología y el equipamiento necesarios para brindar una atención médica de calidad. Se trata de una iniciativa para prospectos Citigold por la cual se bonifica el costo del paquete contra la adhesión al débito automático de una colaboración con COAS. Esta oferta se realiza a través del área de Telemarketing y en los Centros Citigold de CABA.



### CIMIENTOS

Desde diciembre de 2013 apoyamos los programas de la Fundación Cimientos, que trabaja para que los jóvenes de bajos recursos terminen el secundario y tengan más oportunidades en el futuro. Esta iniciativa se gestiona con prospectos Citigold y consiste en una bonificación sobre el precio mensual del paquete para los clientes que adhieran a través de débito directo su colaboración a Cimientos. Esta oferta se realiza a través del área de Telemarketing y en los Centros Citigold de CABA.

Para conocer más acerca de la Fundación Cimientos: <http://www.cimientos.org/>

### PROGRAMA DE APOYO A CADENAS DE VALOR

Siguiendo una estrategia de Ciudadanía Corporativa impulsada desde Latam, "La puerta a un mundo de oportunidades", apoyamos en 2014 la realización de un taller para instructores rurales en el contexto de un acuerdo regional con las empresas Arcos Dorados (McDonalds) y Syngenta, ambas clientes corporativos de Citi. De esta manera, con fondos de Citi Foundation la fundación Global Gap impartió los conocimientos y técnicas necesarios para hacer una adecuada transmisión de capacidad a los productores rurales de su zona de la zona de influencia de Syngenta, que a su vez son proveedores de Arcos Dorados (McDonalds). La misma experiencia se replicó en otros 4 países y se esperan los resultados para evaluar la renovación de este programa en años sucesivos.



## PROGRAMA DE ACCESO A LA ENERGÍA Y EDUCACIÓN FINANCIERA

La estrategia de ciudadanía corporativa de Citi está poniendo el foco en los últimos tiempos en la calidad de vida en las zonas urbanas en las que estamos presentes. En nuestro país subsisten carencias estructurales que dificultan el abastecimiento de energía en zonas de bajos recursos y es hacia ese punto en particular a donde dirigimos nuestra atención en esta oportunidad.

Si bien la mayoría de los programas que implementamos para poblaciones de bajos recursos aspiran a incrementar las habilidades para generar mayores ingresos o facilitar la inclusión laboral, junto con Avina Argentina identificamos un grupo de ONGs que apuntan a mejorar el acceso a soluciones más eficientes en términos energéticos, de modo de reducir el costo de los servicios básicos. Además de brindar una solución al alto costo de la energía (ej.: leña o garrafa social) la adopción de estas soluciones genera un plus de recursos financieros, de modo que los beneficiarios están comprometidos desde el principio a asistir a un taller de alfabetización financiera, para repensar el manejo de la economía doméstica y aprovechar esta pequeña mejora en beneficio de la calidad de vida de la familia.

La primera etapa de este programa se cumplió en los meses de octubre y noviembre de 2014 en las ciudades de Salta y Tucumán, beneficiando a 10 familias en cada ciudad.

El programa, articulado con la ONG EcoAndina, incluyó la entrega e instalación de kits de energía solar -compuestos por un colector de agua caliente y una cocina solar parabólica- fabricados por esta organización.

En cada ciudad se beneficiaron 10 familias, seleccionadas en conjunto con actores sociales del lugar, en zonas a donde no llega el gas de red, ya que el propósito es lograr el ahorro económico para las familias y evitar la emisión de gases de efecto invernadero producto de la combustión de energías no renovables (gas, leña, etc.).

Para aprender a instalar el equipamiento en sus hogares y mantenerlo adecuadamente, las familias participaron de entrenamientos breves en 4 días diferentes. Los voluntarios de las sucursales de Citi en Tucumán y Salta (liderados por sus gerentes, Damián Mancinelli y Dante Aredes, respectivamente) participaron de los talleres, armando las cocinas solares junto con los voluntarios.



El taller de alfabetización financiera se brindó en ambas ciudades unas 2 semanas luego de la instalación de los equipos en las distintas casas, para que las familias tuvieran la experiencia del ahorro alcanzado.

**“Una garrafa social en casa me duraba dos semanas porque somos cinco -decía una beneficiaria- y ahora también puedo hacer comidas que había dejado de hacer porque gastaba mucho gas”**

La segunda etapa de este proyecto tendrá lugar en 2015, en un programa que incluye el entrenamiento de los voluntarios de Citi para actuar como auditores de sustentabilidad, recorriendo viviendas en zonas vulnerables junto con los representantes de la organización Forvisee. Esta organización, que replica el programa de WWB (Weatherizers) ONG con sede en Virginia, Estados Unidos, promueve mejoras ambientales en viviendas carenciadas mediante la toma de métricas como nivel de monóxido de carbono en el interior de la cocina, pérdida de calor por rendijas y fallas de la construcción, etc. Estas mediciones permiten difundir pequeñas medidas de corrección que pueden ser de importancia capital en una vivienda precaria.

La primera etapa de este proyecto se llevará a cabo en Paraná, Entre Ríos y en el conurbano bonaerense.



## DÍA GLOBAL DE LA COMUNIDAD 2014

Desde 2006 Citi celebra en todas sus franquicias en el mundo una jornada de trabajo voluntario que se conoce internamente como el Día Global de la Comunidad.

En 2014 esta fecha estuvo también atravesada por la celebración de los 100 años de Citi en Argentina y fue otra oportunidad para agradecer a la comunidad por este siglo de experiencias y mutuo crecimiento. La convocatoria tuvo la respuesta de 1.260 voluntarios, entre empleados y familiares en 20 ciudades, que colaboraron para celebrar este siglo de trayectoria con trabajo comunitario.

20 Ciudades 1.260 Voluntarios

A continuación detallamos algunas de esas acciones llevadas a cabo en el interior del país para celebrar esta fecha con nuestra gente en cada lugar donde Citi está presente:



### SALTA Escuela Rural Nro. 4656

36 voluntarios se acercaron a esta escuela rural de San Juan Bosco Finca Villa María - Localidad de Campo Quijano - Departamento La Silleta, ubicada a 35 km de la ciudad. Esta escuela tiene 65 alumnos matriculados con edades que van desde los 5 a 12 años, todos de la zona y de muy escasos recursos. Muchos de ellos llegan a lomo de caballos o burros desde sus hogares. Estos niños almuerzan y meriendan en la escuela por lo cual los voluntarios decidieron organizar una merienda distinta, con actividades de recreación; para ello contrataron un pelotero y una cama elástica. Además, entregaron a cada alumno un par de zapatillas, además de abastecer la alacena de la escuela con azúcar, yerba, harina y fideos, entre otros alimentos no perecederos.

### NEUQUÉN Jardín Piñén Piuqué

Esta institución está situada en la zona oeste de la capital (Calle Rosario y Avenida del Trabajador) y es una asociación civil sin fines de lucro que solo recibe ayuda del Banco de Alimentos, los aportes que hacen voluntariamente algunos padres y donaciones del barrio. Asisten actualmente al Jardín alrededor de 50 niños de entre 1 y 4 años. Este jardín había sido muy afectado por un temporal y necesitaba en forma urgente trabajos de pintura general del interior del edificio, reparación de instalaciones en los baños, estantes o aparadores para poder guardar los materiales de trabajo y esparcimiento de los chicos y otros arreglos en general. Los 34 voluntarios tenían, además, el incentivo de poner el jardín en condiciones para el próximo aniversario, de modo que la institución estuviera en condiciones de hacer un pequeño festejo con su comunidad.

### POSADAS Escuela Nacional 288 "Salvador Simsolo"

Esta escuela está ubicada en una zona periférica de la ciudad, en el Barrio San Gerardo. Brinda educación primaria a 254 alumnos de muy escasos recursos. Los 26 voluntarios de Citi organizaron actividades recreativas para los chicos con juegos, globos y música, además de servirles una merienda especial. Por otra parte, colaboraron con el establecimiento entregando elementos para actividades deportivas, material didáctico, un botiquín, estufas y materiales de construcción.

### RÍO CUARTO Ciudad de los Niños

Se trata de un refugio para niños en situación de calle creado por la Diócesis de Río Cuarto, cuyo responsable es el Padre Barbero (un sacerdote muy conocido de la ciudad de Río Cuarto). El centro no solo ofrece un lugar para dormir sino contención y ayuda psicológica para casos extremos. Los 24 voluntarios de Citi compartieron con los 150 niños que allí viven la merienda, mientras ayudan a construir nuevas habitaciones con los materiales adquiridos para ese fin.

### TUCUMÁN Escuela Villa de Leales

Esta escuela en una localidad vecina a San Miguel de Tucumán tiene una matrícula de 347 niños muy humildes. Los 50 voluntarios de Citi en esa ciudad pintaron los muros y ayudaron a armar la biblioteca y la sala de computación. Además, en conjunto con la profesora de plástica, pintaron un mural con la figura de Manuel Belgrano y la bandera Argentina.

### SAN LUIS Comedor Madre Teresa de Calcuta

Los 34 voluntarios se acercaron a este comedor en donde almuerzan y meriendan de lunes a viernes 500 niños carenciados. Además de servir una merienda, entregaron alimentos no perecederos y ropa, además de trabajar en el arreglo de los techos de la cocina y los muros de los depósitos donde el Comedor almacena donaciones y alimentos.

### PARANÁ Asociación Civil Trabajo y Ciudadanía

Esta ONG tiene como objetivo fundamental la integración de los chicos y familias de barrios carenciados de la ciudad de Paraná (Mosconi, San Martín y Humito). Para este fin, cuentan con talleres artísticos en los que participan los chicos de 4 a 16 años. Asisten alrededor de 50 chicos que eligen la disciplina que más les atrae o simplemente se acercan a jugar y compartir la merienda. En esta oportunidad llegamos con ropa para los niños que necesitaban una indumentaria que los uniforme para el grupo de batucada. Los 24 voluntarios de la Sucursal Paraná llevaron, además, la merienda para compartir así como elementos de cocina, de acuerdo con las necesidades informadas por los representantes de la Asociación.

## EVENTO DE TRABAJO COMUNITARIO EN PARQUE NORTE

En Buenos Aires el punto de reunión fue Parque Norte, donde se dieron cita 744 entusiastas voluntarios.

Para la planificación de la jornada giramos hacia nuestro público interno y les dimos la oportunidad de elegir con quiénes querían colaborar. Simultáneamente, establecimos un diálogo con cada ONG seleccionada para evaluar las necesidades y pensar juntos qué podían nuestros voluntarios producir junto a sus familiares y amigos en una jornada de trabajo que fuera de utilidad para sus organizaciones.

Así, se organizaron talleres de carpintería, tejido de gorros y bufandas, confección de bolsas de dormir para personas en situación de calle, almohadones, armado de juguetes, instrumentos musicales, etc.



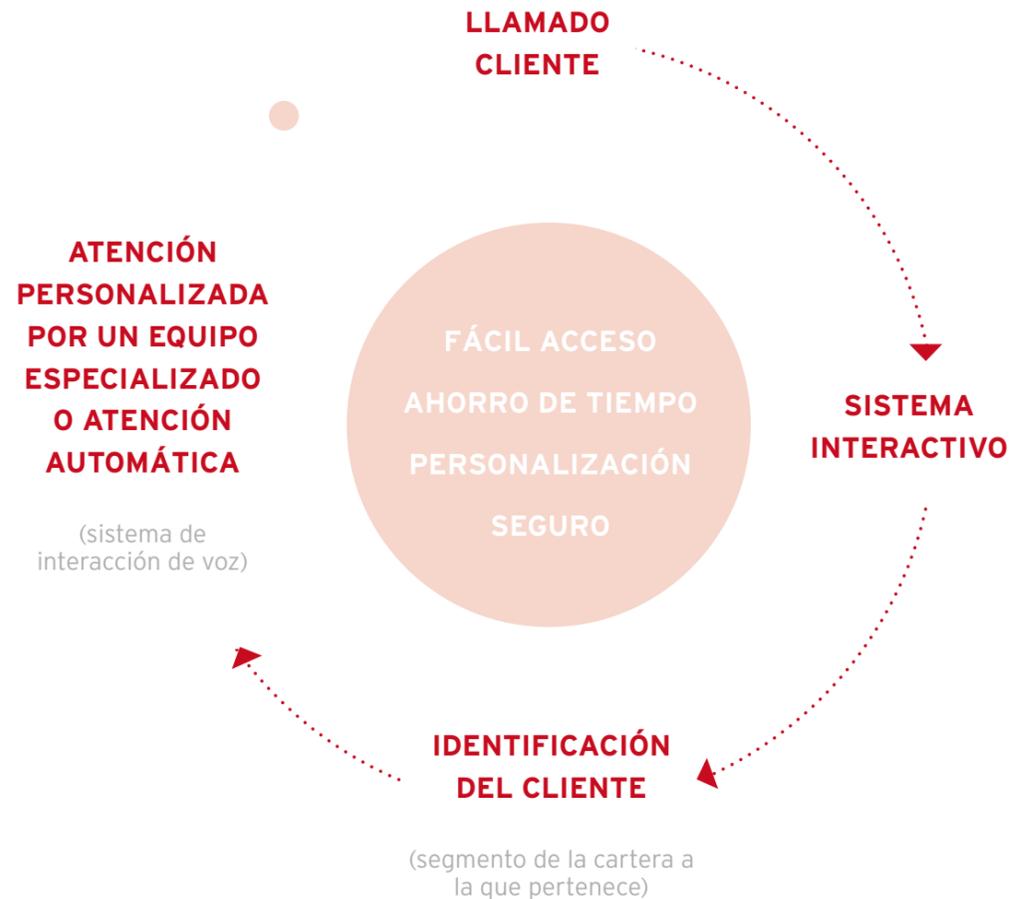
El producto de la jornada -así como 27 cajas con donaciones- fue repartido entre ocho ONG que fueron convocadas para la jornada: Casa MANU, Fe y Alegría, Cooperadora del Hospital Ricardo Gutiérrez, Damas Rosadas, Pequeños Pasos, Casa de Galilea, Sagrada Familia y Aldeas Infantiles.



También aprovechamos la oportunidad y las instalaciones deportivas de Parque Norte para llevar a cabo el Torneo de Fútbol "Copa 100 años Citi". Plaza blanda para los más chiquitos, sorteos, premios y cierre con show musical: "Sin ensayo"

# Responsabilidad sobre productos y servicios Citiphone

Contamos con un centro de atención telefónica para que nuestros clientes puedan realizar operaciones bancarias desde cualquier teléfono y desde cualquier punto del país, a toda hora, los 365 días del año. Citiphone opera desde la banca de personas de Citi Argentina, como Call Center regional para el cono sur, brindando servicio a clientes de la Argentina, Uruguay y Paraguay.



## DESARROLLO DE CARRERA

CITI ofrece oportunidades de desarrollo en forma constante y sostenida permitiendo a nuestros representantes continuar su carrera dentro del Banco, a través de riguroso procesos de selección que tienen en cuenta entre otras variables:

- el nivel profesional del postulante
- su experiencia en la función
- su perfil
- su capacidad de adaptación

Estas cualidades permiten a representantes del área ser seleccionados para el desarrollo de su carrera en distintos sectores del Banco o en otras posiciones del área.

CitiPhone trabaja con el principio de "Resolución en una única interacción". Esto se materializa en resoluciones a favor del cliente previo a la investigación del caso

En 2014 atendimos **683.000** LLAMADAS DE CLIENTES(\*)

En 2013 atendimos **700.000** LLAMADAS DE CLIENTES(\*)

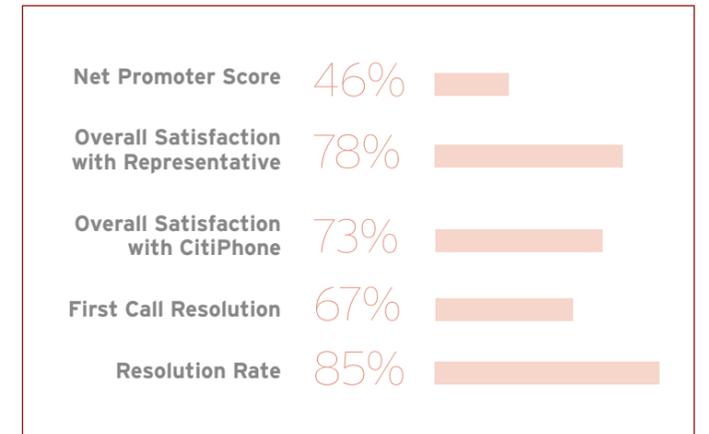
Resolvimos **749.052** REQUERIMIENTOS Y TRANSACCIONES FINANCIERAS DE CLIENTES POR ESTE MEDIO

Resolvimos **727.150** REQUERIMIENTOS Y TRANSACCIONES FINANCIERAS DE CLIENTES POR ESTE MEDIO

(\*) A partir de 2014, únicamente en Argentina

Preocupados por atender las necesidades de nuestros clientes, realizamos constantemente encuestas para medir el nivel de satisfacción con Citiphone y detectar las oportunidades de mejora sobre el servicio brindado. Dichas encuestas son realizadas postevento, es decir, después de haber sido atendido por un representante de CitiPhone, el cliente recibe vía email la invitación a responderlas.

Durante 2014, realizamos nuestras encuestas en base a 5 indicadores. En tres de ellos, superamos los valores objetivos, en uno lo igualamos y en un solo indicador resultamos ligeramente por debajo.



Por otra parte, a través de la encuesta de Convergys, medimos el Índice de recomendación, que indica en qué nivel el cliente recomendaría Citibank.

*"En general, ¿es probable que recomiende Citibanka un amigo o colega en función de su última llamada a CitiPhone?"*

De **2.590** encuestados  
**59,5%**  
respondieron que recomendarían al Citibank

# Citiservice

Citi ofrece a sus clientes corporativos de Argentina, Uruguay y Paraguay la posibilidad de obtener un servicio de excelencia y calidad a través de Citiservice Regional South. Nuestro equipo, formado por personal especializado en cada rubro de la industria, trabaja dentro de un modelo de atención diseñado según las necesidades de los diversos clientes que forman parte de nuestra cartera. Su principal objetivo es ofrecer repuestas rápidas y efectivas a las solicitudes y requerimientos de nuestros clientes, y de manera personalizada.

**Nuestro pilar fundamental:**  
calidad de servicio a nuestros clientes

127.116 interacciones con clientes

83.261 casos resueltos el mismo día de ingreso

85% de satisfacción de nuestros clientes

CitiService tiene una página de Internet, especialmente diseñada para atender los requerimientos de las Tesorerías, tanto a nivel local como regional y global, así como direcciones específicas de correo electrónico para cada cliente. A través de estos canales de contacto, el usuario accede a información sobre sus transacciones, puede efectuar requerimientos y verificar su estado de avance, así como tomar capacitaciones online, pedir instrucciones o asistencia personalizada.

## Tiempo promedio de resolución de casos

VOLÚMEN DE INTERACCIONES



## Nuestra Propuesta de Valor

- El rol claro y definido de nuestros expertos nos permite ofrecer un enfoque holístico en el cliente.
- Nuestro Modelo de Atención alineado a las áreas de Operaciones y Soluciones de Citi nos ayuda a brindar respuestas más rápidas y efectivas.
- Monitoreo de métricas y calidad de nuestros asesores a fin de cumplimentar con nuestros Estándares de Servicio.

Para conocer más acerca de CitiService, AQUÍ <http://www.latam.citibank.com/corporate/lahnco/spanish/services/>



## Citi en redes sociales

Nuestro objetivo de "Estar donde están los clientes" nos ha conducido a implementar la mejor tecnología al servicio de nuestros clientes. A través de Facebook y Twitter, interactuamos con nuestros seguidores, mediante encuestas, sorteos e invitaciones especiales, además de comunicarles todos los beneficios que tiene Citi para ellos.

### FACEBOOK



Nuestra cuenta "Citi Argentina - Guía de Beneficios", primera cuenta abierta por una sucursal Citi en el mundo, tiene como objetivo comunicar el exclusivo plan de descuentos para clientes del banco en todo lo relacionado con espectáculos, conciertos, preventas y promociones especiales.

La evolución del crecimiento de nuestra cuenta ha sido exponencial. En 2014 aumentamos nuestra cantidad de fans un 86%, llegando a los 152.249.

	2014	2013	2012	2011	2010
<b>FANS</b>	152.249	81.713	70.806	45.392	30.545

Para hacerte fan de Citi Argentina:  
<http://www.facebook.com/BeneficiosCiti>



Generamos una comunicación inmediata y permanente con nuestros clientes

### TWITTER



Nuestra cuenta de Twitter @BeneficiosCiti nos permite comunicar nuestros beneficios de una manera simple, concreta y directa, a todos aquellos seguidores que buscan y comparten información al instante.

	2014	2013	2012	2011	2010
<b>SEGUIDORES</b>	62.526	11.052	8.608	4.288	1.272

Para hacerte seguidor de BeneficiosCiti:  
<http://www.twitter.com/BeneficiosCiti>



## Certificaciones, marketing e información sobre productos y servicios

### ISO 9000

En 1997 fuimos la primera institución bancaria en obtener la certificación para nuestro producto de pagos locales Paylink.

### ISO 9002

En 2001 dos productos certificaron bajo la norma: Citiservice y Citi-phone Banking.

### INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Citi se rige de acuerdo con la normativa vigente del BCRA, el Código de Prácticas Bancarias y la Comisión Nacional de Valores.

### MARKETING, PUBLICIDAD Y OTRAS ACTIVIDADES

Citi cumple con los requisitos legales exigidos por la normativa vigente, siendo las más destacadas la Ley Nro. 22.802 (Ley de Lealtad Comercial) y demás modificatorias y complementarias, Ley Nro. 25.065 (Ley de Tarjetas de Crédito) y normas de Defensa del Consumidor. También se aplica el Código de Prácticas Bancarias y normas de Franquicias de Citi.



### TESTIMONIO 100 AÑOS de Citi Argentina

*"En estos 100 años, en Citi Argentina trabajamos incansablemente para ofrecer productos bancarios a individuos y a empresas, a instituciones públicas y privadas. A lo largo de 10 décadas, nuestra gente trabajó con esfuerzo para lograr los mejores resultados con soluciones financieras creativas y responsables, con una alta calidad de servicio. Sin embargo, nuestro activo más importante no figura en nuestra hoja de balance: es nuestra gente. Por eso, en Citi nos hemos focalizado en generar oportunidades de crecimiento desarrollando el talento de nuestro personal en un buen clima laboral, por lo cual nos ubicamos como una de las mejores empresas para trabajar en la Argentina. Cada uno de nosotros, cualquiera sea el área o la sucursal donde desempeñamos nuestra tarea, somos parte relevante de este Citi que hoy cumple 100 años en la Argentina".*



LOS TESTIMONIOS CONSIGNADOS EN ESTA EDICIÓN CORRESPONDEN A DECLARACIONES REALIZADAS POR NUESTROS DIRECTIVOS EN LA CELEBRACIÓN INTERNA DE LOS 100 AÑOS DE CITI EN ARGENTINA.



# Índice de Contenido GRI

## CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

IND.	Descripción	Página	Pacto Global	Verificación externa
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>				
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla.	7	Requerimiento mínimo para COP	●
G4-2	Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	7, 9, 16 y 17	Requerimiento mínimo para COP	●
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>				
G4-3	Nombre de la organización	28		●
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	32, 42 a 67		●
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	28		●
G4-6	Países en los que opera la organización	28		●
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	28		●
G4-8	Indique a qué mercados se sirve	28, 42 a 69		●
G4-9	Determine la escala y dimensiones de la organización	28 y 32		●
G4-10	Composición de los empleados de la organización.	28 y 111	PRINCIPIO 6	●
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	94	PRINCIPIO 3	●
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	96 y 97		●
G4-13	Cambios significativo que haya tenido lugar durante el periodo, en el tamaño, la estructura, la propiedad, entre otros.	72		●
G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	37 a 40		●
G4-15	Elabora una lista de las cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	91		●
G4-16	Elabora una lista de las asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	91		●
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>				
G4-17	Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización, y señale si alguna de estas entidades no figuran en la memoria.	72		●
G4-18	Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.	73 a 74		●
G4-19	Elabore una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	73 a 74		●

IND.	Descripción	Página	Pacto Global	Verificación externa
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>				
G4-20	Indique la cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material.	73 a 74		●
G4-21	Indique la cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material.	73 a 74		●
G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	72 a 74		●
G4-23	Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	72 a 74		●
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>				
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	76 a 77		●
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	76 a 77		●
G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés.	76 a 77		●
G4-27	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización.	76 a 77		●
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>				
G4-28	Periodo objeto de la memoria.	72		●
G4-29	Fecha de la última memoria.	72		●
G4-30	Ciclo de presentación de memorias.	72		●
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	72		●
G4-32	Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización, facilite el Índice de GRI de la opción elegida y facilite la referencia al informe de Verificación externa, si procede.	72		●
G4-33	Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	72		●
<b>GOBIERNO</b>				
G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, los comités del órgano superior de gobierno.	82 a 83		●
G4-35	Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social.	41		●
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>				
G4-56	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	80, 84 y 85	PRINCIPIO 10	●
G4-57	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	84 a 87	PRINCIPIO 10	●
G4-58	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización.	84 a 89	PRINCIPIO 10	●

## CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

IND.	Descripción	Página	Pacto Global	Verificación externa
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN</b>				
<b>G4-DMA</b>	Descripción del enfoque de gestión adoptado por la organización para los aspectos materiales.	33 a 41		●
<b>CATEGORÍA: ECONOMÍA</b>				
Aspecto material: <b>Desempeño económico</b>				
<b>G4-EC1</b>	Valor económico directo generado y distribuido.	95		●
Aspecto material: <b>Presencia en el mercado</b>				
<b>G4-EC6</b>	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	82 y 83	PRINCIPIO 6	●
Aspecto material: <b>Prácticas de adquisición</b>				
<b>G4-EC9</b>	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	96 y 97		●
<b>CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE</b>				
Aspecto material: <b>Energía</b>				
<b>G4-EN3</b>	Consumo energético interno.	106 y 107	PRINCIPIO 7 Y 8	●
Aspecto material: <b>Agua</b>				
<b>G4-EN8</b>	Captación total de agua según la fuente.	106 y 107	PRINCIPIO 7 Y 8	●
Aspecto material: <b>Emisiones</b>				
<b>G4-EN15</b>	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (fuentes dentro de la organización).	106 y 107	PRINCIPIO 7 Y 8	●
Aspecto material: <b>Efluentes y residuos</b>				
<b>G4-EN23</b>	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	106 y 107	PRINCIPIO 8	●
Aspecto material: <b>Productos y servicios</b>				
<b>G4-EN27</b>	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	103 a 105	PRINCIPIO 7, 8 Y 9	●
Aspecto material: <b>Transporte</b>				
<b>G4-EN30</b>	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	50, 51 y 103 a 105	PRINCIPIO 8	●

## CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL

## ▶ SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO

Aspecto material: **Empleo**

<b>G4-LA1</b>	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	111	PRINCIPIO 6	●
<b>G4-LA2</b>	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	120 y 121		●

Aspecto material: **Capacitación y educación**

<b>G4-LA9</b>	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	118 y 119	PRINCIPIO 6	●
<b>G4-LA10</b>	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	118 y 119		●
<b>G4-LA11</b>	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	118 y 119	PRINCIPIO 6	●

Aspecto material: **Diversidad e igualdad de oportunidades**

<b>G4-LA12</b>	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	111 y 117	PRINCIPIO 6	●
----------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	-------------	---

Aspecto material: **Igualdad de retribución entre mujeres y hombres**

<b>G4-LA13</b>	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad.	114 a 117 y 121	PRINCIPIO 6	●
----------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------	-------------	---

## ▶ SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS

Aspecto material: **Inversión**

<b>G4-HR1</b>	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	96 y 97	PRINCIPIO 2	●
---------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------	-------------	---

## ▶ SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD

Aspecto material: **Comunidades locales**

<b>G4-S01</b>	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	124 a 141	PRINCIPIO 1	●
---------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	-------------	---

Aspecto material: **Lucha contra la corrupción**

<b>G4-S04</b>	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	84 y 85	PRINCIPIO 10	●
---------------	------------------------------------------------------------------------------------------------	---------	--------------	---

## ▶ SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

Aspecto material: **Salud y seguridad de los clientes**

<b>G4-PR1</b>	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	142 a 147		●
---------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	--	---

Aspecto material: **Etiquetado de los productos y servicios**

<b>G4-PR5</b>	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	142 a 147		●
---------------	-------------------------------------------------------------------------	-----------	--	---

# Informe de verificación



**KPMG**  
Boulevard 710 - 1° p.s.o. - (C1106ABU)  
Buenos Aires, República Argentina

Teléfono: +54-11-4316-5700  
Fax: +54-11-4316-5800  
Internet: www.kpmg.com.ar

## INFORME DE ASEGURAMIENTO LIMITADO DE CONTADORES INDEPENDIENTES SOBRE EL REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

Al Representante Legal de Citibank N.A., Sucursal establecida en la República Argentina  
Domicilio legal: Bartolomé Mitre 530 - 5° piso  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
C.U.I.T. 30-50000562-5

### 1. Información objeto de análisis

Hemos sido contratados por el Representante Legal y la Gerencia (en adelante "la Dirección") de Citibank N.A., Sucursal establecida en la República Argentina (en adelante "la Sucursal") para realizar un encargo de aseguramiento limitado sobre el "Reporte de sustentabilidad" por el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2014 (en adelante el "reporte").

### 2. Responsabilidad de la Dirección

La Dirección de la Sucursal es responsable por la preparación y presentación del reporte de acuerdo con las directrices de reportes de sustentabilidad versión G4 del "Global Reporting Initiative" (en adelante "GRI 4") para un nivel de aplicación esencial y con la Resolución Técnica N° 36 de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE).

Adicionalmente, la Dirección de la Sucursal es responsable por: a) la información y las afirmaciones contenidas en el reporte, b) por la determinación de los objetivos de Citibank N.A., Sucursal establecida en la República Argentina en relación con el desarrollo sustentable de resultados y de reporte, incluyendo la identificación de las partes interesadas y los asuntos significativos, c) el diseño, la implementación y el mantenimiento de un control interno apropiado de manera que el reporte no contenga distorsiones significativas debidas a errores o irregularidades y d) mantener registros adecuados que respaldan el proceso de información.

### 3. Responsabilidad de los auditores

Nuestra responsabilidad consiste en llevar a cabo el encargo de aseguramiento limitado y expresar una conclusión en base al trabajo realizado, de acuerdo con las instrucciones recibidas de Citibank N.A., Sucursal establecida en la República Argentina. No aceptamos ni asumimos responsabilidad hacia terceros distinto de Citibank N.A., Sucursal establecida en la República Argentina por nuestro trabajo, o por las conclusiones a las cuales arribamos en el informe de aseguramiento limitado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la Resolución Técnica N° 35 Adopción de las Normas Internacionales de Encargos de Aseguramiento y Servicios relacionados de la FACPCE, en lo que respecta a la Norma Internacional sobre Encargos de Seguridad 3000 - Encargos de Grado de Seguridad distintos de Auditorías o Revisiones de Información Financiera Histórica. Dichas normas exigen que cumplamos con los requerimientos de ética, incluyendo los requerimientos de independencia, y que planifiquemos y realicemos nuestros procedimientos para obtener una seguridad limitada sobre si el reporte no contiene errores significativos.

### 4. Procedimientos realizados

Un encargo de aseguramiento limitado sobre un reporte de sustentabilidad consiste en hacer indagaciones, principalmente a las personas responsables de la preparación de la información presentada en el reporte, y en la realización de procedimientos analíticos y en obtener evidencia mediante otros procedimientos, según se considere apropiado. Estos procedimientos incluyeron:

- Indagaciones con la Dirección para obtener un conocimiento sobre los procesos de la Sucursal, con el objeto de determinar los asuntos relevantes para los grupos de interés de la Sucursal.

*Verde*



- Entrevistas con la Dirección en relación a la estrategia de sustentabilidad, las políticas sobre asuntos significativos y su implementación.
- Entrevistas con el personal responsable de preparar la información incluida en el reporte.
- Con relación a la información financiera incluida en las páginas 94 y 95 del reporte bajo los subtítulos de "Citibank en Argentina en números" y "valor económico", respectivamente, verificar que surjan de los estados financieros auditados de la Sociedad al 31 de diciembre de 2014.
- Inspeccionar sobre bases selectivas, documentación para corroborar ciertas manifestaciones de la Dirección.

Un encargo de aseguramiento limitado es sustancialmente menor en alcance que un encargo de aseguramiento razonable o de auditoría realizado de acuerdo con las Resoluciones Técnicas N° 35 y 32 respectivamente, y por lo tanto no nos permite obtener la seguridad de que tomaremos conocimiento de todos los asuntos significativos que podrían ser identificados en una auditoría o un encargo de aseguramiento razonable. En consecuencia, no expresamos una opinión de auditoría o una conclusión de aseguramiento razonable.

Este informe de aseguramiento limitado ha sido preparado para Citibank N.A., Sucursal establecida en la República Argentina con el propósito de asistir a la Dirección en determinar si la Sucursal ha cumplido con los criterios de GRI 4 en la preparación del Reporte de sustentabilidad, y para ningún otro propósito.

### 5. Independencia

Al llevar a cabo nuestro encargo, hemos cumplido con los requerimientos de independencia de la Resolución Técnica N° 35 de la FACPCE.

### 6. Conclusión

Consideramos que los elementos de juicio que hemos obtenido proporcionan una base suficiente y adecuada para nuestra conclusión.

Sobre la base del trabajo descrita en el acápite 4. del presente informe, no surgieron indicios que nos lleven a pensar que el reporte de sustentabilidad de Citibank N.A., Sucursal establecida en la República Argentina al 31 de Diciembre de 2014, no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los lineamientos GRI 4 y con los registros y archivos que sirvieron de base para su preparación.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 18 de enero de 2016

KPMG  
Reg. de Asoc. Prof. CPCECABA T° 2 F° 6

*Mabel F. Casillas*

Mabel F. Casillas  
Socia  
Contadora Pública (UBA)  
CPCECABA T° 195 F° 103

# Formulario de opinión

Los invitamos a que nos envíen su opinión respecto de nuestro desempeño económico, social y ambiental a través del siguiente formulario, que pueden hacerlo llegar por correo postal a Bartolomé Mitre 530, Ciudad de Buenos Aires, Argentina, o por correo electrónico a [asuntos.publicos.arg@citi.com](mailto:asuntos.publicos.arg@citi.com), o directamente desde nuestra web.

**A)** ¿A qué grupo de interés considera que usted pertenece?

- Empleados
- Comunidad
- Clientes
- Proveedores
- Organización no gubernamental
- Medios de comunicación
- Otros .....

**B)** ¿En qué formato leyó este Reporte?

- Impreso
- Digital

**C)** ¿En qué medida considera que se cumplen los principios para la elaboración de un Reporte de Sustentabilidad?

	Alto	Medio	Bajo
Materialidad			
Inclusión grupos de interés			
Equilibrio			
Comparabilidad			
Fiabilidad			
Precisión			
Periodicidad			
Claridad			

**D)** ¿Considera que este reporte debería ser verificado externamente para las próximas emisiones?

- Sí
- No
- ns/nr

**E)** ¿Cuál es su opinión sobre los siguientes capítulos?

	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Carta del Presidente				
Mensaje del VP de AA.PP. y Gubernamentales				
Highlights Citi Argentina 2014				
Citi en el mundo				
100 años en Argentina				
Citibank N.A. Sucursal en la Argentina				
Nuestro enfoque de gestión				
Nuestros productos y servicios				
Distinciones y reconocimientos				
Parámetros del Reporte				
Gobierno				
Ética e integridad				
Citi en cifras				
Indicadores económicos				
Nuestros proveedores				
Compromiso con el medio ambiente				
Nuestro desempeño				
Compromiso con nuestra gente				
Sociedad				
Responsabilidad sobre productos y servicios				
Índice de contenido GRI G4				
Informe de aseguramiento				



**F)** ¿Cuáles son aquellos temas que considera deberíamos profundizar en el próximo reporte?

	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Carta del Presidente				
Mensaje del VP de AA.PP. y Gubernamentales				
Highlights Citi Argentina 2014				
Citi en el mundo				
100 años en Argentina				
Citibank N.A. Sucursal en la Argentina				
Nuestro enfoque de gestión				
Nuestros productos y servicios				
Distinciones y reconocimientos				
Parámetros del Reporte				
Gobierno				
Ética e integridad				
Citi en cifras				
Indicadores económicos				
Nuestros proveedores				
Compromiso con el medio ambiente				
Nuestro desempeño				
Compromiso con nuestra gente				
Sociedad				
Responsabilidad sobre productos y servicios				
Índice de contenido GRI G4				
Informe de aseguramiento				

Otros .....

**G)** ¿Cuál es su opinión respecto de la presentación de la información?

	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Extensión del Reporte				
Diseño				
Información amigable				
Información técnica				
Relevancia de la información				
Organización de la información				

**H)** ¿Qué otra información o aspectos de la organización le gustaría encontrar en los próximos Reportes?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**I)** ¿Nuestro quinto Reporte de Sustentabilidad presenta la información que usted estaba esperando?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Nombre:** .....

**Apellido:** .....

**Teléfono:** .....

**Correo electrónico:** .....

**MUCHAS GRACIAS.**

**ESTA PUBLICACIÓN FUE ELABORADA POR:**

**COORDINACIÓN GENERAL:**

Alejandro Cerviño, Asuntos Públicos & Gubernamentales  
Adriana Turek, Asuntos Públicos & Gubernamentales

**ASESORES EXTERNOS:**

Julio Roque Sotelo  
AG Sustentable  
www.agsustentable.com

**FOTÓGRAFOS:**

Fernando Carrera  
Andrés D'Elía  
Santiago Lofeudo  
Rodrigo Vergara  
Norberto Yaverosky

**DISEÑO y VERSIÓN DIGITAL:**



**IMPRESIÓN:**

Casano Gráfica S.A.

Este Reporte en su versión digital está disponible en el sitio web [www.citibank.com.ar](http://www.citibank.com.ar) / Acerca de Citi

Por cualquier consulta o sugerencia, usted puede contactarse con nosotros  
a través de la dirección [adriana.turek@citi.com](mailto:adriana.turek@citi.com)



