



INFORME SOSTENIBILIDAD 2012

Es una publicación del equipo de la oficina de Comunicación Corporativa y Public Affairs en Citi Colombia.

Dirección Editorial

Jimena Botero Villegas, Mariana Escobar Uribe

Colaboradores

Catalina Herrera, José Deoteyza , Juan Pablo Michelsen, Lucía Ojeda, Gonzalo Lourido, Bernardo Solís, Carlos Vesga, Luz María Cabrera, Jean Pierre Dupre, Natalia Aguirre, Beatriz Londoño, Roberto Hoyos, Mario Echeverri, Héctor Ramírez, Maria Fernanda Zafra, Lina Malagón, Martín Mejía, Marjorie Frasser, Juan Diego Forero, Mauricio Fonseca, Ronaldo Ramos, Lina Carmona, Nicolás Gómez.

Redacción y corrección de estilo

BSD Consulting
Maria Stephanie González

Diseño y Diagramación

rsalomz@hotmail.com



200 millones de cuentas.
160 países. 1 Visión.

CONTENIDO

| | |
|--|----|
| Destacados | 1 |
| De Bernardo Noreña | 2 |
| De Pam Flaherty | 3 |
| Perfil | 4 |
| Estructura Operacional | 5 |
| Presencia Citi en Colombia | 7 |
| Misión y Principios Corporativos | 10 |
| Marcos de Sostenibilidad | 10 |
| Premios y Reconocimientos | 11 |
| Desempeño Citibank Colombia | 12 |
| Gobierno Corporativo | 14 |
| Citi Foundation | 21 |
| Sostenibilidad en Citi | 26 |
| Finanzas Responsables | 28 |
| Al servicio de las micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia | 32 |
| Inclusión Financiera | 36 |
| Educación Financiera | 39 |
| Productos y Servicios para el Desarrollo Sostenible | 41 |
| Bienestar de Nuestros Clientes | 43 |
| Valoramos Nuestra Gente | 51 |
| Gestión Ambiental | 63 |
| Compartiendo Nuestra Responsabilidad con la Cadena de Valor | 69 |
| Acerca de este Informe | 71 |
| Tabla GRI | 73 |

FINANZAS RESPONSABLES ■■■■■■■■■■ INCLUSIÓN FINANCIERA

Citi lidera la mesa de trabajo de **ECO EFICIENCIA del Protocolo Verde**

6.200 puntos de corresponsales bancarios en **+ de 400** municipios

EDUCACIÓN FINANCIERA ■■■■■■■■■■ APOYO AL CRECIMIENTO

+ de 12.000 Visitas 
obtuvo la página web de educación financiera en 2012

de la micro, pequeña y mediana empresa

1.198 nuevas pymes

BIENESTAR DE NUESTROS CLIENTES ■■■■■■■■■■ DIVERSIDAD

50% de los clientes recomienda al banco

 **59%**

87% de los clientes reveló satisfacción con los productos, servicios y canales de atención

 **41%**
en Citi valoramos la diversidad y promovemos la equidad de género

GESTIÓN AMBIENTAL ■■■■■■■■■■ PROVEEDORES

citi recicló **5.334**  **kg** de material y redujo **3%**  consumo directo de energía

99% de nuestros proveedores son colombianos





De Bernardo Noreña

En la historia económica del mundo, la banca ha tenido una función sumamente importante como facilitadora del progreso de personas, empresas y países. Cuando el sector financiero se desarrolla, también lo hace el país. Es por esta importante labor que en Citi guiamos el negocio de acuerdo con cuatro principios fundamentales: Finanzas responsables, Objetivo Común, Ingenio y Liderazgo.

Nuestras actividades diarias reafirman estos principios a través de nuestro compromiso de trabajar bajo los más altos estándares de transparencia y ética, buscando soluciones simples y creativas a los retos que enfrentamos día a día y con una meta común: servir a nuestros clientes y partes interesadas. En el banco creemos firmemente que estos principios nos llevan a ejercer la función básica de nuestra industria: facilitar el progreso.

En este cuarto informe de sostenibilidad consolidamos nuestra gestión sobre los asuntos que son relevantes para nuestros clientes, nuestros proveedores y para la sociedad en general y que son el reflejo de nuestros principios corporativos. Especialmente mostramos las acciones que hemos llevado a cabo para gestionar temáticas alrededor de la inclusión financiera, la gestión de riesgos socioambientales, el bienestar de nuestros empleados, entre otras, que hemos identificado como prioritarias para apalancar el progreso y desarrollo de Colombia.

En 2012 cumplimos el aniversario número 200 de Citi y con él, reafirmamos nuestra gestión frente a estos compromisos. Muestra de ello es la adherencia del banco al Protocolo Verde, iniciativa liderada por Asobancaria y el Gobierno Nacional que busca fomentar prácticas responsables con el medioambiente y que aporten al desarrollo social. A través de este, Citi ha participado activamente en las mesas de trabajo donde se establecen los planes de acción y de capacitación para las entidades signatarias, compartiendo buenas prácticas e identificando oportunidades para continuar fortaleciendo nuestra gestión.

Sabemos que aún tenemos muchos retos a futuro pero también muchas oportunidades en las que trabajar. En los próximos años continuaremos utilizando las fortalezas de nuestro negocio y el liderazgo de nuestro equipo para generar oportunidades nuevas e innovadoras para nuestros clientes y continuar aportando al progreso del país.

Bernardo Noreña
Presidente Citibank Colombia



De Pam Flaherty

Como entidad financiera, entendemos que para crear valor en las comunidades donde operamos necesitamos apalancar nuestro conocimiento sobre las finanzas y el desarrollo y utilizamos los recursos, el talento y la experiencia del banco para impulsar la inclusión financiera en comunidades donde el acceso a servicios financieros es limitado.

Citi Foundation juega un papel importante en la expansión de la inclusión financiera y el empoderamiento económico a individuos y familias de bajos ingresos, a través de inversiones sociales estratégicas e innovadoras, que promueven el conocimiento y creación de capacidades a organizaciones a nivel global.

La fundación busca atender a más de 2,7 miles de millones de personas en todo el mundo que no están bancarizadas. Estas personas no tienen acceso a servicios financieros formales, los cuales proporcionan protección y seguridad y permiten a las familias construir resiliencia económica. Creemos que cuando los individuos tienen acceso a servicios financieros formales y son capaces de usarlos efectivamente, aumentan sus oportunidades económicas y crean el sustento para sus familias y comunidades.

En Colombia, la fundación apoya diferentes organizaciones que están trabajando en ideas replicables y escalables que atienden comunidades donde no hay acceso a servicios financieros. Un socio particularmente innovador es Opportunity International Colombia; que está desarrollando un sistema de gestión de información que le permitiría diseñar un producto de micro ahorros basado en los patrones de ahorro, consumo y comportamiento de su mercado objetivo. El desarrollo de este producto aumentará la inclusión financiera al ligarlo con la metodología de educación de Opportunity, facilitando el acceso para aquellos que han sido excluidos debido a costo, cercanía, educación y por falta de productos adecuados.

Central a nuestra estrategia de inversión social está nuestra capacidad para aprovechar el talento y la experiencia global de Citi. Un gran ejemplo de este enfoque que llamamos “más allá de la filantropía” es nuestro esfuerzo de apalancar el conocimiento de nuestros colaboradores para aumentar el impacto de nuestras donaciones. En 2012 en Colombia 60 empleados participaron en la selección de los finalistas del premio Citi Acción al Microempresario Colombiano.

Nuestro compromiso con las Finanzas Responsables y la inclusión es importante. En nombre del banco y de la fundación, los invito a conocer nuestros esfuerzos de Responsabilidad Social y Ciudadanía.

Pam Flaherty
Directora de Ciudadanía Corporativa
Presidente & CEO Citi Foundation



PERFIL

Citi es el banco internacional más antiguo en el país y desde su llegada ha sido partícipe de la evolución del sector financiero en Colombia. Gracias al liderazgo en el desarrollo de productos y servicios, la innovación tecnológica y su presencia global, Citi hace posibles importantes transacciones empresariales, impulsa el comercio exterior, ofrece soluciones financieras a personas naturales, apoya el crecimiento de las pequeñas, medianas y grandes empresas y aporta al desarrollo económico de familias y comunidades.



Estructura y negocios en Citi Colombia

Citi Colombia

Citi Colombia es una franquicia de Citigroup, grupo financiero norteamericano con 200 años de trayectoria en el sector.

El grupo en Colombia ha sido reconocido como Grupo Financiero "Citibank" conformado por las sociedades, Citibank-Colombia S.A., Cititrust - Colombia S.A., y Citivalores S.A. Comisionista de Bolsa, en donde el control se ejerce por Citibank N.A y de manera indirecta a través de su subordinada Citibank Overseas Investment Coporation (COIC). De conformidad con la Ley 222 de 1995 la sociedad que ejerce el control en Colombia es Citibank Colombia S.A. El Grupo Empresarial está conformado por las sociedades, Citibank - Colombia S.A., Cititrust - Colombia S.A., Citivalores S.A. Comisionista de Bolsa, Colrepfin Ltda y Citirecovery .

Citibank Colombia S.A.

Es un establecimiento bancario, sometido a la inspección de la Superintendencia Financiera de Colombia. Se encuentra establecido en el país desde 1929 y su capital social pertenece mayoritariamente a Citibank Overseas Investment Corporation.



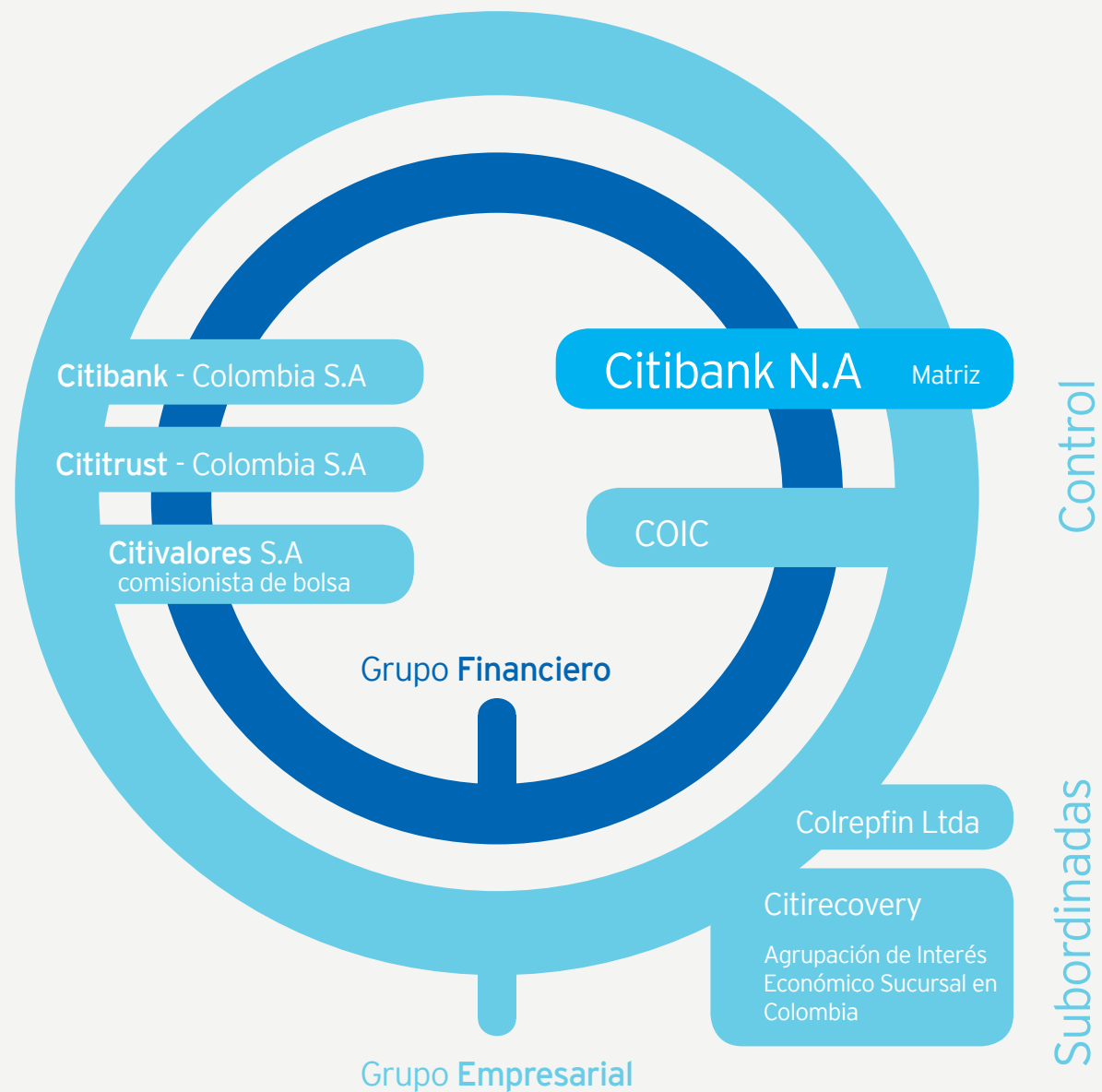
525.000 CLIENTES

4.352 EMPLEADOS

5.998 PYMES

13 CIUDADES

709 GRUPOS ECONÓMICOS VINCULADOS AL BANCO



Citivalores S.A. Comisionista de Bolsa

La sociedad comisionista de Bolsa de Citi en Colombia atiende tanto el mercado de personas naturales como de clientes corporativos. Citivalores asesora los segmentos mencionados, para la celebración de operaciones en el mercado de valores colombiano, así como también realiza la promoción de productos y servicios financieros del exterior. De igual forma, ofrece asesoría para el mejoramiento de la estructura financiera de empresas o proyectos, mediante estrategias innovadoras en el mercado nacional e internacional, para clientes corporativos y personas naturales.

Adicionalmente los clientes obtienen el servicio Wealth Management (administración de patrimonio), que ofrece servicio personalizado y de orientación financiera local a cargo de profesionales que ayudan a tomar decisiones de acuerdo con las necesidades de ahorro e inversión, siguiendo los estándares de privacidad de Citigroup.

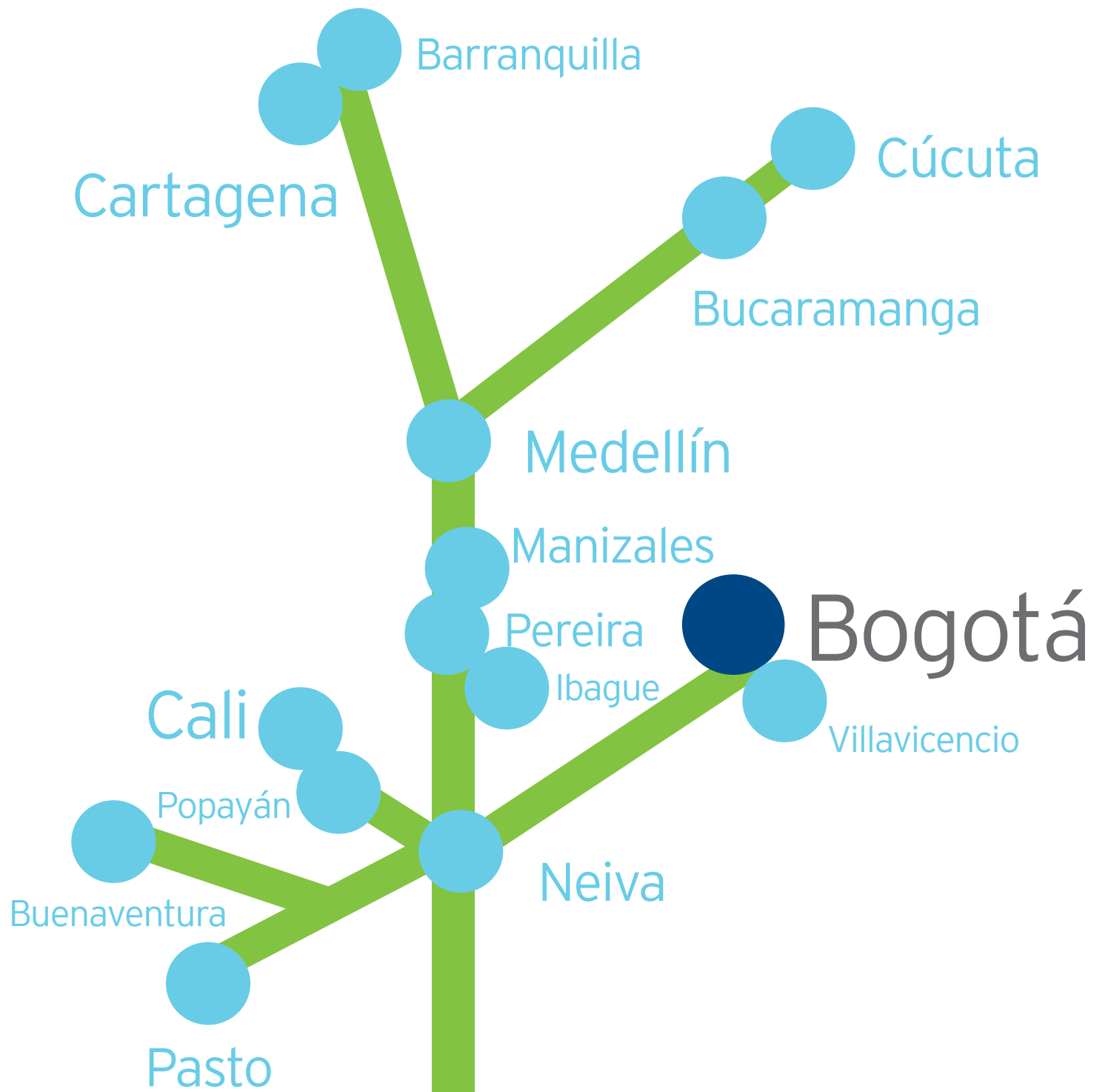
Cititrust Colombia S.A

La fiduciaria de Citi en Colombia se ha consolidado en el mercado de los servicios de Custodia, Administración de Valores y Fiducia Estructurada, y es pionera en la estructuración del primer fondo bursátil (ETF) en Colombia con el lanzamiento de iShares COLCAP a mediados de 2011. Cititrust cuenta con los estándares y el apoyo internacional de Citi en la prestación de sus servicios en Colombia, brindando a los clientes el mayor soporte en sus transacciones.

Colrepfin Ltda.

Sociedad comercial constituida en el 2008 que hace parte del grupo empresarial Citi.

Presencia de Citi en Colombia



red

de servicio a clientes **Citi Colombia**

125 Citi Express 137 cajeros automáticos

+ de 6.000 corresponsales bancarios **55 oficinas**

55 CDMs **24 Horas** de atención al cliente en las

Líneas **Citiphone** para personas **Citiservice** para clientes corporativos



| Canales | Ciudades | Horarios de Atención | Servicios Especiales |
|---|--|--|---|
| Oficinas | Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Buenaventura, Cartagena, Cúcuta, Ibagué, Manizales, Neiva, Pasto, Pereira y Villavicencio. | Lunes a viernes de 9:00 a.m. a 4:00 p.m. en Bogotá, y adaptado a las necesidades propias de cada ciudad para el caso de las oficinas en el resto del país. | Cajeros automáticos y máquinas depositarias en cheque o efectivo con servicio. Asignación de turnos para priorizar atención y disminuir tiempos en fila de acuerdo al número de clientes. Este servicio está ubicado en el 33% de las oficinas a nivel nacional. Están ubicados en el 33% de las oficinas a nivel nacional. |
| Cajeros Automáticos | En todas las oficinas, puntos Citi Express, centros comerciales y almacenes de cadena. | Sujeto al horario de la oficina o almacén de cadena. | |
| Citiphone | Centro regional de servicio con atención a nivel nacional. Adicionalmente desde Colombia, se presta el servicio para Perú y España. | Atención 24 horas, 365 días al año. | |
| CitiService | Centro regional de servicio con atención a nivel nacional. Desde Colombia se presta el servicio para 11 países adicionales. | Atención multicanal sobre los productos del banco a clientes corporativos de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 6:00 p.m. | Soporte en implementación, banca electrónica y comercio exterior. |
| Banca Electrónica (Citibank Online) | www.citi.com.co | 24 horas del día los 365 del año, sin costo y desde cualquier lugar del mundo. | |
| Red de Corresponsales Bancarios | 6.200 puntos Citibank ubicados en la Red Vía Baloto. | Sujeto al punto donde esté localizado. | Más de 1.200 puntos están habilitados para realizar retiros en efectivo. |
| Citi Express | Módulos Bancarios ubicados en: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Buenaventura, Cartagena, Cúcuta, Ibagué, Manizales, Neiva, Pasto, Pereira y Villavicencio. | Sujeto al lugar donde esté localizada (centros comerciales, aeropuertos y grandes superficies). | Cajero automático, máquina para depósitos en cheque o efectivo, módulo de acceso a www.citi.com.co , video conferencia con representante de servicio de Citiphone. |
| Mensajes de Texto al Celular | Notifica a los clientes sobre transacciones efectuadas con tarjetas débito y crédito. | 24 horas del día los 365 del año.. | Alertas por transacciones en establecimientos comerciales y cajeros electrónicos. |
| Cash Deposit Machine (CDMs) | Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Cartagena, Cúcuta, Ibagué, Manizales, Neiva, Pasto, Pereira y Villavicencio. | Sujeto al horario de la sucursal en cada una de las ciudades | Depositar dinero en cheque o en efectivo. |
| Banca Móvil | Desde cualquier aplicativo móvil, para cualquier tipo de celular y/o Smartphone. | 24 horas del día los 365 del año, sin costo y desde cualquier lugar del mundo. | Consultas de productos, pagos de productos, pagos de servicios públicos y privados, transferencias a cuentas Citi y otras entidades financieras y recargas de minutos a celular. |
| Centros de Atención Citigold (Citigold Center y Citigold Branch) | Centros de atención exclusivos en Bogotá, Medellín, Cali y Bucaramanga. Adicionalmente en sucursales de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga y Cúcuta, cuenta con cajas de atención exclusiva. | Lunes a viernes de 9:00 a.m. a 4:00 p.m. | Salones privados para atención personalizada con los clientes asegurando una mayor privacidad. Atención preferencial mediante la disposición de cajas de atención exclusiva. |



Misión y Principios Corporativos

“Citi trabaja incansablemente para prestar servicios financieros a las personas, comunidades, instituciones y países. Con 200 años de experiencia enfrenta retos complejos, aprovecha oportunidades a nivel global y se esfuerza por obtener los mejores resultados para los clientes con soluciones financieras sencillas, creativas y responsables. La institución conecta a más de 1.000 ciudades, 160 países y millones de personas.”

Para cumplir su misión, el grupo cuenta con cuatro principios clave:

- **Objetivo común:** Un solo equipo, con un solo objetivo: servir a los clientes, a los accionistas y a las comunidades en donde el banco opera.
- **Responsabilidad financiera:** Una conducta transparente, prudente y confiable.
- **Ingenio:** Trabajo direccionado a mejorar la vida de los clientes a través de acciones innovadoras que capitalicen el alcance y la profundidad de la información, de la red global y de los productos de nivel mundial.
- **Liderazgo:** Personas talentosas y altamente capacitadas, quienes crecen en un ambiente de meritocracia en el que se respeta la diversidad y se exige excelencia, iniciativa y determinación.



1.000 CIUDADES

160 PAÍSES

Marcos de Sostenibilidad

Principios de Ecuador: Además de las leyes y regulaciones locales sobre la protección del medio ambiente, el grupo adoptó los Principios de Ecuador, una serie de directrices elaboradas y asumidas de manera voluntaria para la gestión de temas sociales y ambientales en relación con el financiamiento de proyectos.

Índices de Sostenibilidad: Con el Dow Jones Sustainability Index, (Índice de sostenibilidad de la bolsa de Nueva York), Citigroup hace parte del listado más importante de sostenibilidad corporativa de empresas a nivel mundial. También forma parte del FTSE4Good Index (Índice FTSE), una compañía independiente creada por The Financial Times y la Bolsa de Valores de Londres.

Objetivos del Milenio: Citigroup está comprometido con los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) propuestos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), para los cuales orienta una importante inversión social y ambiental.

PNUMA IF: Esta iniciativa financiera consiste en la identificación, promoción y adopción de las mejores prácticas medioambientales y de sostenibilidad en los distintos niveles de las operaciones de las instituciones financieras. Actualmente, Citigroup hace parte de la UNEP FI (UNEP Finance Initiative, por su sigla en inglés).

Pacto Global: Citi se apoya y asume como propios los diez principios del Pacto Global y los incorpora a sus políticas y cultura empresarial, a la vez que se compromete a ejecutar proyectos que promuevan los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas. Estos principios están relacionados con temas de derechos humanos, empleo, cuidado del medio ambiente y prácticas anticorrupción.

Protocolo Verde - Colombia: Iniciativa del Sector Financiero Colombiano en asocio con el Gobierno Nacional, que tiene como objetivo contribuir al Desarrollo Sostenible del país. Firmado por representantes del Gobierno Nacional liderado por el Presidente de la República, el Ministro de Ambiente y Desarrollo Sostenible y la Alta Consejera Presidencial para la Gestión Ambiental, la Biodiversidad, Agua y Cambio Climático, y por la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia-Asobancaria en representación de las entidades del sector financiero con operación en Colombia, que de manera individual expresen su adhesión con la firma de este Protocolo.

Premios y Reconocimientos

2012 Global Finance

Best Sub-Custodian Bank



World's Best Sub-Custodian Bank

2012 Trade Finance

Best International Trade bank in Colombia



Annual Client Poll

2012 Euromoney

#1 Domestic cash Management provider



Cash Management Poll

2012 Euromoney

Net - Worth - specific Services Super Affluent (500k - 1 MM)



Private Banking Awards

Desempeño

Actualmente, Citibank Colombia es una de las franquicias de Citigroup que cuenta con mayor potencial de crecimiento en Latinoamérica. Por esta razón, en 2011 fue incluida en la lista de los 15 países foco del grupo dentro de los mercados emergentes.

Para conservar y fortalecer esa imagen como franquicia de alto crecimiento en el mundo, Citibank Colombia apuesta al desarrollo de diferentes planes de acción que le permitirán profundizar y estrechar las relaciones con sus clientes. Esta apuesta viene respaldada por un portafolio de productos innovadores y servicios de excelente calidad tanto para sus clientes corporativos como de banca personal.

La organización tiene como objetivo continuar extendiendo la red de cobertura nacional mediante nuevas alianzas para la apertura de corresponsales bancarios, generando de esta manera mayores oportunidades de negocio, costos operativos bajos, y un aumento de su presencia en el mercado.

Desempeño Citibank Colombia S.A. 2012

Durante el 2012, Citibank-Colombia S.A. continuó con la estrategia de rentabilizar la base de clientes derivada del crecimiento presentado entre los años 2006 y 2008, por lo cual se concentró en profundizar la relación con sus clientes a través de estrategias de segmentación, buscando adecuar una oferta de valor específica para cada uno.

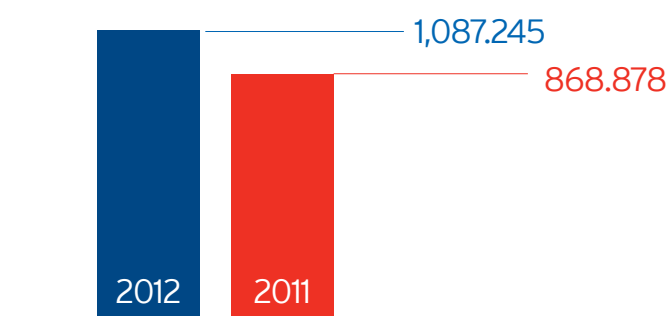
El movimiento en las tasas de referencia del Banco de la República generó oportunidades significativas en la inversión en títulos de deuda en Colombia, aumentando la utilidad neta final en un 39% pasando de \$142.514 millones en 2011 a \$198.377 millones en 2012. Cabe anotar que Citibank Colombia S.A. contabiliza el Mark to Market con el 82% de su posición en títulos en el Estado de Pérdidas y Ganancias (PyG), a diferencia del resto del sector financiero, por lo que en ambientes de tasa de interés con tendencia a la baja el impacto es inmediato.

| Desempeño del Sector | 2010 | 2011 | 2012 |
|-------------------------------|--------|--------|--------|
| Rentabilidad sobre activos | 2.12% | 2.13% | 2.18% |
| Rentabilidad sobre patrimonio | 15.84% | 16.21% | 15.37% |

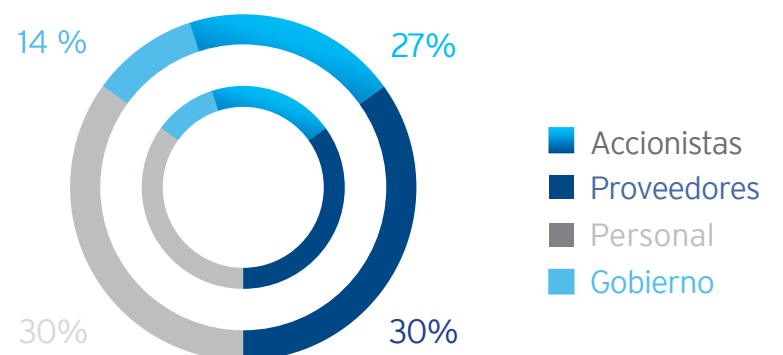
| Desempeño de Citi Colombia | |
|--|---|
| Utilidad | Aumentó de \$142.514 millones (2011) a \$198.377 millones (2012) - incremento de la utilidad neta final en un 39% |
| Crecimiento de activos | \$475.064 millones (aumentó en un 6% frente al año anterior, de \$8.046.797 millones en 2011 a \$8.521.861 millones en 2012). |
| Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) | 12.35% (2012) y 10.08% (2011) |
| Rentabilidad sobre los activos (ROA) | 2.33% (2012) y 1.77% (2011) |

Resultado operacional directo

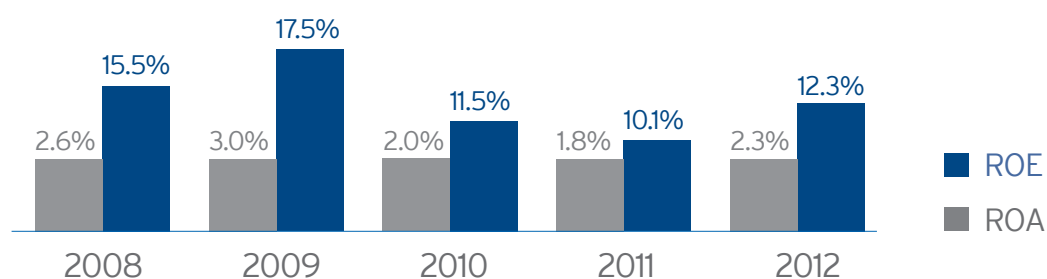
Margen Financiero Neto



Valor distribuido 2012



ROE - ROA



| Citibank Colombia Estado de resultados COP\$MM | 2011 | 2012 |
|---|-----------|-----------|
| (+) Ingresos Operacionales | 1,226.328 | 1,505.961 |
| (-) Gastos Operacionales | 357.450 | 418.719 |
| Margen Financiero Neto | 868.878 | 1,087.215 |
| (-) Gastos Personal | 215.078 | 224.450 |
| (-) Provisiones | 94.117 | 209.876 |
| (-) Depreciaciones | 14.806 | 16.806 |
| (-) Amortizaciones | 4.996 | 6.519 |
| Contribución Operativa | 539.881 | 629.594 |
| (-) Otros Ingresos | 26.831 | 83.856 |
| (-) Otros Egresos | 329.127 | 411.695 |
| Utilidad Antes de Impuestos | 237.585 | 301.755 |
| (-) Impuesto de Renta | 95.071 | 103.378 |
| Utilidad Neta Final | 142.514 | 198.377 |

Perspectivas Futuras

Citi continuará durante el 2013 con la estrategia de crecimiento en sus negocios basada en innovación, eficiencia, servicio al cliente, excelencia operacional y estricto ambiente de control y cumplimiento. La permanente innovación en el portafolio de productos y servicios permitirá que la organización acompañe el crecimiento de sus clientes y realice alianzas con ellos. Los retos para el 2013 son evidentes dadas las condiciones actuales de los mercados internacionales.

Sin embargo, el dinamismo de la economía colombiana y del sector financiero en particular, le va a permitir al banco tener un excelente desempeño en el país. Continuará profundizando la relación con sus clientes de banca personal a través de excelentes niveles en la calidad del servicio y seguirá enfocándose en brindar a sus clientes corporativos soluciones innovadoras que mantengan a Citibank Colombia S.A. a la vanguardia de productos estructurados.



GOBIERNO CORPORATIVO

El Grupo Financiero Citi en Colombia está comprometido con el desarrollo y la implementación de principios de buen gobierno corporativo y con la adopción de prácticas de transparencia, ética y conducta, que permiten incrementar su productividad y garantizar relaciones armónicas y equitativas con sus diferentes grupos de interés.



Buen Gobierno

Los diferentes vehículos de Citi en Colombia (Citibank, Citivalores, Cititrust) cuentan con un código de Buen Gobierno Corporativo el cual recoge los principios, reglas de conducta y mecanismos que les permiten operar dentro de altos estándares éticos y corporativos buscando el mejor interés de la sociedad, los accionistas, clientes y proveedores, con respeto a los derechos de los consumidores financieros y de la sociedad en general.

Estructura en la Toma de Decisiones

Diferentes órganos de Gobierno Corporativo se encargan de direccionar, desarrollar, ejecutar y vigilar la gestión de la organización:

- Asambleas Generales de Accionistas
- Juntas Directivas
- Presidente del Banco Presidente del Banco y de las compañías miembro del Grupo Financiero y del Grupo Empresarial en Colombia
- Revisor Fiscal
- Altos Ejecutivos

Junta Directiva

Para mayor información en relación a las disposiciones de Gobierno Corporativo de esta estructura de toma de decisiones, consultar la página:

www.citibank.com.co/colombia/common/pdf/codgob.pdf

Citi cuenta con otros órganos para el control, la divulgación y el cumplimiento de las normas de la entidad.



Comités Internos de Citibank, Citivalores y Cititrust

| Denominación del Comité | Organizador/Responsable | Periodicidad de Reunión |
|--|--|---|
| Comité de Auditoría | Auditoría Interna | Trimestral |
| Comité de Riesgo de negocio, Cumplimiento y Control (BRCC) | Vicepresidente de Riesgos y Control | Trimestral |
| Policy Comité de Reportes Directos | Presidente | Semanal |
| Comité AML | Vicepresidente de Cumplimiento | Cada dos meses |
| Comité de Excepciones SARLAFT | Vicepresidente de Cumplimiento | Se reúne a solicitud del negocio |
| Comité de Activos y Pasivos (CAP) | Gerente de Riesgo de Mercado | Por lo menos una vez al mes |
| Country Coordinating Committee (CCC) | Vicepresidente Jurídico | Mensual |
| Comité de Escalamiento de Asuntos No Éticos | Vicepresidente de Cumplimiento | Mensual |
| Comité Legal y Compliance (CLCC) | Vicepresidente Jurídico y de Cumplimiento | Mensual |
| Comité de Innovación (Magnet Team) | Magnet Coordinator | Cuando sea requerido |
| Country Senior Personnel Committee (CSPC) | HR. Compensación | De acuerdo a requerimientos |
| Comité de Proyectos | SCOO | Mínimo un vez al mes (Depende del número de Proyectos) |
| Comité Operativo | SCOO | Semanal |
| Comité de Servicio al Cliente | Unidades de Servicio al Cliente | Mínimo Semestral |
| Significant Litigation | Vicepresidente Jurídico | Trimestral |
| Balance Sheet Review | Country Controller | Mensual |
| Comités Internos establecidos para Citibank - Colombia S.A. | | |
| Investment Banking Committee (Hoy Comité de Negocios) | CCO / Business Devt Analyst - Relationship Management | Semanal |
| Review Corporativo | CCO / Vicepresidente de Impuestos | Mensual |
| Review Consumo | Vicepresidente de Tarjetas/ Vicepresidente - Decision Management Head | Mensual (En ocasiones se hace con una periodicidad mayor) |
| Junta Local Comercial del Banco (LCB) | Strategy & MIS Manager LCB | Mensual |
| Comité de Alertas Tempranas y Calificación de Cartera LCB/Citibusiness | Oficial de Alertas Tempranas LCB/Citibusiness | Mensual |
| Comités Internos establecidos para Citivalores S.A. Comisionista de Bolsa | | |
| Comité de Riesgo | Presidente | Mensual |
| Comité de inversiones Onshore y Offshore (Citivalores Affluent) | Investment Product Manager | Mensual |
| Comité de Control de Inversiones (Citivalores Affluent) | Business Unit Compliance Officer | Mensual |
| Comités Internos establecidos para Cititrust | | |
| Country Fiduciary Review Committee (CTC) | Product Manager Agency & Trust | Mínimo trimestralmente o cada vez que se requiera para aprobar un nuevo negocio |



Conducta Ética

El cumplimiento de altos estándares de comportamiento es un elemento de suma importancia para el banco en Colombia. Por tanto, siempre busca que sus empleados actúen con integridad y con el objetivo de alcanzar los mejores intereses a largo plazo de sus clientes, de sus comunidades y en consecuencia para la organización.

Código de Conducta

El Código de Conducta afirma, informa y refuerza la creencia de que instituir normas éticas es fundamental para ofrecer servicios y productos con estándares de clase mundial. El Código establece políticas y reglas de comportamiento acordes con los principios de la organización, las cuales deben ser aplicadas en el desarrollo de sus actividades por todos los empleados, contratistas y proveedores.

- Conflictos de Interés
- Prácticas Laborales Justas y Diversidad
- Seguridad en el Lugar de Trabajo
- Relaciones con Proveedores
- Actividades y Contribuciones Políticas
- Operaciones con Información Privilegiada
- Compromiso con el Medio Ambiente
- Declaración de Citi sobre Derechos Humanos

Para mayor información, por favor consultar la página:
<http://www.citigroup.com/citi/corporategovernance/codeconduct.htm>

en donde encontrará el código de conducta aplicable a todas las operaciones de Citi en el mundo.

Contribuciones políticas y participación en política pública

Citi cuenta con altos estándares y procedimientos de control para realizar contribuciones políticas y participar en política pública, alineados a la ley federal y a las leyes estatales norteamericanas. Para garantizar su cumplimiento, todas las contribuciones políticas son revisadas y aprobadas por el grupo de Asuntos Gubernamentales Globales de Citigroup (GGA por sus siglas en inglés) y el Consejo General y las actividades de lobbying están limitadas a un equipo de profesionales preestablecido por el banco.

Las directrices completas se pueden encontrar en la Declaración de Lobby y Contribuciones Políticas:

http://www.citigroup.com/citi/investor/corporate_governance.html

En Colombia no se hicieron contribuciones a partidos políticos durante 2012.

Cultura de Cumplimiento

En Citi, el control y el cumplimiento hacen parte indispensable de su cultura de trabajo.

Son estos elementos los que le permiten desempeñar sus funciones dentro de los más altos estándares éticos y, junto con los valores corporativos, sustentar la construcción de relaciones duraderas con los clientes, reguladores y entidades con las que interactúa diariamente. Citi está comprometido con la prevención de cualquier acto de soborno, corrupción y fraude en las transacciones financieras. Así mismo, cumple con el programa de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo, reforzándolo con su responsabilidad en la toma de decisión sobre la elección y monitoreo de los clientes.

Políticas de Cumplimiento

Como base de su cultura de cumplimiento, en las Políticas de Cumplimiento están plasmados los lineamientos de conducta y estándares mínimos que deben ser acatados por todos los empleados de Citi, con el fin de extender las buenas prácticas de comportamiento a toda la organización.

El incumplimiento de estas políticas conlleva a acciones disciplinarias que pueden resultar en la terminación del contrato laboral.

- **Política de Actividades Externas:** Es la que regula las solicitudes de autorización para desempeñar funciones y/o cargos externos a las ejercidas en Citi, con el propósito de identificar conflictos de intereses entre las actividades asociada a estas funciones y/o cargos y las responsabilidades que tiene con la organización.

- **Política de Regalos y Actividades de Entretenimiento:** Establece los lineamientos que deben seguir todos los empleados de Citi sobre la recepción de regalos por parte de clientes y/o proveedores, así como los requerimientos que deben cumplirse para la entrega de regalos y realización de actividades de entretenimiento para clientes y/o proveedores.

- **Política de Antisoborno y Anticorrupción:** Tiene como objetivo establecer estándares de conducta para el cumplimiento de las disposiciones antisoborno que impactan las operaciones locales, regionales e internacionales del grupo. La principal premisa de esta política es asegurar que Citi, o quien actúe en su representación, no entregue "objetos de valor" que se puedan interpretar como soborno a cualquier tercero (incluyendo empleados y funcionarios del sector público y privado), o de cualquier tercero a empleados de Citi.

- **Política de Confidencialidad:** Determina el comportamiento que deben tener los empleados de Citi para proteger la información confidencial o privilegiada. Su objetivo es mantener la confianza que los clientes han depositado en Citi, garantizando que su dinero e información personal están a salvo y seguros.



- **Política de Barreras Informativas:** Decreta la separación entre las áreas que ofrecen servicios financieros a los clientes (ej. Financiación para una licitación pública) y las áreas cuyas decisiones deben basarse exclusivamente en información públicamente disponible (ej. Mesa de valores), con el fin de evitar que información confidencial de los clientes sea conocida o utilizada indebidamente.

- **Política de Escalamiento de Asuntos No Éticos:** Mediante esta política se establecen canales claros y seguros de comunicación que permiten a cualquier persona de la comunidad Citi reportar confidencialmente y sin temor a represalias, aquellas actividades y/o conductas que consideren contrarias a los estándares éticos de la organización.

- **Política de Ausencia Obligatoria:** Los empleados que desarrollen actividades que manejen información confidencial deben ausentarse diez días hábiles consecutivos durante el año calendario. Con esto se busca evitar fraudes, la realización de alguna operación no autorizada o la relajación en los controles necesarios para garantizar la calidad de los procesos.

- **Política Fiduciaria:** Fija los estándares mínimos aplicables a la conducta de los Negocios Fiduciarios de Citi alrededor del mundo. Estos negocios deben cumplir deberes de debida diligencia y actuar siempre en el mejor interés del cliente.

- **Política de Inversiones Personales:** Los empleados cubiertos por esta política no pueden realizar, ya sea localmente o en el exterior, inversiones personales en empresas o en valores emitidos por empresas inscritas en algún sistema bursátil, en caso de que posean, conozcan o hayan tenido acceso a información material no pública (IMNP) o privilegiada sobre dichas organizaciones. También busca que los empleados que realizan actividades de inversión no incurran en conflictos de intereses.

El rol de la Vicepresidencia de Cumplimiento

Citi cuenta con una Vicepresidencia de Cumplimiento que está encargada de velar porque se cumplan, en letra y espíritu, todas las políticas y regulaciones aplicables a cada una de las áreas de negocio. El Vicepresidente de Cumplimiento hace parte del Comité Ejecutivo en línea directa con el Presidente de Citi en Colombia, y participa en las reuniones y decisiones de primer nivel. Sin embargo, con el fin de asegurar su independencia y lograr mayor autonomía entre el negocio y las acciones de control y mitigación de riesgos de Cumplimiento, el Vicepresidente reporta funcionalmente a sus jefes de la Región Latinoamérica y Caribe del área de Cumplimiento.

Adicionalmente, su evaluación de desempeño y las decisiones sobre su compensación son tomadas únicamente por dichos jefes, sin injerencia del Presidente de Citi en Colombia.

Las principales funciones de la Vicepresidencia de Cumplimiento son:

- Asegurar que los diferentes riesgos regulatorios y reputacionales sean adecuadamente identificados, controlados, monitoreados, evaluados y reportados. Igualmente, verificar el cumplimiento de las políticas de prevención del lavado de dinero y el financiamiento del terrorismo y administrar el Sistema para la Administración del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo - SARLAFT.
- Participar en el proceso de creación de todo nuevo servicio o producto con el fin de asegurar que los riesgos están debidamente identificados y controlados y que el ofrecimiento de estos nuevos productos y servicios cumplen con la regulación y políticas corporativas aplicables.
- Garantizar una fuerte cultura de cumplimiento a través de su participación en los diversos comités gerenciales y mediante sus informes a la Junta Directiva y a la Alta Gerencia.
- Contribuir al desarrollo de la cultura de cumplimiento mediante el entrenamiento de nuevos empleados y la aplicación de estándares éticos y de transparencia a través de la debida administración de las políticas corporativas. Acerca de éstas, la Vicepresidencia realiza recordatorios a todo el personal por medio de la intranet y el buzón de compliance.



Además, cuenta con la representación de los Business Unit Compliance Officer (BUCO) en cada una de las áreas, lo que permite una mayor cobertura dentro de la organización e involucra de modo directo a todas las áreas en los temas de cumplimiento.

- Actualizar el programa de cumplimiento para reflejar los cambios en las condiciones de operación de los negocios y del ambiente regulatorio.
- Liderar el proceso de escalamiento de asuntos no éticos en Citi Colombia para garantizar una adecuada atención y manejo de los temas escalados. El área es responsable de coordinar y establecer las acciones a seguir con las áreas requeridas en la investigación.

Fortalecimiento de la Cultura de Cumplimiento

Con el fin de fortalecer el ambiente de control y estandarizar los criterios de evaluación de riesgos y controles a nivel global, Citi implementó durante el 2012 un nuevo programa de evaluación del ambiente de control (MCA - Manager's Control Assessment) que le permitió a la Alta Gerencia tener herramientas uniformes para facilitar la identificación de los riesgos más significativos en las actividades del negocio, evaluar la efectividad de los controles clave para mitigar esos riesgos y detectar y corregir cualquier debilidad que surja en el diseño y/o ejecución de controles y procesos.

Con la aplicación de este programa Citi espera mejorar la eficiencia y efectividad de la evaluación de riesgos y controles en todas las áreas de negocio y soporte de la organización.

Con el objetivo de validar el cumplimiento de la Política de Anti Soborno y Corrupción (AB&C), que incluye los lineamientos definidos en la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero de Estados Unidos (FCPA por sus siglas en inglés) y la Ley Anti Soborno del Reino Unido, la Unidad de Compliance Testing realizó una revisión en la que tuvo en cuenta los siguientes procesos en cinco áreas del banco cubriendo el periodo de Julio 1 de 2011 a Junio 30 de 2012.

- Reembolso de gastos a empleados. (Área de Contabilizaciones y Pagos).
- Proveedores (Procurement Services)
- Pagos de facilitación (Área de Contabilizaciones y Pagos).
- Contratación de nuevos empleados relacionados con Oficiales de Gobierno (Recursos Humanos-Contratación).
- Donaciones (Public Affairs).
- Entrenamiento de la Política de AB&C (Compliance).

Una vez concluida la revisión, Compliance Testing no identificó caso alguno relacionado con temas de soborno y corrupción en el cual hayan estado involucrados empleados de Citi Colombia.

En el marco del plan de entrenamiento de 2012 establecido por la Vicepresidencia de Cumplimiento se llevaron a cabo:

- Cursos web sobre temas de Cumplimiento, Políticas y Prevención de Lavado de Activos, tomado por 2.446 empleados de Citi en Colombia.
- Sesiones de capacitación sobre temas generales de cumplimiento en Políticas Corporativas y temas de Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo a todos los nuevos empleados.
- Sesiones de refuerzo en Políticas Corporativas a diferentes áreas de negocio de los vehículos legales de Citi en Colombia.
- Sesiones de entrenamiento sobre sanciones (listas restrictivas), sistema de monitoreo, códigos transaccionales y SARLAFT (Sistema de Administración de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo)

En total, durante 2012 la Vicepresidencia de Cumplimiento capacitó presencialmente a 1.783 empleados de todos los vehículos legales de Citi en Colombia, superando la meta de 80% de todos los empleados de Citi.

Política de Escalamiento de Asuntos No Éticos de Citi

Para asegurar que la ética de la organización sea siempre una de sus fortalezas, Citi cuenta con la política de escalamiento de asuntos no éticos que establece los lineamientos bajo los cuales todos los empleados deben reportar aquellas situaciones en las que sospechen o tengan evidencia de violaciones a normas, regulaciones, políticas y prácticas de negocio inadecuadas. La política ofrece vías alternativas para reportar: teléfono, vía fax, correo regular, correo electrónico, o a través de la página web de la organización.



1.783 EMPLEADOS CAPACITADOS
EN LAS POLÍTICAS DE
CUMPLIMIENTO



CITI FOUNDATION

Es el organismo a través del cual Citigroup canaliza los recursos para ayudar a las comunidades en donde la organización tiene presencia y por medio del cual se define y administra los programas de inversión. La Fundación brinda apoyo filantrópico a iniciativas que dan escala y sostenibilidad a los sectores de las microfinanzas y del desarrollo empresarial, mediante la creación de conocimientos financieros, y trabaja para fortalecer la capacidad institucional de sus aliados, ampliar la oferta de nuevos productos y servicios financieros para la construcción de activos, y apoya la investigación para identificar iniciativas innovadoras.

Áreas de enfoque de Citi Foundation



Apoyo a empresas en crecimiento

Tiene como objetivo aumentar la cantidad de pequeñas y medianas empresas que aporten nuevas fuentes de ingreso u oportunidades de empleo para personas de bajos recursos.



Microfinanzas

Apoyo para mejorar la oferta de productos financieros y apoyar la entrega de microcréditos que aceleren la inclusión financiera de personas de bajos recursos.



Creación de capacidades financieras

Busca incrementar, mediante programas educativos, la posibilidad de que adultos y jóvenes de bajos ingresos adopten comportamientos financieros positivos que les permitan acumular y preservar sus activos financieros.



Educación y calidad de vida

Apoya a jóvenes de bajos recursos entre los 13 y los 25 años para que obtengan educación o entrenamiento postsecundario y se inserten en la cadena laboral o inicien negocios que les generen ingresos.

| Ciudades III | Actividad | Fundación | Descripción | Población | Beneficiados | Voluntarios |
|---------------|--|--|--|--|--------------------------|-------------|
| Barranquilla | Día para los niños | Fundación amigos de María | Llevar a 140 niños al zoológico de Barranquilla | Niños en situación de vulnerabilidad | 140 niños y acompañantes | 110 |
| Bucaramanga | Actividad con ancianos | Asilo San Rafael | Hacer un evento de esparcimiento, recreación y almuerzo con los abuelos del asilo. | Tercera edad | 200 | 45 |
| | Actividad con niños | Comedor infantil parroquia Santa María de las Reinas | Comprar dotación de sillas para el comedor infantil | Niños en situación de vulnerabilidad | 150 | 45 |
| Cartagena | Actividad con madres pre adolescentes | Juan Felipe Gómez Escobar | Actividades lúdicas de cocina y juegos | Madres preadolescentes y sus hijos | 200 | 50 |
| Medellín | Día lúdico para niños | Fundación Nazaret | Llevar niños al cine y a darles refrigerio y sorpresas. | Niños en situación de vulnerabilidad | 60 | 150 |
| Neiva | Apoyo a sala de computo | Fundación Casa del Niño arzobispo Ismael Perdomo | Apoyo en la adecuación de la sala de cómputo; pintada de salón por parte de los funcionarios y los niños internos de la fundación. | Niños en situación de vulnerabilidad | 110 | 12 |
| Pasto | Día lúdico para niños | Club Kiwanis Pasto | Entrega de ropa y actividades recreativas | Niños en situación de vulnerabilidad | 150 | 35 |
| Cali | Visita al zoológico | Dividendo por Colombia | Llevar a los niños al zoológico y darles refrigerio | Niños en situación de vulnerabilidad | 150 | 200 |
| Cúcuta | Fortalecer los sueños de los niños que perdieron su hogar | Hermanos Marciales LTDA | Llevar recreación y alimento a los niños del pueblo Gramalote, destruido por una falla geológica. | Niños sin hogar | 150 | 35 |
| Manizales | Día lúdico para niños | Asociación club Kiwanis Fundadores Manizales | Actividad lúdica y pintura de la escuela. | Niños en situación de vulnerabilidad-Escuela Maltería | 230 | 52 |
| Villavicencio | Día de la sonrisa | Fundación Muletitas infantiles | Actividades lúdicas | Niños con labio fisurado paladar hendido. | 150 | 15 |
| Pererira | Salida pedagógica | Fundación la Esperanza | Salida pedagógica al parque Comfamiliar Galicia- Granja. Donación de material didáctico, juguetes, artículos deportivos y útiles de papelería. | Niños en situación de vulnerabilidad | 60 | 20 |
| Ibagué | Día lúdico para niños especiales | Mundo Eventos | Actividades recreativas, concursos y show musicales. | Niños especiales | 100 | 25 |
| Bogotá | Arreglos locativos en el colegio San Agustín Nieto Caballero | Dividendo por Colombia | Se realizaron arreglos locativos en las instalaciones del colegio, incluyendo salones, pupitres, parques y canchas. | Niños que viven en el centro de la ciudad cerca a la Plaza España y comunidades indígenas. | 1400 | 1500 |



SOSTENIBILIDAD EN CITI

Llevar a cabo negocios responsables es el principio que lleva a Citi a ofrecer soluciones audaces, que respondan a las necesidades de sus clientes y que le permiten ejercer impacto positivo en el desarrollo del país.

Nuestras Prioridades de Sostenibilidad

La organización definió 9 prioridades de gestión sostenible para asegurar la generación de valor social, ambiental y económico:

- 1 >** **Mitigar y controlar** los riesgos que los préstamos e inversiones implican para el medioambiente.
- 2 >** **Ayudar al crecimiento** de las pequeñas y medianas empresas.
- 3 >** **Aportar en la creación de comunidades** económicamente saludables mediante la inclusión financiera.
- 4 >** **Desarrollar capacidades financieras** en la sociedad en donde operan mediante iniciativas de educación.
- 5 >** **Apoyar a la construcción de país** mediante productos y servicios diferenciales.
- 6 >** **Tratar a los clientes de manera equitativa** y prestar un servicio basado en el respeto.
- 7 >** **Atraer y retener personas** que reflejen la diversidad cultural, y apoyar su desarrollo profesional.
- 8 >** **Reducir la huella ambiental** de sus operaciones.
- 9 >** **Animar a sus proveedores** a actuar de manera responsable.



Finanzas Responsables

En los procesos para la oferta de productos y servicios financieros, Citi busca integrar criterios de responsabilidad y sostenibilidad en los que tiene en cuenta sus implicaciones a largo plazo buscando actuar de manera correcta para el sistema y para sus clientes.

Gestión de riesgos sociales y ambientales - ESRM

El análisis de riesgo ambiental y social aplicado al sector empresarial comenzó con la creación de los Principios de Ecuador (Paris 2003); 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 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.

Citi fue co-fundador de los Principios de Ecuador (PE), y Presidente del Comité Directivo de la Asociación de los Principios de Ecuador durante dos años hasta mayo de 2012. Durante este tiempo condujo a la actualización de los principios (PE III) en temas relacionados con el cambio climático, riesgos sociales, y la transparencia. Adicionalmente, Citi dirigió el grupo de trabajo que elaboró la propuesta de ampliar el tipo de transacciones cubiertas por los PE, y para ello, fueron consultados diferentes grupos de interés los cuales se mostraron ampliamente a favor de la propuesta. Se espera, que los PE III sean publicados en el primer semestre de 2013.

A partir de su participación en la creación de los PE, Citi desarrolló en el 2003 una política propia de administración de riesgos ambientales y sociales conocida como ESRM (por su sigla en inglés), que define y direcciona los aspectos y requisitos que deben observarse en las operaciones gestionadas por la institución financiera y la posición del banco frente al Cambio Climático y los Derechos Humanos. Entre el 2010 y 2011, la política fue revisada y ajustada para incluir lineamientos sectoriales para Proyectos Forestales y de Energía Nuclear. Este enfoque está incluido en la política ESRM, buscando compartir con los clientes los valores de la organización y lograr mantener altos estándares éticos.

El proceso de aplicación de la política incluye la evaluación de múltiples aspectos relacionados con permisos ambientales, adecuada eliminación de residuos sólidos y tratamiento de líquidos procedentes de plantas industriales y su impacto en las comunidades circundantes.

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.

Una vez evaluadas las transacciones cubiertas por la política ESRM el proceso arroja una categoría de acuerdo a los criterios de categorización de riesgos sociales y ambientales de la Corporación Internacional Financiera (IFC por sus siglas en inglés). Se le otorga categoría A cuando son de alto riesgo, B medio y C bajo riesgo, aquellas transacciones a las que le ha sido otorgada la categoría A requieren revisión y aprobación de oficiales de crédito de alto nivel.

Las facilidades de crédito de los clientes se revisan por lo menos una vez al año y en el proceso se evalúa si alguna está cobijada por la política ESRM requiriendo niveles de aprobación específicos. Las transacciones realizadas en 2012 se desarrollaron cumpliendo con las disposiciones de esta política.

La política es conocida por el equipo de riesgo en Colombia, el cual trabaja de cerca con un grupo de especialista en riesgos ambientales y sociales ubicado en Nueva York. Este grupo es responsable de emitir opiniones y evaluaciones especializadas, así como otorgar las aprobaciones en asuntos relacionados a ESRM, según lo estipulado en dicha política. El equipo en Colombia recibe entrenamiento periódico donde se revisa la política de ESRM. El último entrenamiento al área comercial, de producto y de riesgo se realizó en el 2012 y asistieron aproximadamente 30 personas nuevas.

Las iniciativas contenidas en la política reflejan el compromiso de Citi con el cuidado ambiental y la sostenibilidad a nivel global. Esta política al ser más comprensiva y de mayor alcance que los Principios del Ecuador, ha recibido reconocimientos por parte del Financial Times Sustainable Banking Awards y un premio por parte de la Asociación Internacional de Análisis de Impactos (IAIA por sus siglas en inglés).



Declaración de Citi frente al cambio Climático

Mediante esta declaración el banco manifiesta su apoyo a las políticas de mercado para la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GHG por sus siglas en inglés), en estimular la innovación y en dar certeza a los mercados y complementar otros marcos de sostenibilidad.

Declaración de Citi frente a los Derechos Humanos

En 2007, Citi formuló la Declaración de Derechos Humanos que establece la posición de la organización frente a la protección y conservación de los derechos expresados en la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas.

Ver más: <http://www.equator-principles.com>

Transacciones cubiertas por la política de riesgo socioambiental



| Transacción Producto | Rango de Aplicación |
|--|--|
| Transacciones para la financiación de proyectos (sujetos 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 | Monto total: US\$ 50 millones (acumulados) |
| Colocación de títulos de deuda o bonos | Colocaciones o estructuraciones superiores a los US\$ 50 millones (acumulados) |
| Inversiones o colocaciones de Capital | Inversiones de Capital: superior a los US\$ 5 millones 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) |

Gestión de riesgos sociales y ambientales para Banca Empresarial y Pymes

Citi ha incorporado la evaluación de riesgos ambientales en su política de aprobación de crédito empresarial. Todas las nuevas líneas de crédito, o aumentos en las líneas de crédito existentes en las que se identifiquen asuntos ambientales, deben pasar por un proceso de aprobación establecido.

Prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo

Con el objetivo de evitar que los productos y servicios de Citi sean utilizados para lavar activos y buscando detectar cualquier actividad sospechosa conforme a las leyes y regulación, la institución establece estándares que deben ser usados por los empleados de manera diligente. Así mismo, desarrolla e implementa programas de monitoreo para asegurar que todos los negocios estén atentos a detectar e impedir que se materialicen riesgos de lavado de activos o financiación del terrorismo. Para centralizar la labor de monitoreo que analiza el perfil transaccional de los clientes e identifica comportamientos inusuales, la Unidad de Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (AML) se apoya en un Hub (Centro de Operaciones) ubicado en Tampa, Estados Unidos, conformado por un equipo dedicado a realizar la primera fase de filtro de las transacciones inusuales. Este Hub escala a la Unidad de AML de Colombia aquellos casos que revistan un mayor grado de sospecha. Por otra parte, con el fin de fortalecer el ambiente de control, Citi estableció que para el desarrollo de cualquier nuevo producto o servicio del negocio se debe realizar una estricta evaluación del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo LA/FT a través de una "Matriz de Riesgo de AML". Por otra parte, con el fin de fortalecer el ambiente de esta evaluación asegura que este riesgo sea debidamente identificado y mitigado.

La revisión y aprobación de la matriz por el equipo de Cumplimiento local, regional y global es un requisito indispensable antes del lanzamiento de cualquier producto o servicio a los clientes.

De acuerdo con datos a diciembre de 2012, el riesgo LA/FT en los diferentes factores continúa siendo bajo, sin variaciones con respecto al año anterior.

| Factor de Riesgo | Perfil de Riesgo Diciembre 2011 | Perfil de Riesgo Diciembre 2012 |
|------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Cliente | Bajo | Bajo |
| Producto | Bajo | Bajo |
| Jurisdicción | Bajo | Bajo |
| Canal | Bajo | Bajo |

| Desempeño de la política SARLAFT | 2012 | 2011 | % Aumento | Variación |
|--|------|------|-----------|-----------|
| Incumplimientos de la política SARLAFT | 25 | 29 | Disminuyó | -14% |
| Número de reuniones del comité de AML | 12 | 13 | Disminuyó | -8% |
| Número de casos revisados por el comité de AML | 153 | 298 | Disminuyó | -49% |

Entrenamiento en AML

Citi capacita una gran cantidad de empleados en temas de interés para su trabajo diario, como el modelo de riesgo SARLAFT, las sanciones SDN, múltiples herramientas de búsqueda, y atención de casos de operaciones inusuales, entre otros. Durante el 2012, la Unidad de Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo entrenó a la mayoría de empleados del banco en Colombia.

| Capacitación | Población Target | Asistencia | % de Cumplimiento |
|------------------------|------------------|------------|-------------------|
| SARLAFT Ventas | 1.148 | 1.130 | 98% |
| SARLAFT Vendors | 350 | 350 | 100% |
| SARLAFT Refuerzo Anual | 1.426 | 1.240 | 86% |
| Sanciones | 344 | 314 | 91% |



Al servicio de la micro, pequeña y mediana empresa en crecimiento

Citi, reconociendo la importancia que las micro, pequeñas y medianas empresas tienen como grandes generadoras de empleo y fuentes de desarrollo económico y social, cuenta con productos y servicios especializados que le permite a las PYMES fortalecer su desempeño. Adicionalmente, Citi Foundation, a través de sus donaciones, busca apoyar el crecimiento de micro y pequeños emprendimientos con alto potencial de impacto económico.

Banca Pymes

Citi Commercial Bank (CCB) ofrece un portafolio de servicios financieros a través de las unidades de Banca Empresarial y Citibusiness para compañías con ventas anuales entre US\$100.000 y US\$250MM.

El segmento cuenta con 36 oficiales de relación en las sucursales y 15 gerentes de relación en las principales ciudades del país. En el 2012, se vincularon más de 1.000 nuevas Pymes para demostrar el compromiso del banco con el principal motor de generación de empleo y riqueza del país.

| Segmento | Total de clientes 2011 | Número de clientes nuevos | Total de clientes 2012 |
|---------------|------------------------|---------------------------|------------------------|
| Citi Business | 5.361 | 1.140 | 5.585 |
| Empresarial | 355 | 116 | 413 |
| Total | 5.716 | 1.198 | 5.998 |

El número de empleados que reciben su pago a través de las empresas vinculadas por CCB creció un 148% con relación al 2011.

| Segmento | Total de cuentas 2011 | Número de clientes nuevos | Total de clientes 2012 |
|---------------|-----------------------|---------------------------|------------------------|
| Citi Business | 15.387 | 19.022 | 34.409 |
| Empresarial | 13.190 | 23.316 | 36.506 |
| Total | 28.577 | 42.338 | 70.915 |

Servicio a Pymes: Plataforma FX Pulse

Citi cuenta desde 2010 con la plataforma virtual FX Pulse, que permite a las Pymes realizar operaciones con divisas a través de un sistema web. En 2012 más de 100 clientes estuvieron activos en este sistema realizando cotizaciones en línea y cerrando negociaciones de forma electrónica. La plataforma virtual FX es un servicio inclusivo y eficiente pues reduce los trámites y aporta beneficios inmediatos a los pequeños y medianos empresarios.

Financiación a la cadena productiva - Supply Chain Finance

Citi Supply Chain Finance brinda soluciones financieras y de servicio personalizadas para ayudar a compradores y proveedores a fortalecer la efectividad financiera y comercial de la cadena productiva en la industria a la que pertenecen.

Los beneficios obtenidos por los socios comerciales en Latinoamérica han sido múltiples, destacándose la aceleración de conversión de caja, que consiste en el plazo que transcurre desde que se paga la compra de materia prima necesaria para manufacturar un producto hasta la cobranza de la venta de dicho producto. Para los proveedores, el ciclo de conversión óptimo es cero días mientras que para los compradores es el mayor plazo posible. El financiamiento de la cadena productiva es la base de mediación que permite, en muchos casos, que el pago sea recibido dentro de los plazos de la transacción o antes, mientras al mismo tiempo dicho plazo es susceptible a ser extendido. Para ofrecer un servicio óptimo, el banco cuenta con un profundo conocimiento del mercado local y de un equilibrio entre flujos de capital, entorno económico, clima de negocios, idiosincrasias del proveedor y el vendedor, entre otros. Con esta iniciativa, en 2012 Citi se mantuvo como ganador del premio al mejor proveedor de financiamiento de la cadena productiva en Latinoamérica según la Revista Global Finance.

Channel Finance

Solución de financiación lanzada en 2011, con una plataforma basada en Internet que facilita la comunicación entre proveedores y compradores, al estar diseñada para descontar, financiar, monitorear y reportar las cuentas por cobrar y por pagar. Para facilitar el proceso y acelerar la liquidez, la plataforma cuenta con funcionalidades multipaís, multilinguaje y multimoneda; se puede vincular de forma directa con los sistemas contables (ERPs) para automatizar el procesamiento de cuentas por pagar y cobrar.

A través de Channel Finance Citi da soluciones de alto valor a precios razonables para la cadena de Pymes y MME, que son proveedores de sus clientes corporativos. En el 2012 cerró con más de 33 programas activos y cerca de 360 proveedores y distribuidores vinculados, facilitándoles el acceso a capital de trabajo básico para que de esta manera el sector Pymes y MME pueda operar de manera eficiente y ser exitoso.



Citi Foundation

Juan Felipe Gómez Escobar

Programa de Empleo y Emprendimiento

La Fundación Juan Felipe Gómez Escobar solicitó apoyo para ampliar la Oficina de Empleo y de Emprendimiento para atender a 760 madres jóvenes de bajos ingresos, en la ciudad de Cartagena, Colombia. En 2011, Citi Colombia proporcionó financiación inicial para ayudarles a la transición a un nuevo enfoque en la inclusión financiera y el empoderamiento económico de las niñas y mujeres jóvenes. Para 2012 y 2013, un proveedor de educación aprobado por el gobierno ofrecerá soporte académico para ayudar a estas jóvenes a terminar la escuela secundaria. Aquellas mujeres con intereses laborales en campos como el turismo, las artes culinarias, la costura o la atención personal podrán obtener la certificación a través de una institución técnica local. Otros, en colaboración con la Cámara de Comercio, se beneficiarán de la formación empresarial que culminará con el desarrollo de planes de negocio, apoyo técnico y un microcrédito para los costos iniciales de su proyecto. Finalmente, la Fundación Juanfe trabajará con la Universidad Tecnológica de Bolívar para evaluar los resultados del programa. Se espera que para mediados de 2013, 414 madres adolescentes terminen la escuela secundaria y obtengan habilidades de trabajo y empleo o inicien un micro negocio.



USD 250.000 INVERTIDOS

760 MUJERES BENEFICIADAS

Premio Citi Acción al Microempresario Colombiano

En 2012 se ejecutó la décima versión del premio Citi-Acción al Microempresario Colombiano en donde ocho emprendedores en cuatro categorías: comercio, producción, servicios y banca comunal. Ganaron premios que suman más de 80 millones de pesos. 48 Voluntarios de Citi evaluaron 150 casos y presentaron los finalistas ante los jurados: Bernardo Noreña, presidente de Citibank Colombia; Diego Guzmán, Vicepresidente y Gerente de Proyectos Operativos América Latina y el Caribe de ACCIÓN Internacional; Santiago Rojas, Presidente de Bancoldex; Ricardo Ávila, Director de Portafolio; Pablo Gabriel Obregón, Presidente de la Fundación Santodomingo y Claudio Higuera, Gerente de Emprender. Los ocho ganadores comparten características como emprendimiento, creatividad, innovación, calidad y capacidad para afrontar la adversidad. También una misma visión: sostenibilidad con el medio ambiente y su comunidad. Los ganadores vienen de municipios y ciudades como: La Tebaida (Quindío), Zaragoza (Antioquia), La Arboleda (Nariño), Itagüí (Antioquia), Cali, Manizales, Medellín y Bogotá.



48 VOLUNTARIOS

+ de 80,000,000 EN PREMIOS

Premio Citi - Acción al Microempresario Colombiano 2012

| | Microempresa | Nombre | Ciudad |
|---------------|---------------------|---|-------------|
| Comercio | | | |
| 1er Puesto | Piel de Agua | Santiago Quiceno Santiago Gil | Medellín |
| 2do Puesto | Manufacturas D'Fino | Juan Manuel Fino | Bogotá |
| Servicios | | | |
| 1er Puesto | Serlima S.A.S | Eli Johanna Murillo | Cali |
| 2do Puesto | Magusi | Judy Janeth Gómez | Manizales |
| Producción | | | |
| 1er Puesto | COM Bendición | Carlos Orlando Cuenca | Tebaida |
| 2do Puesto | La Colmena | Miguel Ángel Rico | Itagüí |
| Banca Comunal | | | |
| 1er Puesto | Asoprocaza | Ivan Darío Perez | Zaragoza |
| 2do Puesto | Grupo IDEAL | José Jaime Castillo William Alirio Insuasty José Luciano Rodriguez | La Arboleda |



Inclusión Financiera

Citi promueve la inclusión financiera a través de sus productos y servicios por medio de los cuales da acceso a ahorros, créditos y demás servicios financieros, posibilitando el empoderamiento económico que ayuda a crear comunidades dinámicas. Adicionalmente, a través de inversiones filantrópicas estratégicas ayuda a la creación de capacidades a instituciones microfinancieras, y a la innovación de productos y servicios para la base de la pirámide.



Corresponsales Bancarios

Dentro del proceso de inclusión financiera y bancarización en Colombia, Citi participa como parte de un sistema de corresponsales que comprende una de las redes más amplias del país con más de 6.200 puntos para realizar pagos de servicios públicos y/o retiros en efectivo a través de Vía Baloto.

Con un tope de COP\$500.000 por cada transacción, los puntos de corresponsales bancarios ofrecen los siguientes servicios:

- Pagos de abonos a tarjetas de crédito y préstamos
- Pagos de servicios públicos y privados
- Consignación en cuentas de ahorros y cuentas corrientes de Citibank
- Servicio de retiros y avances en efectivo de cuentas y tarjetas de crédito Citibank.

En 2012 Citi realizó acuerdos con diferentes municipios y departamentos del país para pagar las siguientes tributaciones:

- Medellín : Predial e ICA
- Envigado: Vehículos

Del total de los puntos, 6.020 son para recaudo (Corresponsales Bancarios Red Vía Citibank Aquí - red Baloto) y 1.274 puntos para retiro.



6.020 CORRESPONSALES BANCARIOS PARA PARA RECAUDOS

1.274 CORRESPONSALES BANCARIOS PARA PARA RETIROS



Transfer

Citi en alianza con 4 entidades del sector financiero y el operador de telefonía celular Claro, desarrollaron el servicio Transfer que permitirá a los usuarios acceder a servicios bancarios, y tener acceso real al Sistema Financiero. El servicio proporciona acceso, oportunidad, seguridad y conveniencia en servicios financieros móviles y permitirá que los usuarios puedan tener un historial que abre posibilidades para la solicitud a futuro de productos adicionales como créditos y seguros.

Así mismo, permite gestionar el efectivo a través de transferencias persona a persona, recarga de tiempo al aire para líneas prepago Claro, depósito de dinero, consulta de saldo y movimientos, pagos de facturas, servicios y comercio; y retiro en cajeros sin tarjeta débito. Transfer será ofrecido por Citibank Colombia a partir del primer semestre de 2013.



Educación Financiera

Citi identifica, apoya e implementa programas que promuevan el aprendizaje de conceptos financieros básicos, el manejo de productos bancarios y la realización de planes de ahorro e inversión para la construcción de activos. El impulso de estas iniciativas de educación permite que las personas cambien su comportamiento frente al manejo de los recursos económicos, elemento fundamental para la prosperidad de individuos y comunidades.



Educación financiera para clientes

Citi a través del Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC), proporciona una sección informativa a través de su página web con contenidos básicos de educación financiera, que brinda orientación a los usuarios sobre los beneficios del ahorro, información sobre el sistema financiero e indicaciones sobre cómo hacer presupuestos y planes financieros.

En 2012, se complementó la información del sitio web con:

- Una herramienta ilustrativa para los productos Credichecke y Citi One Plus, la cual permite informarse acerca de la definición, uso, beneficios, costos y formas de pago de estos productos.
- Un enlace al sitio de ABCMicasa, la cual contiene información práctica para compradores y propietarios de vivienda acerca de cómo obtener y administrar un crédito hipotecario y consejos útiles para la adquisición de vivienda.
- Páginas especializadas para los vehículos legales de Citivalores (www.citivalores.com.co) y Cititrust (www.cititrust.com.co), las cuales contienen información acerca de sus productos y servicios, indicadores financieros, tarifas y comisiones, enlaces a sitios de interés como: la Superintendencia Financiera, el Autorregulador del Mercado de Valores - AMV -, Bolsa de Valores de Colombia - BVC - y Deceval, información de la Defensoría del Consumidor Financiero, información y herramientas para el consumidor financiero y educación financiera, entre otras más de interés.
- La inclusión de temas relacionados con el manejo de las finanzas personales e información genérica sobre manejo de deuda, en el cual se incluyó su definición y las recomendaciones para un manejo adecuado de ésta.

- El Manual de Habeas Data que fue publicado en “Información y Herramientas para el consumidor financiero”, en el cual se desarrolló un contenido de forma amigable para que los clientes comprendan los alcances de dicha Ley.

Autorregulador del Mercado de Valores (AMV)

“Educación Financiera Para Todos” es un programa coordinado por el Autorregulador del Mercado de Valores e integrado por más de 70 entidades del sistema financiero colombiano.

El programa busca educar a los consumidores financieros de manera gratuita para que cuenten con los conocimientos y habilidades necesarias para la toma de decisiones financieras adecuadas, responsables e informadas. En el 2012 se logró consolidar, charlas educativas con mayor cobertura y mayores temáticas abordadas, que se convirtieron en una iniciativa distintiva del programa. Así mismo, se publicó una serie de documentos que tienen por objeto ser guía para los desarrolladores de iniciativas de educación financiera y se finalizó satisfactoriamente el proceso de evaluación de las herramientas educativas que conforman el banco de contenidos del programa. Por último, se logró evaluar, proponer y aprobar un nuevo direccionamiento estratégico para el programa que inicia su implementación en 2013. AMV reconoció a Citibank Colombia y sus vehículos legales por su participación y aportes en el Comité de trabajo.



21.569 VISITANTES SITIO DE EDUCACIÓN FINANCIERA EN 2011

12.719 VISITANTES SITIO DE EDUCACIÓN FINANCIERA EN 2012



Productos y servicios para el desarrollo sostenible

Citi reconociendo que las necesidades de los clientes del sector financiero son cada vez más amplias y se enmarcan aún más en procesos que aporten al desarrollo, invierte parte de sus recursos en la búsqueda de soluciones creativas a éstas necesidades con productos y servicios de alta calidad e ingenio.



Citi For Cities

Para hacer frente a los retos a los que se enfrentan diariamente las grandes ciudades del mundo, Citi crea el programa Citi For Cities, el cual aprovecha la tecnología, experiencias y conexiones globales del banco, para ayudar a las ciudades en temas importantes como:

- Reducir el costo de los procesos financieros operativos, hacer frente a las ineficiencias y mejorar las economías de escala mediante la migración a modelos de funcionamiento más simples implementando nuevas tecnologías.
- Desarrollar modelos creativos de financiación a través de la optimización del capital de trabajo, programas de cadenas de proveedores y estructuras de financiación de agencias de exportaciones.
- Ofrecer comodidad, flexibilidad y facilidad de acceso a los servicios para ciudadanos, visitantes y empresas.

A entidades del sector público se le ofrecen servicios y productos tales como, soluciones de tesorería; recaudos de tributos y pagos a favor de la ciudad; modernización de la medición y facturación de energía y servicios públicos; reembolsos en aeropuertos, puertos y aduanas, y mantenimiento de registro de asistencia escolar.

Citi PayTM

Las tarjetas PayTm son un mecanismo de pago, mediante el cual un cliente del banco puede efectuar los pagos de nómina, reembolsos o anticipos de gastos, viáticos, honorarios, pensiones, comisiones por servicios prestados, entre otros, de la forma más ágil, segura y eficiente a través del uso de una tarjeta personal e intransferible a nombre de los funcionarios o proveedores de la empresa.

Sin necesidad que el beneficiario de la tarjeta tenga cuenta o servicio en una entidad financiera, éste recibe los recursos previamente establecidos por la empresa y puede disponer de los mismos utilizando cualquier establecimiento afiliado a la franquicia VISA y retirando efectivo en cualquier cajero automático afiliado a la franquicia VISA.

Actualmente Citi cuenta con 69 clientes activos (46 corresponden a banca corporativa y 23 a Citibusiness), con 11.328 usuarios / tarjetahabientes activos.

Áreas de enfoque

CITIFORCITIES



69 CLIENTES ACTIVOS

46 EN BANCA CORPORATIVA

23 EN CITIBUSINESS

11.328 USUARIOS / TARJETAHABIENTES ACTIVOS



Bienestar de nuestros clientes

Citi ha adquirido como compromiso brindar un servicio justo y transparente a todos sus clientes, por lo cual cuenta con lineamientos claros sobre cómo debe prestarse. El servicio debe prestarse con integridad, evitando la manipulación, el encubrimiento y el uso de información confidencial, o cualquier tipo de operaciones o prácticas desleales. Adicionalmente, la organización respalda esta postura acogiendo los lineamientos internos de "préstamos justos", que prohíben específicamente discriminar a clientes potenciales o existentes en razón de su raza, sexo, religión u otros factores. Estas leyes son cumplidas con rigurosidad por todas las operaciones de Citi en Colombia y reflejan una postura totalmente acorde con los principios de Citigroup.



Servimos a nuestros clientes bajo una misma filosofía

Para Citi, es una prioridad que el cliente se encuentre satisfecho con los servicios y productos financieros que ofrece. Por tanto, tiene una visión centrada en superar las expectativas del cliente, para lo cual cuenta con una estrategia de servicio basada en la mejora de procesos, inversión en tecnología y desarrollo del talento humano.

Durante el 2012, se continuó fortaleciendo la cultura interna a través de la iniciativa Client Excellence, la cual incorpora en todos los niveles de la organización, los más altos estándares de servicio y calidad, a fin de lograr una experiencia de servicio única para sus clientes.

Client Excelente (la excelencia en el cliente), tiene como objetivo integrar la cultura de centralidad del cliente a través de:

- Comunicación de los valores de clientes de Excelencia;
- Adopción de un comportamiento centrado en el cliente mediante el desarrollo de habilidades y la formación de hábitos.
- Refuerzo de estas conductas a través de las disciplinas de gestión de Citi, el seguimiento de las métricas clave, y la alineación de los valores centrados en el cliente con el rendimiento individual.

A través de los valores de Client Excellence, funcionarios de Citi desarrollan las habilidades necesarias para prestar un servicio de excelencia al cliente.

Los 10 valores de Client Excellence son:

- Servir a sus clientes con excelencia
- Trabajar en equipo
- Ser un embajador de la marca
- Actuar en el mejor interés de sus clientes y sus comunidades.

- Actuar con integridad
- Ser responsable y confiable
- Demostrar pasión por ganar
- Ser propositivo e innovador
- Aprovechar las oportunidades de desarrollo y aprendizaje
- Pensar y actuar como un dueño

Al cierre de 2012 el banco había capacitado a más de 300 empleados en 19 sesiones de capacitación presencial y con la presencia de 40 líderes de distintos niveles de la organización certificados para capacitar en los valores de Client Excellence, así mismo, inició el 2013 con el lanzamiento del primer módulo de auto-aprendizaje de Client Excellence con el fin de ampliar la cobertura de esta iniciativa.

Adicionalmente y como parte de la transformación cultural de la organización, se realizaron dos eventos denominados La Voz del Cliente los cuales consistieron en convocar un grupo de clientes tanto de la Banca de Consumo y Corporativa para que compartieran sus experiencias negativas con el banco frente a más de 350 empleados. El evento contó con la participación de la Alta Gerencia moderado por el Presidente de la franquicia en Colombia. El principal objetivo de éstos eventos es crear conciencia en los empleados sobre el impacto que sus acciones tienen sobre la experiencia de los clientes.



300 EMPLEADOS CAPACITADOS EN CLIENT EXCELLENCE

19 SESIONES DE CAPACITACIÓN

Servicio al cliente

Soluciones Integrales a Empresas y a sus Empleados

A través de la puesta en marcha de la propuesta Citi@ Work que ofrece servicios integrados que benefician a los clientes de Citi y a sus empleados, el banco logró unir lo mejor de la banca corporativa y de consumo, para diferenciarse y agregar valor, vinculando preferencialmente a los empleados de los clientes corporativos.

Servicios a la medida de nuestros clientes Estrategia de segmentación y servicios locales

Para Citi, la excelencia en el servicio debe venir acompañada de un enfoque que le permita estar a la vanguardia en la industria financiera. Por esta razón, la organización ha dado continuidad a su innovadora estrategia de segmentación de clientes en Colombia, la cual ha permitido ofrecer una atención diseñada a la medida de las necesidades de cada tipo de cliente. Para la implementación de esta estrategia, Citi aprovechó el conocimiento y el respaldo que brinda una red global en más de 100 países y se acercó a la realidad de los clientes ofreciendo soluciones locales que respondan a necesidades particulares. Esta adaptación se desprende del Objetivo Común y de su filosofía de servicio al cliente, las cuales buscan, enfocarse siempre en servir al cliente ofreciendo las mejores soluciones a sus necesidades financieras.

Para el 2013, Citi continuará afinando la estrategia de segmentación en el país, en línea con los demás países de Latinoamérica. A través de investigaciones de mercado y encuestas a clientes y no clientes, el banco seguirá entendiendo y perfeccionando la propuesta de valor para los clientes de los segmentos foco de la organización (Affluent y Emerging Affluent).

Estrategia Customer Experience

Durante el 2012 Citi desarrolló un plan de acción con iniciativas claves cuyo propósito es mejorar la experiencia de sus clientes a través de todos los puntos de contacto con el banco.

Éste fue diseñado tomando como base lo que el cliente manifiesta como oportunidad de mejora en las encuestas de Net Promotor Score (NPS), las visitas periódicas a las sucursales para escuchar a los equipos que tienen contacto diario con los clientes y las quejas y los reclamos canalizados a través de Citiphone.

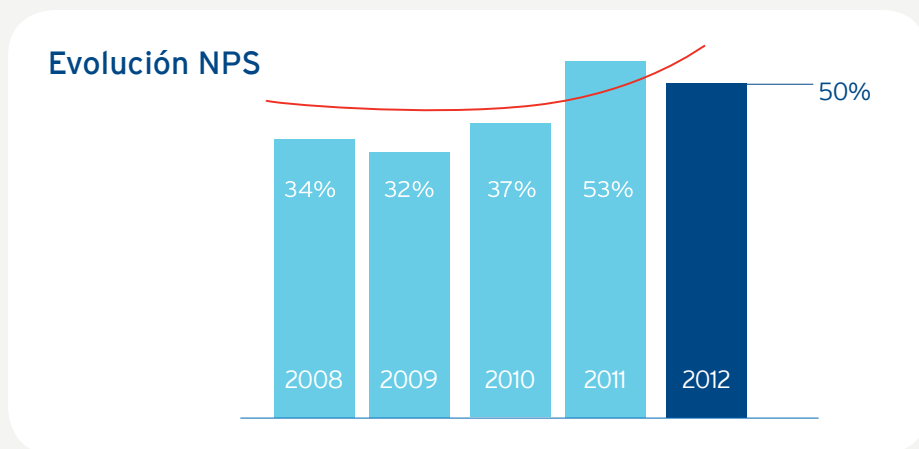
Como resultado, se ejecutaron en 2012 34 iniciativas con el fin de marcar una diferencia en la experiencia de los clientes las cuales se resumen a continuación:

| Sales to Fullfilment | Bienvenida al Banco | Reconocimiento |
|--|--|--|
| Venta y entrega de productos | Inicio de la relación con el banco y activación de productos | Reconocimiento a los mejores clientes de cada segmento |
| <ul style="list-style-type: none"> Mejora en los tiempos de respuesta y entrega de productos Mejora en la entrega de productos Generación de claves en línea Desarrollo tecnológico para entrega inmediata de tarjetas débito Desembolso de préstamos personales en línea | <ul style="list-style-type: none"> Carta / e-mail de bienvenida antes de envío de productos Guía de como activar productos e información de canales en nuestra página web Llamada de bienvenida para segmentos prioritarios | <ul style="list-style-type: none"> Campaña de reconocimiento para 20.000 clientes con beneficios exclusivos por su buen comportamiento, 2.700 clientes disfrutaron de ofertas especiales |

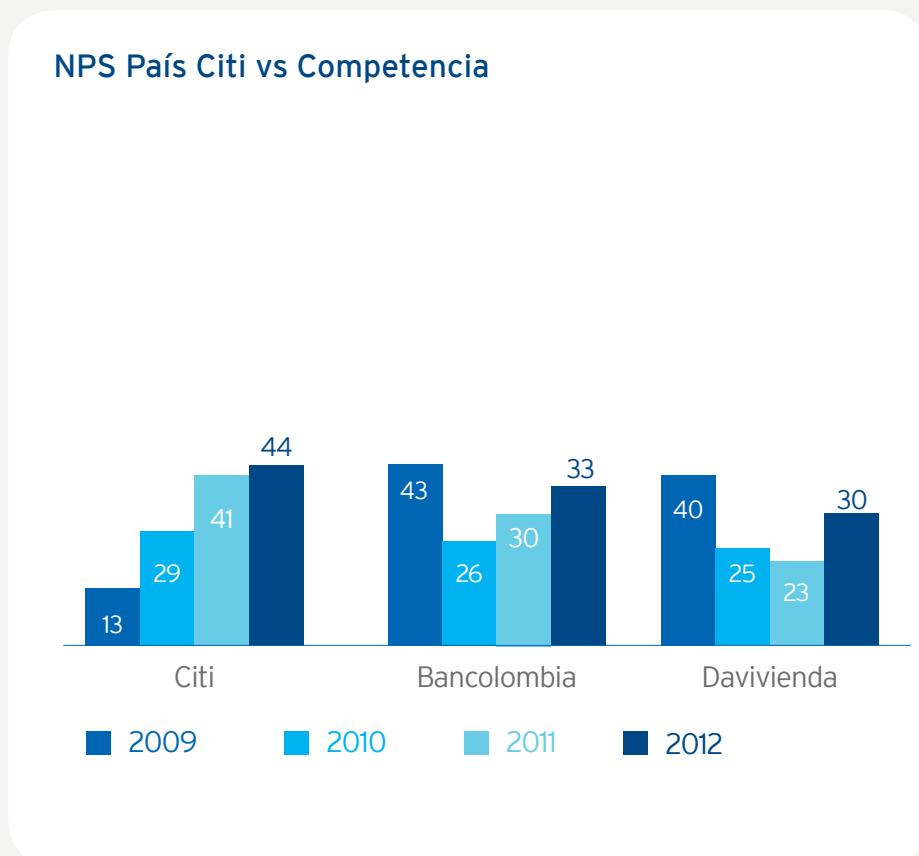
| Banca Relacional | Cobranzas | Canales |
|---|--|--|
| Asesoría financiera personalizada para los clientes de segmentos especiales | Experiencia del cliente en el proceso de cobranzas | Puntos de atención en sucursales y Citiexpress |
| <ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de la Banca Relacional a través de empoderamiento a los Gerentes de Relación en momentos de verdad críticos con el cliente como reclamos o intenciones de cierre Incremento de clientes con asesoría personalizada | <ul style="list-style-type: none"> Comunicación permanente entre las unidades de Cobranzas y Servicio al cliente evitando llamadas de cobro por temas de servicio Mejora en el servicio para clientes con bloqueos | <ul style="list-style-type: none"> Empoderamiento de los equipos de las sucursales para resolver en menor tiempo requerimientos típicos del canal Equipos de trabajo conformados con el fin de disminuir / reforzar los procesos tendientes a resolver reclamos Mantenimientos tecnológicos de Citi express |

Midiendo la satisfacción

Citi realiza encuestas mensuales para validar el grado de satisfacción de los clientes sobre los productos y servicios que ofrece, las cuales permiten identificar percepciones actuales y oportunidades de mejora de los mismos. Entre los estudios más importantes que se realizan está el Net Promoter Score (NPS). Los resultados de este estudio permiten al banco identificar las oportunidades de mejora a partir de la experiencia de servicio de los clientes.



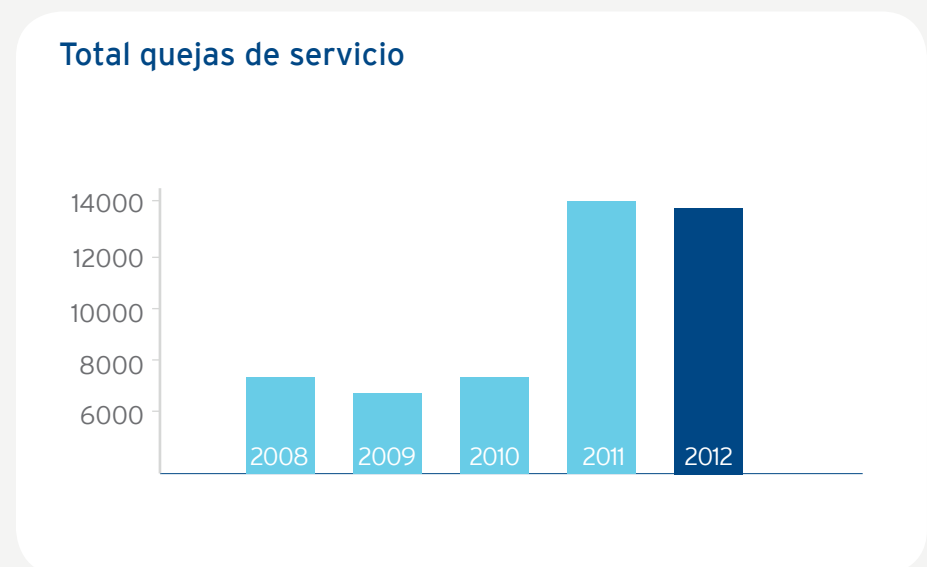
Adicionalmente, cada año Citi realiza una encuesta comparativa con el mercado denominada Net Promoter Score Relativo para entender el nivel de recomendación de los clientes del sector financiero. En 2012, el banco en Colombia mantiene su posición de líder frente a los principales competidores.



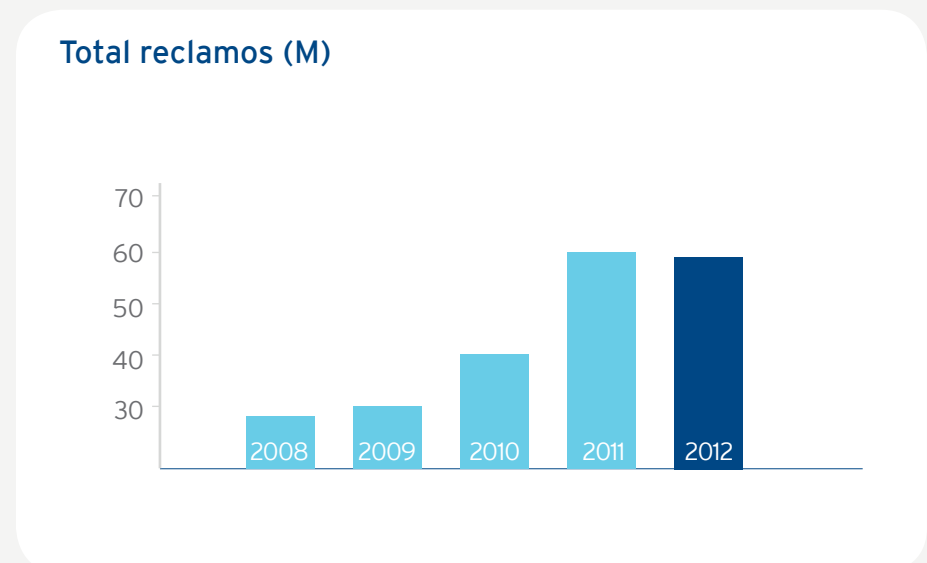
Gestión de quejas y reclamos

En línea con el compromiso de mantener siempre la calidad en los servicios, la satisfacción de los clientes y en cumplimiento con la normatividad de protección al consumidor, Citi designó diferentes canales y mecanismos que permite a los consumidores plantear sus quejas y /o reclamos ante posibles incumplimientos de las normas respecto al servicio al cliente.

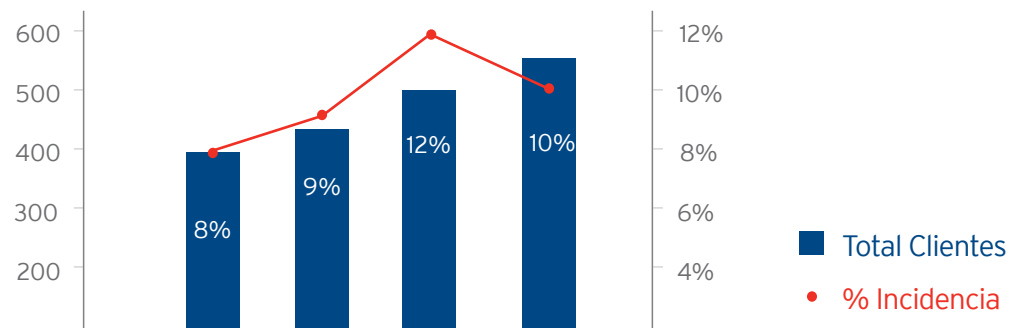
El principal mecanismo para canalizar la voz de los consumidores es el Defensor del Consumidor, el cual debe resolver de manera objetiva, gratuita e imparcial las quejas individuales relacionadas con las fallas de calidad y servicio.



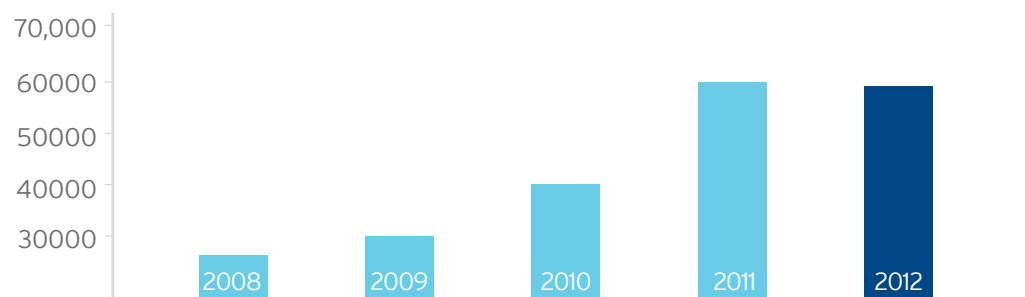
A través de un estricto seguimiento a los planes de acción establecidos para reducir los reclamos, se logró una disminución del 1% frente al 2011.



Evolución Volumen de Reclamos vs Total de Clientes 2012



Total solicitudes por año



Mejora continua en el servicio de atención al cliente

Citi identifica todos los años planes de acción que lo lleven a mejorar la atención al cliente. De acuerdo con lo planificado el año pasado, se realizaron las siguientes mejoras:

| Oportunidad de mejora | Plan de acción identificado | Gestión 2012 |
|-----------------------|--|--|
| Reclamos | Reportes desactualizados a las Centrales de Riesgo | La implementación del proyecto que mejoro los reportes a las Centrales terminó en marzo, permitiendo que los reclamos disminuyeran en el 72% |
| | Cobros de comisión de manejo errados | En noviembre se implementó un mantenimiento técnico, lo que permitió que esta causística disminuyera en el 50% |



Servicio de Atención e Información al Cliente SAC

El banco implementó el Sistema de Atención al Consumidor Financiero - SAC, cuyos objetivos son:


- Consolidar la cultura de atención, respeto y servicio hacia los consumidores financieros.
- Adoptar sistemas para suministrar información adecuada a los consumidores financieros.
- Fortalecer los procedimientos para atención de Peticiones, Quejas y Reclamos (PQRs),
- Proteger los derechos de los consumidores financieros.
- Proveer educación financiera a los consumidores.

Adicionalmente, cuenta con un sitio dentro de su página web que permite al consumidor:

- Encontrar respuestas a las preguntas más frecuentes.
- Consultar las tarifas de sus productos y servicios.
- Convertir de tasas de interés.
- Realizar simulaciones de planes para pagos de préstamos.
- Recomendaciones de seguridad para el uso de sus productos y servicios.
- Encontrar ley de Habeas Data.
- Encontrar el reglamento de productos y servicios.
- Ver información de la Defensoría del Consumidor Financiero.
- Encontrar derechos del consumidor financiero.
- Medidas de auto-protección.
- Obligaciones de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera.

Durante el 2012, se llevaron a cabo diferentes actividades para la implementación del SAC:

- Como parte de la implementación de la Circular Externa 038 de 2011 se informó a los clientes por correo electrónico donde pueden consultar la información de las características generales de los productos, los canales de atención y las herramientas disponibles para el consumidor financiero.
- Se implementó una campaña preventiva de fraudes a través de las pantallas de la red de oficinas y comunicaciones por correo electrónico, con el ánimo de evitar que los clientes sean objeto de fraude con sus tarjetas de crédito y débito al momento de efectuar consumos a través de internet, establecimientos comerciales y cajeros electrónicos,
- Se informó vía correo electrónico, a los clientes de la banca de inversión una pieza en la cual se invitaba a los clientes a visitar las 4 cartillas desarrolladas por el AMV, en las cuales encontraban información de Bonos, Acciones, Ventajas de Intermediarios de Valores y El ABC del inversionista.
- Se comunicó a clientes y empleados del banco a través de las pantallas de la red de oficinas de Citi, la campaña realizada por el Banco de la República concerniente al cambio de moneda.


22.233 VISITANTES EN EL SITIO WEB DE SAC



Feria de Cobranzas

Con el propósito de ampliar los canales de comunicación y establecer un contacto directo con los clientes, el Área de Cobranzas de Citibank, realiza desde el año 2009 la Feria de Soluciones, un evento al que asisten clientes en situaciones de deuda en mora, para obtener asesoría por parte de un equipo especializado, evaluar su situación financiera y establecer nuevos planes de pago que le ayuden a mejorar su situación financiera con Citi y con el mercado. El objetivo principal, es proponer alternativas de pago a los clientes para conducirlos a la solución que mejor se adapte a su situación particular y de esta manera estrechar la relación con ellos.

Para la Feria del 2012, se invitaron en su mayoría a clientes con moras superiores a 60 días y clientes en Recovery (Clientes con mora superior a 180 días). Según los análisis realizados por el banco, los clientes que participaron en la Feria de Soluciones accedieron a herramientas mejorando su desempeño en términos de pagos comparados con aquellos que no participaron en la misma. Durante el año 2012 se contó con la participación de 5,563 clientes y se recuperaron \$10.105 M USD, de los cuales adicionalmente, el 95% reportó estar satisfecho con el evento de la Feria de Soluciones. Esta Feria se desarrollo en Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Cartagena y Bucaramanga simultáneamente.

En este mismo evento, se realizaron programas de educación financiera, para niños y adultos, de acuerdo con los lineamientos de la Asociación Bancaria y la regulación actual, encaminados principalmente al manejo de las finanzas personales, a través de la presentación de un presupuesto personal desarrollado en algunos pasos muy sencillos, acompañados por la presentación de videos para incentivar el ahorro en los niños.

Finalmente también se cuenta con la presencia de empresas como Datacrédito y Cifin, quienes informan a

los clientes su historial crediticio, brindando asesoría en temas de reporte y nivel de endeudamiento. Adicionalmente y dando un soporte integral a los clientes, el área de Cobranzas del banco realiza gestiones preventivas, por medio de agentes y medios virtuales tales como mensajes de texto, emails, llamadas, al segmento de clientes cuyos productos aun no se encuentran en mora, mediante un mensaje de recordación de pago que le permita a nuestros clientes estar al día con sus obligaciones y tener un excelente manejo de sus productos financieros.

Manejo de información de los clientes con integridad Privacidad de la información del cliente

Citi valora la confianza que sus clientes depositan en el banco y asume el compromiso de garantizar la protección y buen uso de su información personal y confidencial. Como respaldo a este compromiso, se rige por políticas y estándares corporativos CISS (Citi Information Security Standards) y por regulaciones internacionales COBIT, ISO 27000. Para asegurar el cumplimiento de esta normatividad cuenta con procesos que incluyen análisis de riesgo de los procedimientos críticos del negocio y revisiones de autoevaluación por parte del oficial de seguridad de la información, grupos regionales de seguridad de la información y de grupos de auditoría regional.

Estándares de Seguridad de la Información de Citi (Citi Information Security Standards - CISS)

Los estándares de seguridad de la información permiten identificar las condiciones mínimas necesarias para asegurar que todas las áreas protejan la información, de acuerdo con la regulación de los países en los que Citi está presente.

Estos estándares deben ser seguidos por todos los negocios de Citi en Colombia.

Programas de seguridad de la información



Organizan la gestión de seguridad de la información, los programas con los que cuenta son:

| | |
|---|--|
| Data Protection | Implementaciones que garantizan la protección de la información durante su transporte ya sea electrónico o físico. El programa de Data Protection incluye: USB/DVD, Secure Email, encryption, CitiFT |
| Incident Management | Administración de incidentes de seguridad; define el proceso que va desde la detección hasta la toma de decisión. Esto incluye investigación administrativa y tecnológica. |
| Integrate Risk Management | Metodología para la evaluación de riesgos sobre los procesos del negocio, aplicaciones e infraestructura, y los planes de acción correctivos. |
| I.S. Risk Analysis | Proceso de gestión de riesgos identificados. |
| TPISA | Programa de evaluación de proveedores que administran, procesan o transmiten información confidencial o restringida del banco. |
| Training & Awareness | Programa de planeación y suministro de entrenamiento a todos los empleados del banco acompañado de mensajes de concientización a toda la población del negocio. |
| VTM & Cava | Proceso que asegura la evaluación de aplicaciones en Internet /extranet o aplicaciones internas si lo requieren. Incluye sistemas de actualización y parchado de sistemas operacionales, antivirus, firewall y demás herramientas de aseguramiento de la plataforma tecnológica. |
| Key Management | Administración de las llaves críticas de las plataformas como sus certificados digitales. |
| Security Architecture Review | Análisis y evaluación de aplicaciones que busca garantizar que éstas cumplen con las políticas establecidas y conservan la integridad de los ambientes de producción. |
| ETM | Gestión y administración de medios donde se transporta información confidencial. |
| EUC | Programa de inventario y seguimiento a herramientas que las áreas desarrollan para optimizar sus procesos. |
| Secure System Development Lifecycle (SSDLC) | Programa enfocado en probar las aplicaciones en los primeros estados del ciclo de vida de desarrollo, con el fin de identificar y corregir posibles vulnerabilidades de manera temprana. |
| Identity and Access | Programa encargado de garantizar el efectivo proceso de control para la administración de usuarios en todos los sistemas de información. |

Accesibilidad

Citi trabaja para ofrecer servicios adaptados a personas con necesidades especiales, garantizando de esta manera el derecho de acceso a los servicios y productos financieros. Desde 2009 implementa planes de acción para asegurar que la totalidad de las sucursales cumplan con estas condiciones. Adicionalmente, el banco ha capacitado a los funcionarios en las sucursales para prestar atención especial en caso de ser necesario. Sus clientes podrán encontrar un aviso que indica dónde pueden solicitar atención prioritaria en cualquiera de las oficinas. En Bogotá, 27 sucursales cumplen con las adecuaciones necesarias, equivalentes al 92.5%.



Valoramos Nuestra Gente

Citi cuenta con un equipo de personas talentosas y altamente capacitadas, quienes trabajan en un ambiente de meritocracia en el que se respeta la diversidad, se valora la excelencia y se fomenta el desarrollo de los empleados, con el fin de ofrecer el mejor servicio y productos innovadores a sus clientes.

Diversidad de pensamientos, procedencia y experiencia

Citi cuenta con políticas que buscan fomentar la igualdad de oportunidades laborales basadas en la meritocracia, la inclusión y la no discriminación. La organización está convencida que la diversidad permite generar ideas innovadoras para el éxito de su negocio, llegando a una multiplicidad de clientes mediante la conformación de equipos creativos con alto potencial para el desarrollo.

Estrategia de diversidad

La estrategia de diversidad se centra en cuatro áreas específicas:

- Para el talento humano, ser el empleador de elección
- Para los clientes, ser el proveedor de elección
- Para los proveedores, ser el socio estratégico de elección
- Para las comunidades, ser el vecino de elección

La diversidad se concentra en tres frentes:

- Desarrollo de mujeres
- Multicultural
- Igualdad de Oportunidades laborales

Distribución por género

| Masculino | Femenino |
|-----------|----------|
| 41 % | 59 % |

Porcentaje de rotación por género

| Masculino | Femenino |
|-----------|----------|
| 3.8 % | 5.1 % |

Distribución porcentual por género y nivel

| Nivel | Femenino | Masculino |
|------------------------------------|----------|-----------|
| No Oficial | 63 % | 37 % |
| Oficial | 59.4 % | 40.6 % |
| Gerente | 57.7 % | 42.3 % |
| Vicepresidente Asistente | 43.5 % | 56.5 % |
| Vicepresidente / Sr Vicepresidente | 36.4 % | 63.6 % |
| Director | 50 % | 50 % |
| Total | 59.2 % | 40.8 % |

Número de extranjeros en Colombia y su país de procedencia

| Nacionalidad | Empleados |
|--------------|-----------|
| Argentina | 2 |
| Brasil | 2 |
| Chile | 2 |
| Ecuador | 3 |
| España | 5 |
| Francia | 1 |
| Perú | 1 |
| Venezuela | 10 |
| Total | 26 |

Empleados por tipo de contrato

| Término Indefinido | Término Fijo |
|--------------------|--------------|
| 99.8 % | 0.2 % |

Empleados por rango de edad

| Edad | Porcentaje |
|---------------|------------|
| 18 a 25 | 13.6 % |
| 26 a 35 | 53.7 % |
| 36 a 45 | 26.1 % |
| 45 a 55 | 6 % |
| Mayores de 55 | 0.6 % |

Porcentaje de rotación por edad

| Rango | Rotación |
|---------------|----------|
| 18 a 25 | 1.1 % |
| 26 a 35 | 5.8 % |
| 36 a 45 | 1.8 % |
| 45 a 55 | 0.3 % |
| Mayores de 55 | 0.1 % |

Porcentaje de rotación por ciudad

| Ciudad | Rotación |
|--------------|----------|
| Bogotá | 8.1 % |
| Cali | 0.3 % |
| Medellín | 0.3 % |
| Barranquilla | 0.2 % |
| Bucaramanga | 0.1 % |

La tasa de ausentismo durante el año 2012 fue de 2,62% originado principalmente por incapacidades, licencias remuneradas y no remuneradas.

Todas las cifras a cierre de 2012



Semana de la Diversidad en Colombia

Durante el 2012, Citi convirtió en un pilar de trabajo el reconocer y fomentar al interior del banco la importancia de la mujer en la sociedad, su desarrollo y sus funciones profesionales.

Enmarcados en este fundamento, Citi definió cuatro pilares de trabajo:

- Compromiso de la Alta Gerencia
- Atracción de talento femenino a la organización
- Desarrollo de talento
- Ambiente de trabajo

La Semana de la Diversidad es una iniciativa celebrada anualmente en más de 60 países a nivel mundial y en Colombia se realizó en el mes de noviembre sirviendo como escenario para la presentación de diferentes actividades relacionadas con los pilares de trabajo establecidos para el 2012:

- Desayuno de Mujeres, evento realizado para trabajar conjuntamente con las asistentes acciones de la estrategia de Diversidad para Citi Colombia 2013. Este desayuno fue liderado por 3 de las mujeres de la organización que hacen parte del Comité Ejecutivo de Citi, el cual contó con la asistencia de 55 mujeres de niveles gerenciales de la organización.
- Liderando Mi Carrera, entrenamiento enfocado a mujeres que ocupan cargos gerenciales dentro de Citi. Contó con la asistencia de 15 mujeres.
- Charla La Gente Feliz es Más Exitosa dictado a una población de 150 empleados de Citi.
- Jornadas de vacunación del Papiloma Humano, actividad que contó con la participación de 154 empleados (hombres y mujeres).

Índices de satisfacción con la Diversidad en encuesta de clima organizacional



93% DE LOS EMPLEADOS CONTESTARON LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE CLIMA ORGANIZACIONAL

90% DE LOS EMPLEADOS CONSIDERAN SER TRATADOS CON RESPETO Y DIGNIDAD EN EL TRABAJO

81% DE LOS EMPLEADOS PERCIBEN QUE EN SU GRUPO DE TRABAJO EXISTE UN AMBIENTE DONDE SE VALORAN LOS DIVERSOS PUNTOS DE VISTA

86% DE EMPLEADOS PIENSAN QUE CITI, PORMEDIO DE SUS ACCIONES DEMUESTRA UN FUERTE COMPROMISO CON LA DIVERSIDAD

Programa de inclusión laboral

Se desarrolló en diferentes áreas buscando promover la integración de la población con habilidades especiales en las labores del banco. El proyecto se inició en el área de Telemarketing, incorporando personas con ceguera parcial, discapacidad en los miembros inferiores y quemaduras en sus rostros.

El programa trae consigo grandes beneficios, dentro de los cuales se cuentan:

- Incremento de productividad
- Disminución de rotación y ausentismo
- Sensibilización de los equipos de trabajo y mayor compromiso con los resultados

Actualmente, Citi cuenta con tres personas con discapacidad física trabajando en las áreas de Ventas y Operaciones Ventas del banco. En 2012 Citi trabajó con la fundación Best Buddies, la cual lidera el Programa de Inclusión Laboral de personas con discapacidad cognitiva y definió el perfil de la posición que aplica para la contratación de personas con éste tipo de discapacidad. Como una muestra de su compromiso, en ese mismo año se firmó la Declaración de Igualdad de Oportunidades Laborales la cual tiene por objeto la promoción de prácticas y principios de no discriminación, en pro de la competitividad empresarial y la estimulación de la inclusión de poblaciones tradicionalmente marginadas en el mercado laboral. La Fundación Panamericana para el desarrollo (FUPAD) y la Cámara de Comercio Colombo Americana (AMCHAM) son los gestores de esta iniciativa.

Gestión del Talento

Atracción de Talento

Citi utiliza múltiples canales para la atracción del talento clave, buscando siempre diferentes tipos de intereses, conocimientos y educación en sus empleados. Con este enfoque la organización asegura que desde las diferentes áreas y en todos los niveles del banco se cuente con personas que valoren y respeten las diferentes perspectivas y opiniones del grupo de trabajo.

Estrategia de atracción y búsqueda de talento clave

Durante 2012 se realizaron diferentes mecanismos para identificar, buscar y atraer el mejor talento para las diferentes áreas y niveles del banco.

- “Pipeline” de Talento Externo: Busca construir con los negocios un grupo identificado de talento externo para cargos de niveles gerenciales alineado con la estrategia del banco, priorizando en los roles críticos y posiciones claves para el negocio. De esta forma se incentiva en los líderes de área mayor empoderamiento la búsqueda de miembros de su equipo que apalanquen la estrategia y el logro de los resultados. Durante el 2012 se contactó de manera proactiva 70 perfiles previamente definidos para diferentes áreas del negocio.
- Inteligencia de Mercado: Alimentar el grupo identificado de talento por medio de la identificación, acercamiento y atracción del talento clave en el mercado para la estrategia del banco de una manera proactiva. Citi ha adelantado, en algunos casos, el mepeo y se ha realizado entrevistas preliminares con el fin de anticiparse a las necesidades del negocio.

Estrategia de acercamiento a universidades

Durante 2012 se realizaron diferentes programas que permitieron intensificar el acercamiento con diversas universidades.

- Programa de Prácticas en Citi: Es un programa que consiste en identificar, atraer y seleccionar talento joven de alto potencial para posibles y futuras postulaciones, estos estudiantes son contratados bajo la figura de practicante profesional durante 6 meses o un año según las exigencias de la universidad. Durante el 2012 se seleccionó un grupo de 58 practicantes y por la acogida e impacto del programa en las diferentes áreas del banco se incrementará el número de practicantes en un 24% para el primer semestre del 2013.
- Profesionales con MBA: Programa dirigido a la captación de jóvenes profesionales con habilidades y competencias para asumir responsabilidades en proyectos de impacto en el área de Mercados, y que demuestren conductas de alto potencial. Se lleva a cabo con la finalidad de formar y desarrollar cuadros de relevo para el área y que puedan rotar en los distintos productos. En el 2012 se llevó a cabo el proceso de atracción y selección para la contratación de dos profesionales con MBA, teniendo en el proceso un total de 127 candidatos interesados.

Empleados de alto potencial

Citi cuenta con un programa que busca identificar y desarrollar aquellos empleados con alto potencial dentro la organización que pretendan avanzar aceleradamente en su carrera profesional, tengan la ambición de crecer y estén altamente comprometidos con el banco y con su carrera.

De acuerdo con el modelo de liderazgo organizacional, un empleado de alto potencial debe:

- Considerar al cliente en primer lugar
- Anticipar, entender y exceder las expectativas de los clientes
- Actuar como socio
- Desarrollar el potencial de la gente a su cargo
- Liderar con el ejemplo y demostrar ética, juicio e integridad en cada uno de sus actos y decisiones.

Programa de Acompañamiento a Nuevos Líderes

Tiene como objetivo consolidar la relación del nuevo líder con su equipo de trabajo mediante un proceso de retroalimentación grupal con el fin de hacer el proceso de adaptación mutua más eficiente, ágil y productivo.

El programa busca:

- Incrementar la velocidad de “aterriaje” y adaptación
- Proveer fundamentos sólidos para trabajar efectivamente como equipo
- Facilitar el conocimiento mutuo
- Incrementar el conocimiento de los estilos de liderazgo y los retos que demanda el negocio.

En 2012 se realizaron 18 programas de acoplamiento de los nuevos líderes entre todas las áreas de la organización.

Currículos de entrenamiento específicos por áreas

Citi inició la construcción y lanzamiento de currículos que contienen programas de entrenamiento presenciales y en línea, buscando que los diferentes equipos conozcan y lideren su propio plan de entrenamiento. Los currículos deben ser realizados por los empleados para fortalecer competencias y conocimientos requeridos en los diferentes roles.

En 2012 se realizaron 18 programas de acoplamiento de los nuevos líderes entre todas las áreas de la organización.

Currículos de entrenamiento específicos por áreas

Citi inició la construcción y lanzamiento de currículos que contienen programas de entrenamiento presenciales y en línea, buscando que los diferentes equipos conozcan y lideren su propio plan de entrenamiento. Los currículos deben ser realizados por los empleados para fortalecer competencias y conocimientos requeridos en los diferentes roles.

Formación y entrenamiento

Los programas de formación y entrenamiento buscan brindar a los empleados las herramientas necesarias para tener éxito en sus funciones, crecer con la compañía y alcanzar su potencial como líderes. Los programas de capacitación de los diferentes equipos se definen partiendo de las necesidades del banco y las específicas de cada área, y se ejecutan a través de cursos presenciales y en línea.

En 2012 se obtuvieron los siguientes indicadores en la gestión de entrenamientos:

ENTRENAMIENTOS PRESENCIALES

124 PROGRAMAS

398 OFERTAS DE PROGRAMAS

89.813 HORAS HOMBRE

6.200 HORAS TOTALES

ENTRENAMIENTOS VIRTUALES

1547 CURSOS

67.858 PARTICIPACIONES EN LOS CURSOS

86.757 HORAS HOMBRE DE ENTRENAMIENTO



Programa de Innovación

Durante el 2012 se ejecutaron dos programas de desarrollo de proyectos de innovación con la Universidad de los Andes, donde participaron 81 empleados en un total de de 3.240 horas. Éstos buscan apoyar el proceso de transformación cultural que está viviendo Citi. Como resultado de este programa se generaron 16 proyectos de innovación que se presentan al Comité Gerencial de Citi para evaluar su ejecución.

Gerencia del Talento

Durante el 2012, Citi desarrolló diferentes iniciativas que permitieron fortalecer su gestión del talento. Se realizaron 225 entrevistas de desarrollo a empleados de alto nivel gerencial con el fin de contar con planes de sucesión alineados a los intereses de carrera de cada uno de ellos. Adicionalmente, se continuó con el programa de "Mentoring", el cual consiste en que una persona con más experiencia (el mentor) enseña, aconseja, guía y ayuda en el desarrollo profesional de otra (el mentee), invirtiendo tiempo y conocimientos. En el programa participaron activamente 50 mentees.

De igual forma, se dió continuidad a la Revisión de Talento con la participación de la Presidencia y Alta Gerencia donde se definieron acciones de desarrollo para el grupo de empleados de alto potencial y posiciones críticas, con el enfoque de desarrollo de banqueros integrales. Estas iniciativas han permitido que Citi promueva la exportación e importación de talento, la realización de promociones y asignación de nuevas responsabilidades en los empleados de una forma más ágil y enfocada. Los resultados de la encuesta de Clima Organizacional reflejaron un índice de satisfacción del 81% con respecto a las oportunidades de desarrollo.



81 EMPLEADOS **3.240** HORAS

16 PROYECTOS DE INNOVACIÓN

Gestión del desempeño

Citi realiza evaluaciones de desempeño a sus empleados con el fin de proyectar el desarrollo de cada uno de ellos al interior de la organización, evaluar cómo la labor realizada contribuye con los objetivos planteados por el banco y para ayudar a mejorar el desempeño individual y colectivo. Para ello, cuenta con herramientas que permiten monitorear el cumplimiento de metas individuales y compartidas.

Evaluación individual

El proceso de evaluación de desempeño de Citibank Colombia tiene 3 instancias:

| | |
|--|--------|
| Empleados que establecieron metas en el sistema a inicios del año | 93.5% |
| Empleados que realizaron evaluación de cumplimiento de metas de mitad de año en el sistema | 53.7 % |
| Empleados que confirmaron haber tenido la conversación de evaluación con su supervisor | 26.1 % |

Evaluación entre Colegas

Además de los procesos de evaluación regulares, durante 2012 Citi Colombia implementó metas cruzadas entre áreas buscando la alineación y el trabajo en equipo de los líderes del banco. De igual manera, se implementaron evaluaciones entre colegas para el segmento de Vicepresidentes Asistentes y Vicepresidentes.

Escuchamos a nuestros empleados

Citi cuenta con herramientas únicas que permiten complementar los canales tradicionales de comunicación con los empleados, las cuales permiten aprovechar al máximo el diálogo, la colaboración y el intercambio de conocimiento al interior de la organización, manteniendo siempre una alineación con su objetivo común: ofrecer un servicio innovador y de alta calidad.

Encuesta de Clima Organizacional

Citibank Colombia realiza anualmente una encuesta de clima organizacional - La Voz del Empleado

VOE - a través de la cual se mide el nivel de satisfacción de los empleados en la organización. Cada líder, con el apoyo de recursos humanos presenta los resultados de área a su equipo, y realiza grupos focales para establecer planes de acción que permitirán mantener o incrementar los niveles de satisfacción en sus equipos y en la organización.

Se destaca el índice de participación de los empleados de Citibank Colombia en esta encuesta para 2012, el cual fue del 93%, lo que permite contar con una muestra muy representativa de la población.

Comunicación abierta y transparente con nuestros empleados

Citi considera la comunicación abierta y transparente como un pilar fundamental del comportamiento ético. Por tal razón promueve la creación de canales que faciliten una entrega oportuna de la información y una comunicación directa con los empleados.

Reuniones del Presidente con los Empleados: Iniciativa que tiene como objetivo generar un espacio de comunicación del Presidente con los empleados de Citi y compartir cifras del negocio. Durante el 2012 se realizaron 4 reuniones con la participación de más de 500 empleados.

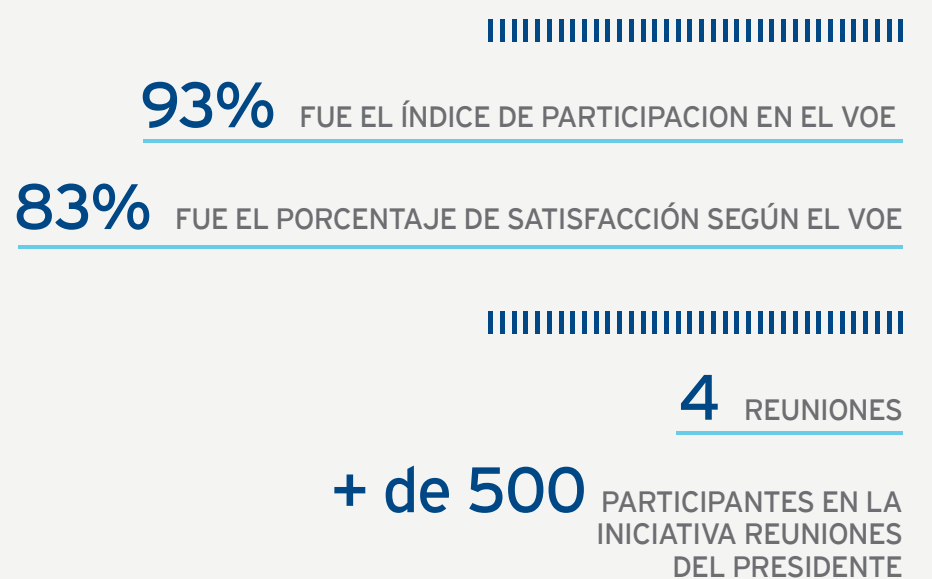
Iniciativa Café con el Policy: La iniciativa Café con el Policy busca promover espacios de comunicación y acercamiento de los empleados con los miembros del Comité de Alta Gerencia de Citi Colombia. Durante el 2012 se realizaron 9 Cafés con el Policy que permitieron transmitir información relevante del negocio y conocer la percepción de los empleados sobre temas específicos planteados en las reuniones.

En éstos participaron 89 empleados y se logró un 79% de calificación como un “buen espacio de comunicación con los empleados”

Implementación de Pantallas Audiovisuales: Durante el 2012 Citi fortalece la implementación de pantallas como otro canal de comunicación. Al cierre del año se contó con 33 de ellas ubicadas en las sedes administrativas divulgando información para los empleados y 57 ubicadas en las sucursales bancarias divulgando información importante para los clientes.

Red Social Citi Colombia 2.0: Se fortaleció durante el 2012 y contó con 461 participantes en la red contribuyendo con sus aportes a las diferentes temáticas que en ella se planteaban. Adicional a estos canales o herramientas de comunicación, Citi cuenta con 2 boletines electrónicos que semanalmente transmiten información sobre eventos de la organización, noticias del negocio y sobre beneficios y convenios para empleados.

Durante el 2012 se publicaron 467 boletines a los empleados del banco.





Programas de Reconocimiento

Con este programa Citi reconoce la forma de trabajar de todos los integrantes de la compañía, valorando logros individuales y grupales cuando van más allá de las expectativas y demuestran la excelencia e innovación en el trabajo.

Citimillas es el programa bandera de Citi. Busca premiar la labor de los empleados por su comportamiento sobresaliente cuando van más allá de sus responsabilidades y funciones básicas. El programa está enmarcado en lineamientos corporativos de “cómo alcanzamos nuestras metas”, que corresponden a:

- Propósito Común
- Liderazgo
- Ingenio
- Finanzas Responsables

Durante el 2012 se entregaron 4.119 Citimillas como resultado de estos reconocimientos.

Galaxy of Thanks busca fortalecer y resaltar el trabajo en equipo dentro de los diferentes segmentos de Citi en Colombia. Los empleados otorgan agradecimientos a sus compañeros de trabajo como reconocimiento por su colaboración y apoyo, a través de una plataforma tecnológica corporativa. De esta manera, se cultiva un ambiente de cordialidad y sano reconocimiento. En 2012, se entregaron 1.037 Galaxy of Thanks como resultado de ésta práctica entre empleados del banco.

Citideas busca empoderar a los empleados a ser participantes en el ciclo de desarrollo y comercialización de nuevos productos, servicios y experiencias, usando las últimas técnicas de innovación. La principal herramienta fue una plataforma que aprovecha la última tecnología de social media y crea un motor sostenible para la creación de nuevas ideas y propuestas de valor.

Convierte el proceso de generación de ideas en uno más sencillo y eficiente con el objetivo de ayudar a Citi obtener mejores soluciones para sus necesidades de negocio.

Todos los empleados contratados directamente por Citibank Colombia podrán postular sus ideas que aportan al enfoque que se define para cada desafío. Las ideas postuladas evolucionan a las siguientes etapas, las mejores ideas avanzan a través de la colaboración y voto de los demás

En noviembre de 2011 se lanzó el primer desafío, que buscó ideas para apoyar la estrategia de Citi for Cities, donde el banco aplica su experiencia global a los desafíos urbanos en ciudades alrededor del mundo y Bogotá fue seleccionada como una de las 4 ciudades focos para trabajar esta estrategia. En el desafío participaron 1.410 empleados provenientes de todas las áreas que postularon sus ideas. Las personas que postularon las diez mejores asistieron a una cena de premiación donde se les entregó un reconocimiento.

El segundo desafío se lanzó en mayo de 2012 con el nombre Citi Ideas Colombia 2, el cual tuvo como objetivo generar ideas para aumentar la rentabilidad y eficiencia. “Construyendo nuestros próximos 200 años” busca lograr mayor rentabilidad para el banco mediante el aumento de la productividad de nuestros empleados y la mejora de la experiencia de los clientes Citi sin incurrir en altos costos. Los ganadores serán reconocidos durante el 2013.



4.119 Citimillas ENTREGADAS

1.037 Galaxy of thanks ENTREGADAS

Bienestar y beneficios para nuestros empleados

Citi está convencido que la base del éxito está en su talento. Por tanto, para garantizar y mantener niveles de excelencia brinda las mejores condiciones para el beneficio de todos los empleados.

Transformación Cultural

Los retos de crecimiento que Citi enfrenta para el futuro hicieron que el enfoque del trabajo durante el 2012 se orientara a definir una clara alineación entre la cultura organizacional y la estrategia del banco. Basados en este concepto nace el proceso de Transformación Cultural liderado por la Alta Gerencia y facilitado por Recursos Humanos, el cual cuenta con 5 líneas de transformación cultural dentro de las cuales se trabajan las distintas iniciativas:

- Foco en el cliente
- Innovación
- Productividad
- Bienestar

Las iniciativas ejecutadas que permitieron dar inicio a esta alineación son:

Foco en el cliente

- Evento la Voz del Cliente: Como resultado de esta iniciativa, encontramos que el 100% de los empleados encuestados que asistieron a los eventos, consideraron que estos espacios los sensibilizaron frente a las necesidades de los clientes.
- Así mismo, Banca Corporativa y Banca Personal están trabajando en planes de acción para las oportunidades de mejora que salieron como resultantes de los eventos.

Productividad

La iniciativa de Reuniones Efectivas busca generar impacto en la productividad y el balance de vida de los empleados. Inició en el 2012 como piloto en las Áreas de Operaciones Tesorería, Recursos Humanos y PMO (Oficina de Gerenciamiento de Procesos)

Bienestar

- Citi Colaborativo: es una iniciativa piloto que pone al servicio de los empleados, sus familias y la comunidad, las fortalezas y dones del capital humano de Citi, permitiendo ampliar la oferta de servicios de bienestar para los empleados del banco. Durante el 2012 se ejecutaron 6 sesiones que convocaron a 97 participantes.
- Jeans por una buena Causa: ha permitido ligar la utilización de jeans los viernes por parte de los empleados, con la contribución voluntaria de dinero. Los recursos aportados por éstos, se utilizaron en la construcción de bibliotecas para beneficiar 6.000 niños que cursan básica primaria. Esta iniciativa ha permitido recaudar COP\$ 9,000.000 durante sus dos primeros meses de ejecución.

Beneficios

En 2012 los flujos para acceder a los beneficios por parte de los empleados de jornada completa de Citibank Colombia fueron actualizados y optimizados con el fin de que los empleados tengan mejores tiempos de respuesta en sus solicitudes, reduciendo el tiempo de espera a menos de la mitad.

| | |
|--|--|
| Créditos de vivienda 346 | Auxilio de Defunción 15 |
| Créditos de consumo 493 | Auxilio de Estudio para Empleados 659 |
| Nuevos beneficiarios Plan de Salud 332 | Auxilio de Estudio para Hijos 563 |
| Seguro de vida 100 % | Auxilio de Notaria 260 |
| Auxilio de Natalidad 81 | Auxilio de Óptico 568 |
| Total créditos entregados en el año 839 | |

Actividades de Bienestar

Citi Colombia ha incluido diversas actividades culturales, recreativas y deportivas como parte del plan de bienestar que ofrece la organización. Algunas de las 41 actividades desarrolladas en 2012 fueron:

| Ciudad | Actividad | Asistentes | |
|-----------------------------------|---|------------|--------------------|
| Bogotá | Fiesta Fin de Año | 1.825 | Empleados |
| | Bonos regalo Fin de Año | 1.683 | Hijos de Empleados |
| | Dos obras de Teatro | 1.424 | Empleados |
| | Torneo fútbol masculino | 560 | Empleados |
| | Dos presentaciones de cine para niños | 444 | Hijos de Empleados |
| | Vacaciones recreativas | 394 | Hijos de Empleados |
| | Torneo de bolos | 364 | Empleados |
| | Caminatas ecológicas panorámicas | 360 | Empleados |
| | Citibankeritos en la Oficina | 276 | Hijos de Empleados |
| | Torneo de vóleybol | 216 | Empleados |
| | Talleres día de la mujer | 197 | Mujeres |
| | Carrera atlética 10 K viva polar 200 años | 195 | Empleados |
| | Torneo de fútbol Ocho femenino | 150 | Empleados |
| | Patrocinio equipo fútbol masculino | 50 | Empleados |
| | Patrocinio equipo baloncesto | 30 | Empleados |
| | Escuelas Deportivas | 26 | Hijos de Empleados |
| | Patrocinio equipo vóleybol | 20 | Empleados |
| Patrocinio equipo fútbol femenino | 20 | Empleados | |

| Ciudad | Actividad | Asistentes | |
|--------------|-----------------------------|------------|-------------------------|
| Bogotá | Detalle amor y amistad | 3 | Empleados |
| | Patrocinio equipo atletismo | 3 | Empleados |
| | Detalle día de la mujer | 3 | Mujeres |
| Bucaramanga | Fiesta fin de Año | 35 | Empleados |
| | Bonos regalo Fin de Año | 22 | Niños |
| Pereira | Fiesta Fin de Año | 23 | Empleados |
| | Torneo bolos | 20 | Empleados |
| | Bonos regalo Fin de Año | 11 | Niños |
| Neiva | Reunión integración | 16 | Empleados y Acompañante |
| | Fiesta Fin de Año | 8 | Empleados |
| | Bonos regalo Fin de Año | 7 | Niños |
| Buenaventura | Bonos regalo Fin de Año | 4 | Niños |
| | Fiesta Fin de Año | 4 | Empleados |



Salud y Seguridad

Citi cuenta con lineamientos y programas en salud y seguridad que refuerzan la premisa de garantizar la calidad de vida de sus empleados.

Los programas liderados desde Salud Ocupacional están enfocados en las enfermedades que pueden originarse en el trabajo. Partiendo de los riesgos identificados por Citibank, los programas manejados por el área son:

- Sistema de vigilancia epidemiológica para riesgo osteomuscular
- Programa de pausas saludables
- Sistema de vigilancia epidemiológica para riesgo auditivo
- Programa para el cuidado de la voz
- Programa de riesgo cardiovascular
- Programa de ejercicio físico para la salud y productividad de Citi
- Programa de auto cuidado y manejo del estrés

Semana de seguridad

Por quinto año consecutivo entre el 24 y 28 de Septiembre el banco, en cabeza de Citi Security and Investigative Services, realizó la semana de la seguridad. En Colombia tuvieron lugar actividades que cubrieron 14 ciudades, 59 sedes del banco donde se incluyeron a 2.789 empleados.

Durante esta semana, se entregó material preventivo “Campaña prevención virosis respiratorias”, se realizó una muestra de campo para las brigada de emergencia y se llevaron a cabo conferencias sobre Perspectiva de la Seguridad en Colombia y sobre Prevención del Fleteo en Sucursales.

Durante esta semana, se entregó material preventivo “Campaña prevención virosis respiratorias”, se realizó una muestra de campo para las brigada de emergencia y se llevaron a cabo conferencias sobre Perspectiva de la Seguridad en Colombia y sobre Prevención del Fleteo en Sucursales.

Programa de ejercicio físico

Con este programa se realizan a los participantes valoración del perfil médico y físico, análisis de resultados, asesoría en actividad física, seguimiento y control de los factores de riesgo a través del proceso de acondicionamiento físico.

EN LA SEMANA DE LA SEGURIDAD PARTICIPARON



14 CIUDADES

59 SEDES

2.789 EMPLEADOS



101 PARTICIPANTES EN PROGRAMAS DE EJERCICIO FÍSICO



Gestión Ambiental

Citi consciente de la importancia de ayudar a preservar el medio ambiente y de los impactos que tiene el cambio climático en su operación, ha implementado nuevas iniciativas sostenibles en los distintos procesos de infraestructura que permiten prevenir, controlar, mitigar y minimizar sus impactos ambientales. Para ello, ha sumado esfuerzos para atacar las diferentes problemáticas que se presentan en temas ambientales entre los cuales se encuentra su participación activa en las Mesas de Trabajo del Protocolo Verde como gestores de prácticas ecoeficientes dentro del gremio.

El banco en Colombia ha aprovechado las herramientas globales que permitan medir la huella CO2 que genera el banco y tomar las medidas correctivas para cumplir con las metas a nivel institucional.

También ha hecho partícipes a los empleados en los procesos ambientales, buscando que éstos repliquen en sus hogares las buenas prácticas que hacen parte de las diferentes estrategias implementadas por el banco en su día a día.

Por otra parte, Citi ha procurado que los proyectos de infraestructura incluyan dentro de los contratos componentes sostenibles y que los proveedores implementen en su portafolio de productos, materiales que sean amigables con el medio ambiente.

Con los proveedores se logró que se comprometieran además de la alfombra y el mobiliario a incluir productos amigablemente ambientales como pintura e iluminación dentro de su portafolio.

Por último, está buscando crear espacios de promoción de buenas prácticas ambientales que incluyan actividades que sean replicables.

Ecogovernance

Citi utiliza esta herramienta para cargar los consumos de energía eléctrica, agua, combustibles y residuos, las cuales le permite hacer mediciones trimestrales comparables con la meta establecida en cada una de las líneas.

A partir de esto, se pone en práctica estrategias de mejora y contribuye con la disminución en el impacto de la huella de CO2.

Gran parte de las estrategias de mejora se basan en una constante comunicación con los usuarios internos. Por lo cual se le envían los resultados a los Directores de Operaciones de las sucursales con el propósito de que éstos analicen sus consumos y pongan en práctica acciones para disminuirlos o realicen planes para utilizar los recursos de forma eficiente.

Consumo de energía

De acuerdo a los datos consignados en el Ecogovernance sobre el consumo de energía directa (gasolina, diesel), durante 2012 se presentó una reducción del 3% con relación a los resultados del 2011 en todas las sucursales y edificios existentes.

Ésta disminución fue el resultado de la puesta en marcha de proyectos innovadores tales como:

- **Implementación de Permafrost:** Como parte de las iniciativas de sostenibilidad, se implementó la aplicación de Permafrost para los equipos de aire acondicionado a nivel nacional, el cual consiste en la aplicación de un aditivo que al mezclarse con el refrigerante, genera una reducción del 6% en el consumo de energía eléctrica de la instalación.
- **Reingeniería de Aire Acondicionado:** Consistió en el cambio a una tecnología más eficiente para garantizar la optimización de los costos de mantenimiento y operación, mejorar el suministro de aire y las condiciones de confort para los usuarios, tener un control centralizado y versátil para su manejo, contribuir al cuidado del medio ambiente y minimizar el impacto en la huella de CO2. Esta iniciativa se implementó en el edificio Calle 100 de Citi, en la ciudad de Bogotá.

El proyecto finalizó en diciembre y se estima que para el próximo año, el ahorro del consumo de energía sea de 252.370 KW/h, dado que la operación de sus componentes trabaja con menos energía y de forma más eficiente.



3% EN REDUCCIÓN DE CONSUMO DE ENERGÍA DIRECTO

Costos de Operación, proyecto Reingeniería Aire Acondicionado Calle 100.

| Descripción Del Sistema | Diferencia en Consumo de Energía (\$) | Ahorro en Consumo de Energía (%) |
|--|---------------------------------------|----------------------------------|
| Sistema Actual - Sistema Refrigerante Variable | \$ 110.399.510 | 57.37 % |
| Sistema Actual - Sistema Through the Wall | \$ 65.013.260 | 33.79 % |
| Sistema refrigerante Variable - Sistema Through The Wall | \$ 45.386.250 | 35.62 % |

| Descripción Del Sistema | KW/Hora Anual | Costo KW/Hora Anual |
|-------------------------------|---------------|---------------------|
| Sistema Expansión Directa | 592.060 | \$ 192,419.630 |
| Sistema Refrigerante Variable | 252.370 | \$ 82,020.120 |
| Sistema Through The Wall | 392.020 | \$ 120,406.370 |

| Descripción Del Sistema | Ahorro en Consumo de Energía (%) |
|---|----------------------------------|
| Sistema Expansión Directa + Sistema Refrigerante Variable | 57.37 % |



COP \$ 1,000.000.000 REINGENIERÍA DE AIRE ACONDICIONADO
COP \$ 282,067.258 IMPLEMENTACIÓN PERMAFROST EN EQUIPOS



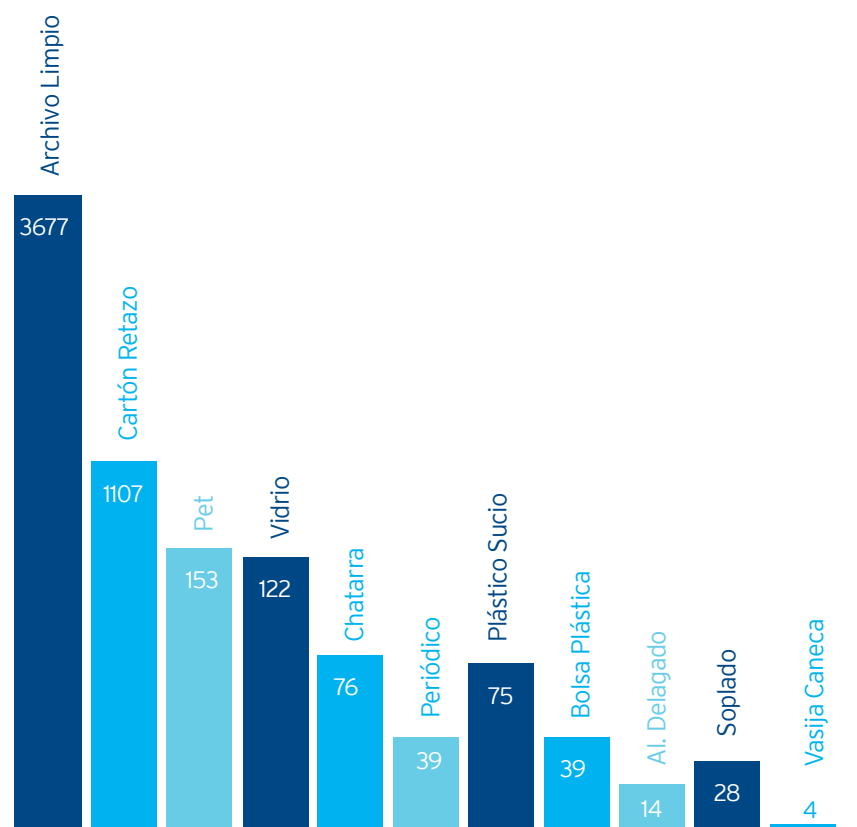
Manejo de Residuos

Desde el 2009 Citi trabaja con la fundación Funtesa en el Edificio Centenario, en la separación de la basura, entregándoles el material reciclable. Durante el trimestre de los meses de septiembre, octubre y noviembre de 2012 se logró recolectar 5.334 kilos de material.

| Material | Generación | |
|-----------------------|------------|-----------|
| | Kg | % En Peso |
| Archivo Limpio | 3667 | 89 % |
| Cartón - Retazo | 1107 | 21 % |
| Pet | 153 | 3 % |
| Vidrio | 122 | 2% |
| Chatarra | 76 | 1 % |
| Periódico / Planchado | 39 | 1% |
| Plástico Sucio | 75 | 1 % |
| Bolsa Plástica | 39 | 1 % |
| Aluminio Delgado | 14 | 0 % |
| Soplado | 28 | 1 % |
| Vasija / Caneca | 4 | 0 % |
| Totales | 5334 | 100 % |

| Producción Trimestral | |
|-----------------------------------|-------|
| Producción Total Recuperada en Kg | 5.334 |

Material Recuperado (Kg)



Otra de las iniciativas de manejo de residuos es la recolección de equipos electrónicos no útiles, por parte de un tercero, como tarjetas de acceso remoto que son de uso interno cargadores y teclados.

| Descripción | Cantidad | Peso |
|--|------------|--------------|
| Agenda Electrónica | 1 | 0.4 |
| Báscula de Mano | 1 | 0.2 |
| Base cargador/ Charger base for cellular phone | 12 | 0.8 |
| Beeper | 1 | 0.01 |
| Bluetooth/ Bluetooth for cellular phone | 1 | 0.01 |
| Board / Board for cellular phone | 1 | 0.01 |
| Cable / Cable for cellular phone | 62 | 3.8 |
| Calculadora/ Calculator | 1 | 0.01 |
| Cámara / Camera | 2 | 0.2 |
| Candado Electrónico | 1 | 0.01 |
| Cargador / Charger for cellular phone | 206 | 18.41 |
| Celular GSM / GSM Cellular phone | 67 | 6.8 |
| Celular TDMA / Cellular phone | 14 | 1.01 |
| Clip / Clip for cellular phone | 6 | 0.2 |
| Control de Aire Acondicionado | 1 | 1.01 |
| Control Remoto / Remote Control | 1 | 1.01 |
| Disco Duro / Hard Disk | 1 | 1.01 |
| Estuche / | 2 | 0.02 |
| LCD / LCD for cellular phone | 1 | 0.01 |
| Manos Libres / Hand free for cellular phone | 25 | 0.6 |
| Maquinas de Afeitar | 2 | 0.2 |
| Mouse | 12 | 1.4 |
| Palm | 1 | 0.01 |
| Parte Plástica para celular / Plastic parts for cellular phone | 32 | 0.6 |
| Radio Comunicación / Radio Communication | 2 | 0.4 |
| Radio FM | 1 | 0.01 |
| Tapa / Plastic cover for cellular phone | 29 | 0.4 |
| Teclado / Keyboard | 1 | 0.01 |
| Teléfono Fijo / Fix Phone | 1 | 0.4 |
| Televisión Portátil / Portabel Television | 2 | 0.4 |
| TOTAL | 490 | 36.36 |

Y por último, dentro de la generación de procesos sostenibles se llevó a cabo la centralización de pedidos de aseo y cafetería que representó una reducción en la operatividad del proceso. Esto condujo a una reducción del 5% en el consumo de insumos higiénicos dado que se reestructuró el proceso en el que las operarias de aseo fueron capacitadas para aprender el manejo de Cardex de Control.

Transporte

El proyecto Car Pooling consiste en la implementación de rutas de automóviles entre los edificios del banco, busca reducir en un 20% el uso de automóviles y en consecuencia la huella de CO2.

Promoción de buenas prácticas entre los empleados

Eco Citi

Desde 2011 nace Eco Citi, Feria Ambiental que se realiza como preámbulo de La Hora de la Tierra.

En su versión 2012 se realizaron diferentes actividades en donde el principal atractivo fue la presentación de stands y conferencias hechas por los proveedores del banco en el cual presentaron a los empleados las diferentes prácticas medioambientales que usan en los trabajos que realizan para Citi.

Éstos fueron algunas de las muestras realizadas por los proveedores:

- Detección de fugas de refrigerante en los equipos de aire acondicionado, mostrando las fugas en los mantenimientos preventivos, evitando que el refrigerante salga al medio ambiente y genere daño a la capa de ozono.
- Tecnología avanzada en el manejo de toallas para el secado de manos y papel higiénico, que además de suplir las necesidades es responsable con el medio ambiente.
- Muestra y exposición de varias gamas de iluminación ahorradora que son útiles para el hogar.
- Con la participación de Belmont Trading Company, la cual trabaja en estrategias de reciclaje de equipos electrónicos que ya no son útiles, se dispuso una urna en la que se recolectaron 490 elementos entre agendas electrónicas, celulares, cargadores, radios, teclados, entre otros, que correspondieron a 36.36 kg.
- Siembra de 15 árboles en las zonas verdes del edificio Centenario, en Bogotá.
- Cálculo de la huella de carbono individual para empleados.

- Presentación de alternativas en alimentación sana, donde se pudo observar que los diferentes productos pueden ser utilizados y aprovechados casi en su gran totalidad, generando la menor cantidad de desperdicio.
- Segundo Concurso de Fotografía para empleados en el cual debían capturar en una foto la forma en la cual ellos ven al banco y su compromiso con el medioambiente. En el concurso se inscribieron 17 empleados, los cuales enviaron fotografías llenas de creatividad.

De manera adicional, se presentaron los resultados de la participación de los edificios y sucursales del banco en el evento La Hora de la Tierra, que resultó en una disminución total en el consumo de energía de 355 KW/h a nivel nacional.

Y por último, se presentaron los resultados del primer concurso de dibujo "Yo Cuido a Mi Planeta" en el cual participaron los hijos los empleados a nivel nacional, en edades entre 4 y 15 años divididos en 5 categorías. Esta actividad buscó que las iniciativas ecológicas y de conservación sean replicadas más allá del lugar de trabajo haciendo que todas estas experiencias y aprendizajes se fomenten en los hogares, generando conciencia principalmente en los niños. En esta versión del concurso los niños expresaron por medio de sus dibujos la forma en la cual perciben el medio ambiente y cómo cuidarlo. A esta convocatoria se presentaron 37 dibujos, los cuales fueron evaluados por 5 Vicepresidentes del banco. Los ganadores fueron seleccionados por la creatividad de las obras.

Posterior a la feria se realizó la medición de la huella de carbono. El estudio fue realizado por una compañía especializada en la planeación y ejecución de estrategias de Green Marketing, por lo que Citibank promovió la siembra de 200 árboles como compensación al cálculo de la huella de carbono que produjo la feria.

Con el aporte de los 200 árboles, Citi no solo busca compensar el impacto de CO2 que género la actividad, sino también ser parte activa de la conservación y protección ecológica de las principales fuentes hídricas que se encuentran en el país.

Los árboles fueron sembrados durante el mes de agosto de 2012 en el municipio de San Carlos Antioquia.

Esta iniciativa también ayudó a recuperar la confianza en las poblaciones vulnerables, aportando recursos adicionales para las familias campesinas y mejorando su calidad de vida por medio de la protección del agua. De igual manera, la reforestación protectora recupera la capa orgánica del suelo y a la vez protege la biodiversidad.

Campañas internas

Frecuentemente dentro de las instalaciones de Citi se han dispuesto espacios y actividades para que los trabajadores incluyan en su día a día buenas prácticas ambientales, entre las cuales se encuentran:

- Brigadas ecológicas lideradas, que consisten en la recolección del material reciclable que guardan en sus puestos de trabajo, recuperando espacio y contribuyendo con el plan de reciclaje del edificio al entregarlo al proveedor recolector.
- Implementación de puntos verdes en todos los pisos de los edificios del banco, enfocado en la selección de residuos para su posterior tratamiento y/o disposición.
- Acompañamiento a los empleados a la hora del almuerzo para que aprendan la forma en la que deben realizar la separación en el origen de los residuos, con ayuda del personal de aseo, quienes van indicando donde se debe ubicar cada material de acuerdo a sus características.
- Campañas ecológicas publicadas mensualmente en los Green Walls que se encuentran distribuidos en los edificios de Calle 100, Centenario y Metropolis, para que los empleados generen recordación de los temas publicados.



200 ÁRBOLES SEMBRADOS

56 TONELADAS DE CO2 CAPTURADAS



Compartiendo nuestra responsabilidad con la cadena de valor

Para Citi es de vital importancia que los integrantes de su cadena de valor compartan sus principios y sus valores, por lo cual, cuenta con lineamientos que establecen los criterios mínimos para asegurarse que sus servicios y productos generen el menor impacto social y ambiental.



Gestión de Proveedores Responsables

Para Citi los proveedores son aliados estratégicos con los que espera poder establecer relaciones de largo plazo y para ello, cuenta con altos estándares de calidad para su selección y evaluación.

Es prioridad para la organización y sus vehículos legales asegurar dentro del contrato con los proveedores la gestión responsable en materia ambiental y social.

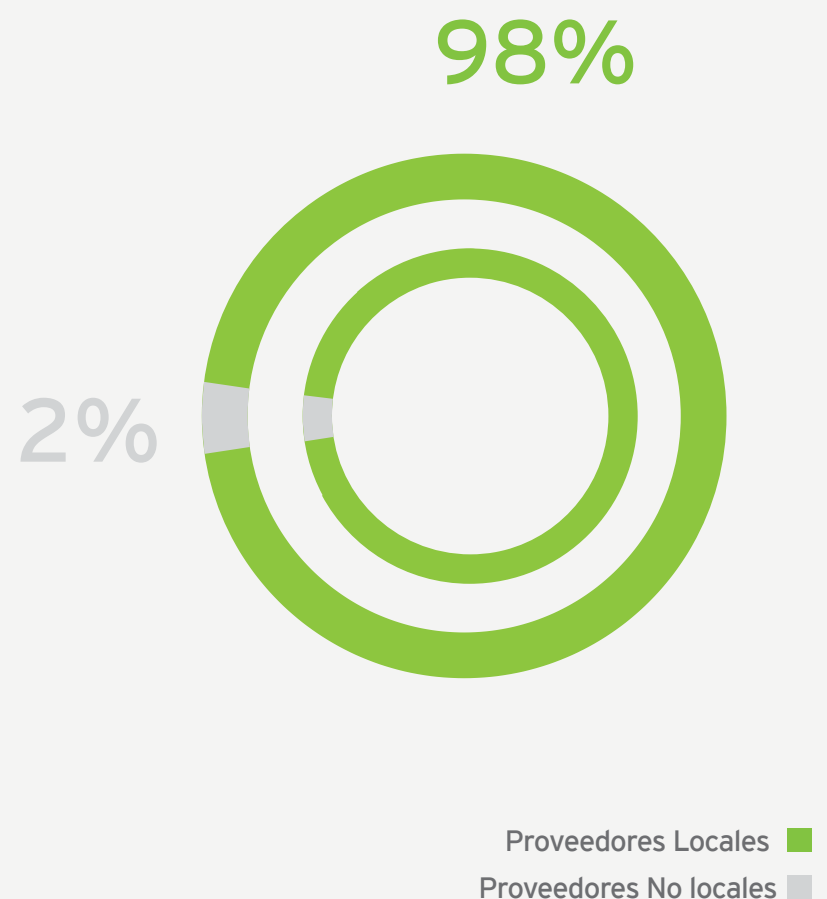
El contratista a su vez debe garantizar el cumplimiento de todas las obligaciones que en materia laboral y de Seguridad Social establece la legislación colombiana. Gracias a estos estándares Citi ha logrado fortalecer y facilitar la relación que actualmente tiene con todos sus proveedores.

Declaración de Principios de Proveedores

Citigroup desarrolló en 2009 la Declaración de Principios de Proveedores, una guía de buenas prácticas de contratación y manejo de recursos para que estén acorde con los lineamientos requeridos para ser parte de su cadena de valor.

Esta Declaración promueve entre los proveedores la aplicación de iniciativas relacionadas con la igualdad de oportunidades en cuanto a la contratación de servicios. De igual manera, evita cualquier tipo de discriminación por raza, religión, color, sexo, condición física, edad, estado civil, nacionalidad o cualquier otra categoría legal protegida.

Proporción de gasto en proveedores locales 2012





Acerca de este informe

El presente es el informe anual de sostenibilidad, redactado por tercera vez bajo las directrices del modelo de reportes GRI (Global Reporting Initiative), y tiene como objetivo comunicar a sus grupos de interés el desempeño de la estrategia de sostenibilidad de Citi Colombia durante el 2012. Para identificar la información se tuvieron en cuenta las preocupaciones y expectativas de los principales grupos de interés.

Este informe es autodeclarado B.



Materialidad

Para la priorización y selección de las políticas, programas, productos y servicios reportados en este informe de sostenibilidad se realizaron una serie de talleres con el equipo directivo de Citi en Colombia. Adicionalmente, se discutieron los principales riesgos y oportunidades a las que se enfrenta el banco, incluyendo aquellos asuntos mencionados en el Protocolo Verde y de la enviada por la casa matriz.

De igual manera, en el presente informe se tuvieron en cuenta los asuntos que resultan importantes para los clientes recogidos por los principales canales para quejas y reclamos, y para el gobierno y la sociedad civil identificados durante la participación en el comité de Sostenibilidad y RSE de Asobancaria, en el Comité de RSE del CEA y mediante la participación de Citi en el evento Ciudades Sostenibles 2012

Entre los indicadores de gestión reportados están aquellos utilizados internamente y los listados en las directrices del GRI.

Los indicadores internos se construyeron a partir de la metodología utilizada en las diferentes áreas para medición de su propio desempeño y son presentados utilizando estándares métricos internacionales.



Para mayor información contacta a:
Jimena Botero Villegas <jimena.boterovillegas[at]citi.com>
 Public Affairs Officer C Marketing Head
 Citi Colombia
Mariana Escobar Uribe <mariana.escobaruribe[at]citi.com>
 Sustainability & Community Relations Manager
 Citi Colombia

TABLA GRI

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|------------------------------------|--|---|-----------|--|---------------------|--|
| PERFIL | | | | | | |
| 1 Estrategia y análisis | | | | | | |
| 1.1 | Declaración de relevancia de la sostenibilidad. | Carta Bernardo Noreña y Pam Flaherty. (Pag. 2 y 3) | Sí | | | |
| 1.2 | Principales impactos, riesgos y oportunidades. | Acerca de este informe. (Pag. 71) | Sí | | | |
| 2 Perfil de la organización | | | | | | |
| 2.1 | Nombre de la organización. | Perfil. (Pag. 5) | Sí | | | |
| 2.2 | Principales marcas, productos y servicios. | Perfil. (Pag. 5 - 6) https://www.citibank.com.co/laco/informacionlegal/acercade.htm | Sí | | | |
| 2.3 | Estructura operativa | Perfil- Estructura Organizacional (Pag. 6) https://www.citibank.com.co/laco/informacionlegal/acercade.htm | Sí | | | |
| 2.4 | Localización de la sede principal de la organización | En el mundo: Citi 399 Park Avenue New York, NY 10043 U.S.A. En Colombia: Citibank-Colombia S.A. Carrera 9nA # 99-02, P. 3 Apartado Aereo 4134 Bogota D.C. - Colombia | Sí | | | |
| 2.5 | Donde opera. | En el mundo: http://www.citigroup.com/citi/global/ov_latam.htm En Colombia: Perfil (Pag.7) | Sí | | | Citi opera en más de 120 países en todo el mundo. Este reporte cubre su operación en Colombia. |
| 2.6 | Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. | Perfil. (Pag. 5 -6) | Sí | | | |
| 2.7 | Mercados servidos. | Perfil (Pag. 5 -6) (Presencia de Citi en Colombia Pag. 6), Fortaleciendo la micro, pequeña y mediana empresa en Colombia (Financiación de la Cadena Productiva - Supply chain finance. (Pag 33), Inclusión financiera (Corresponsales Bancarios, (Pag 38), https://www.citibank.com.co/laco/informacionlegal/acercade.htm | Sí | | | |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|----------------------------------|---|--|-----------|--|---------------------|-------------|
| 2.8 | Dimensión de la compañía incluyendo número de empleados, operaciones, ventas netas, capitalización total, cantidad de productos y servicios. | Perfil (Pag. 5) Desempeño Citi Bank Colombia (Pag 12 - 13) | Sí | | | |
| 2.9 | Cambios significativos. | Durante el 2012 no se reportaron cambios significativos. | Sí | | | |
| 3.0 | Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo. | Premios y reconocimientos (Pag. 11) | Sí | | | |
| 3. Parámetros del Informe | | | | | | |
| Perfil del Informe | | | | | | |
| 3.1 | Periodo cubierto. | Este informe cubre el período entre enero 2012 - diciembre 2012. | Sí | | | |
| 3.2 | Fecha del informe anterior más reciente. | El informe más reciente cubrió el período entre enero y diciembre de 2011. Fue lanzado en marzo de 2012. | Sí | | | |
| 3.3 | Ciclo de presentación del informe. | Anual | Sí | | | |
| 3.4 | Área de contacto para los temas relativos al informe o su contenido. | Acerca de este informe. (Pag. 72) | Sí | | | |
| Alcance y cobertura del Informe | | | | | | |
| 3.5 | Proceso de definición del contenido del informe incluyendo materialidad y asuntos para reportar, identificación de stakeholders. Incluir una explicación de cómo la organización utilizó las guías GRI. | Acerca de este informe. (Pag. 72) | Sí | | | |
| 3.6 | Cobertura del informe. | Este informe reporta el desempeño de Citibank Colombia S.A, incluyendo sus subsidiarias en el país. | Sí | | | |
| 3.7 | Limitaciones del alcance o cobertura. | La cobertura y el alcance del presente informe tienen en cuenta todos los impactos, económicos, ambientales y sociales materiales de la organización. Sin embargo, en algunos casos, el banco no cuenta con la información o la metodología necesaria para reportar la gestión frente a algunos de estos impactos. | Sí | | | |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|---|---|---|-----------|--|---------------------|-------------|
| 3.8 | Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente la comparabilidad entre periodos. | Este informe reporta la información de Citi en Colombia y sus subsidiaras de manera conjunta. En los casos en donde esto no es posible, se indica al lector de manera transparente y clara. | Sí | | | |
| 3.9 | Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos. | Acerca de este informe. (Pag.72) | Sí | | | |
| 3.10 | Reexpresión de información de memorias anteriores. | No se ha reexpresado la información frente al informe del 2011. | Sí | | | |
| 3.11 | Cambios significativos en métodos de valoración de informes anteriores. | No se presentaron cambios significativos en métodos de valoración. | Sí | | | |
| 3.12 | Table de contenidos GRI. | Acerca de este informe. (Pag. 73) | Sí | | | |
| 3.13 | Política y verificación del informe. | El informe de Citi Colombia no cuenta con verificación externa | Sí | | | |
| 4. Gobierno, compromiso y participación de los grupos de interés | | | | | | |
| 4.1 | Descripción de la estructura de gobierno, comités. Número de miembros independientes y cargos responsables de asuntos sociales, económicos y ambientales. Porcentaje de miembros de máximo órgano de gobierno discriminado por género, edad o minorías representativas. | Gobierno Corporativo (Pag. 15) www.citibank.com.co/laco/informacionlegal/acercade.htm www.citibank.com.co/colombia/lacocg/citivalores/politicas_procedimientos_intermediario.htm www.citibank.com.co/lacoco/cititrust/main.htm | Sí | | | |
| 4.2 | Presidente de la junta y su cargo ejecutivo como presidente de la organización. | www.citibank.com.co/laco/informacionlegal/acercade.htm www.citibank.com.co/colombia/lacocg/citivalores/politicas_procedimientos_intermediario.htm www.citibank.com.co/lacoco/cititrust/main.Htm | Sí | | | |
| 4.3 | Estructura del máximo órgano de gobierno (junta directiva). Definición de "miembro independiente" o miembro "no-ejecutivo" | www.citibank.com.co/laco/informacionlegal/acercade.htm www.citibank.com.co/colombia/lacocg/citivalores/politicas_procedimientos_intermediario.htm www.citibank.com.co/lacoco/cititrust/main.Htm | Sí | | | |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|------|---|--|-----------|--|---------------------|-------------|
| 4.4 | Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno. | Gobierno Corporativo (Cultura de Cumplimiento. (Pag. 17) Valoramos nuestra gente (Escuchamos a nuestra gente- Reuniones del Presidente con los empleados. Pág.58) www.citibank.com.co/colombia/common/pdf/codgob.pdf / | Sí | | | |
| 4.5 | Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental). | www.citibank.com.co/laco/informacionlegal/acercade.htm www.citibank.com.co/colombia/lacocg/citivalores/politicas_procedimientos_intermediario.htm www.citibank.com.co/lacoco/cititrust/main.Htm | Sí | | | |
| 4.6 | Procedimientos para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno. | www.citibank.com.co/laco/informacionlegal/acercade.htm www.citibank.com.co/colombia/lacocg/citivalores/politicas_procedimientos_intermediario.htm www.citibank.com.co/lacoco/cititrust/main.Htm | Sí | | | |
| 4.7 | Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos. Incluya consideraciones de género. | www.citibank.com.co/laco/informacionlegal/acercade.htm www.citibank.com.co/colombia/lacocg/citivalores/politicas_procedimientos_intermediario.htm www.citibank.com.co/lacoco/cititrust/main.Htm | Sí | | | |
| 4.8 | Declaración de misión, visión, valores, código de conducta y principios relevantes. | Perfil (Misión y Principios Corporativos. (Pag. 10) Gobierno Corporativo (Código de Conducta. (Pag. 17) | Sí | | | |
| 4.9 | Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios. | https://www.citibank.com.co/laco/informacionlegal/acercade.htm https://www.citibank.com.co/lacoco/cititrust/main.htm | Sí | | | |
| 4.10 | Mecanismos de autoevaluación de la junta directiva. | www.citibank.com.co/laco/informacionlegal/acercade.htm www.citibank.com.co/colombia/lacocg/citivalores/politicas_procedimientos_intermediario.htm www.citibank.com.co/lacoco/cititrust/main.Htm | Sí | | | |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|---|--|---|-----------|--|---------------------|-------------|
| Compromiso con Iniciativas Externas | | | | | | |
| 4.11 | Adopción del principio de precaución. | Citi adopta el principio de precaución en su gestión administrativa y en la evaluación de los proyectos bajo ESRM. | Sí | | | |
| 4.12 | Programas sociales, económicos y ambientales desarrollados externamente. | Citi Foundation (Pag. 21 - 23) Fortaleciendo la micro, pequeña y mediana empresa (Juan Felipe Gómez Escobar, Programa de empleo y emprendimiento. Pag. 34) Inclusión Financiera (Opportunity International - Tecnología e Iniciativa de desarrollo de productos de Microahorro- Grameen Foundation-Iniciativa de solución de compras móviles para Pequeños Agricultores. (Pag. 37) | Sí | | | |
| 4.13 | Principales asociaciones a las que pertenece la organización o entes nacionales o internacionales a los que la organización apoya. | Asobancaria, AMCHAM, CEA, Camara Colombo Chilena, Asofiduciarias, Asobolsa. | Sí | | | |
| Participación de los Grupos de interés | | | | | | |
| 4.14 | Relación de los grupos de interés que se han incluido y mención de los mismos. | Acerca de este informe. (Pag 73) | Sí | | | |
| 4.15 | Metodología de selección de grupos de interés. | Los grupos de interés de Citi fueron identificados y priorizados según criterios de impacto e influencia. El área de Comunicación Corporativa y Public Affairs en Citi Colombia evaluó aquellas personas y/o instituciones que por algún motivo se ven impactadas o influenciadas por el negocio o que pueden impactar o influenciar al negocio. Son con estos grupos de interés que Citi considera prioritario consolidar su relación. | Sí | | | |
| 4.16 | Criterios para la selección de grupos de interés. | Los grupos de interés de Citi fueron identificados y priorizados según criterios de impacto e influencia. Evaluamos aquellas personas y/o instituciones que por algún motivo se ven impactadas o influenciadas nuestro negocio o que pueden impactar o influenciar el negocio. Son con estos grupos de interés que Citi considera prioritario consolidar su relación. | Sí | | | |
| 4.17 | Preocupaciones de los grupos de interés recogidas. | Acerca de este informe. (Pag 73) | Sí | | | |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|----------------------------|----------------------------------|---|-----------|--|---------------------|---|
| ENFOQUES DE GESTIÓN | | | | | | |
| DMA EC | Enfoque de Gestión EC | | | | | |
| | Desempeño económico. | Perfil (Desempeño Citi Bank Colombia. Pag. 12) | Sí | | | |
| | Presencia en el mercado. | Perfil (Presencia de Citi en Colombia. Pag. 7) | Sí | | | |
| | Impactos económicos indirectos | Citi Foundation (Pag. 21 - 24) | | | | |
| DMA EN | Enfoque de Gestión EN | | | | | |
| | Materiales | Gestión ambiental (Pag. 66 - 67) | Sí | | | |
| | Energía | Gestión ambiental (Pag. 64) | Sí | | | |
| | Agua | | No | | No es material | Este asunto no es de alta relevancia para los grupos de interés por que la utilización de este insumo no es clave para la realización de actividades del core business de Citi. |
| | Biodiversidad. | | No | | No aplica. | No se reporta este indicador por que no está relacionado con el negocio, dado que Citi no opera directamente en zonas de alta biodiversidad. |
| | Emisiones, afluentes y residuos. | Gestión ambiental (Pag. 66) | Sí | | | |
| | Productos y servicios. | Gestión ambiental (Pag. 64) | Sí | | | |
| | Cumplimiento. | | No | | No aplica. | En Colombia no existen políticas de gestión ambiental para el sector financiero. |
| | Transporte. | Gestión Ambiental (Transporte. Pag. 67) Citi, como parte de su energy management program, cuenta con iniciativas para reducir el transporte del equipo. Entre las iniciativas más importantes se encuentra el sistema de calls, el cual reemplaza las reuniones físicas, por llamadas y conferencias telefónicas. Esta iniciativa es implementada en todas las áreas del banco. | Sí | | | |
| | General. | Gestión ambiental (Pag. 64) | Sí | | | |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|---------------|---|--|-----------|--|---------------------|--|
| DMA LA | Enfoque de Gestión LA | | | | | |
| | Empleo. | Valoramos a Nuestra Gente (Pag. 43) | Sí | | | |
| | Relaciones laborales. | Gobierno Corporativo (Código de Conducta. Pag. 17) http://www.citigroup.com/citi/corporategovernance/codeconduct.htm | Sí | | | |
| | Salud y seguridad ocupacional. | Valoramos a nuestra gente (Salud y seguridad. Pag 62) | Sí | | | |
| | Entrenamiento y educación. | Valoramos a Nuestra Gente (Gestión del Talento Pag. 56) | Sí | | | |
| | Diversidad e igualdad de oportunidades. | Valoramos a Nuestra Gente (Diversidad de pensamientos, procedencia y experiencia. Pag. 52) | Sí | | No aplica. | No se reporta este indicador por que no está relacionado con el negocio, dado que Citi no opera directamente en zonas de alta biodiversidad. |
| | Remuneración equitativa para hombres y mujeres. | Valoramos a Nuestra Gente (Diversidad de pensamientos, procedencia y experiencia. Pag. 52) | Sí | | | |
| DMA HR | Enfoque de Gestión HR | | | | | |
| | Prácticas de inversión y abastecimiento. | Finanzas Responsables (Pag. 29) Compartiendo nuestra responsabilidad con la Cadena de Valor (Pag.69 -70) | Sí | | | |
| | No discriminación. | Bienestar de Nuestras Clientes (Pag. 43) Valoramos a Nuestra Gente (Pag.52) http://www.citigroup.com/citi/corporategovernance/codeconduct.htm | Sí | | | |
| | Libertad de asociación y negociación. | http://www.citigroup.com/citi/corporategovernance/codeconduct.htm | Sí | | | |
| | Trabajo infantil. | | No | | No aplica. | No se reporta este indicador por que no está relacionado con el negocio dado que Citi no es vulnerable a trabajo infantil. |
| | Trabajo forzoso. | | No | | No aplica. | |
| | Prácticas de seguridad. | | | | No es material. | |
| | Derechos de los indígenas. | | No | | No aplica. | No se reporta este indicador por que no está relacionado con el negocio dado que Citi no opera directamente en zonas con presencia indígena. |
| | Evaluación de riesgo organizacional. | | No | | No es material. | |
| | Remediación de impacto negativo. | | No | | No es material. | |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|---------------|--|---|-----------|--|---------------------|--|
| DMA SO | Enfoque de Gestión SO | | | | | |
| | Comunidad. | Citi Foundation (Pag. 21 - 24) | Sí | | | |
| | Corrupción. | Gobierno Corporativo (Cultura de Cumplimiento. Pag. 17) | Sí | | | |
| | Política pública. | http://www.citigroup.com/citi/corporategovernance/codeconduct.htm | Sí | | | |
| | Comportamiento de competencia desleal. | http://www.citigroup.com/citi/corporategovernance/codeconduct.htm | Sí | | No aplica. | No se reporta este indicador por que no está relacionado con el negocio dado que Citi no es vulnerable a trabajo infantil. |
| | Cumplimiento. | Gobierno Corporativo (Cultura de cumplimiento Pag. 17), Finanzas responsables. (Pag. 31) | Sí | | No aplica. | |
| DMA PR | Enfoque de Gestión PR | | | | | |
| | Salud y seguridad del consumidor. | Bienestar de Nuestras Clientes (Pag. 48) | Sí | | | |
| | Etiquetado de productos y servicios. | Bienestar de Nuestras Clientes (Pag. 48) | Sí | | | |
| | Mercadeo y comunicaciones. | Bienestar de Nuestras Clientes (Pag. 42) | Sí | | | |
| | Privacidad del consumidor. | Bienestar de nuestros clientes (Manejo de información de los clientes con integridad: Privacidad de la información del cliente). (Pag. 50) | Sí | | | |
| | Cumplimiento. | Gobierno Corporativo (Cultura de cumplimiento Pag. 17) | Sí | | | |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|---------------------------------|---|--|-----------|--|---------------------|-------------|
| INDICADORES DE DESEMPEÑO | | | | | | |
| EC00 | Económicos | | | | | |
| Desempeño Económico | | | | | | |
| EC1 | Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de operación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y Págos a proveedores de capital y a gobiernos. | Desempeño Citi Bank Colombia (Pag. 12 - 13) | Sí | | | |
| EC2 | Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático | Finanzas Responsables (Pag. 29) | Sí | | | |
| EC3 | Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales. | Citi proporciona a sus empleados beneficios adicionales a los establecidos en la legislación laboral, tales como Primas extralegales, Prima de antigüedad, auxilios educativos, ópticos, de natalidad, defunción, para gastos notariales, alimentación, póliza de salud, seguros de vida y diferentes líneas de crédito, entre otros. Beneficios extralegales: 84.5% /Seguro de Vida:100% / Póliza de salud: 47% | Sí | | | |
| EC4 | Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos. | Cero | Sí | | | |
| Presencia en el mercado | | | | | | |
| EC5 | Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local discriminado por género, en lugares donde se desarrollen operaciones significativas | El salario minino en Citi es de COP \$840.000 | Sí | | | |
| EC6 | Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas | Compartiendo nuestra responsabilidad con la cadena de valor (Gestión de proveedores responsables. Pag. 69) | Sí | | | |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|--------------------------------|--|---|-----------|--|---------------------|---|
| EC7 | Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | Compartiendo nuestra responsabilidad con la cadena de valor (Gestión de proveedores responsables. Pag. 69) | No | | No es material. | La mayoría de los empleados de Citi son Colombianos, sin que esto implica tener un procedimiento específico para esto. De igual manera, los grupos de interés no califican este como un asunto relevante. |
| Impactos Económicos Indirectos | | | | | | |
| EC8 | Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie. | Citi Foundation (Pag. 21 -24) | Sí | | | |
| EC9 | Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos. | Fortaleciendo las micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia. (Pag.32 - 33), Productos y Servicios para el desarrollo. (Pag. 42) | Sí | | | |
| EN00 | Medio Ambientales | | | | | |
| Materiales | | | | | | |
| EN1 | Materiales utilizados, por peso o volumen. | Gestión Ambiental (Manejo de Residuos Pag. 66) | Sí | El peso es de ciertos materiales. | No está disponible. | Actualmente no contamos con la metodología para reportar este indicador pero estamos estudiando la posibilidad de medirlo en los informes futuros. |
| EN2 | Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados. | | No | | No está disponible. | |
| Energía | | | | | | |
| EN3 | Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias. | | No | | No aplica. | Citi obtiene su energía de la empresa de servicios públicos locales. |
| EN4 | Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias | Gestión Ambiental (Energy Management y Ecogovernance. Pag. 64) | Sí | | | La energía utilizada por Citi Colombia es adquirida de la empresa de energía local. |
| EN5 | Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia. | Gestión Ambiental (Energy Management y Ecogovernance. Pag. 64) | Sí | | | |
| EN6 | Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas. | Gestión Ambiental (Energy Management y Ecogovernance. Pag. 64) | Sí | | | |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|---------------|---|---|-----------|--|---------------------|---|
| EN7 | Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas. | Gestión Ambiental (Energy Management y Ecogovernance. Pag. 64) | Sí | | | |
| Agua | | | | | | |
| EN8 | Captación total de agua por fuentes. | | No | | No es material. | Citi no capta cantidades significativas de agua. El agua utilizada para el consumo diario de su personal es obtenida de empresas de servicios públicos y de agua embotellada. |
| EN9 | Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua. | | No | | No aplica. | Citi obtiene el agua de la empresa de servicios públicos locales. |
| EN10 | Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada. | | No | | No es material. | Citi y sus grupos de interés no consideran como un asunto material la reutilización de agua, dado que la utilización de agua no es central a las actividades del core business. |
| Biodiversidad | | | | | | |
| EN11 | Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de un alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas. | | No | | No aplica. | No tenemos oficinas y sucursales en terrenos adyacentes dentro de espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad. |
| EN12 | Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas. | | No | | No es material. | Citi no tiene impactos directos en zonas de alta biodiversidad. |
| EN13 | Hábitat protegidos o restaurados. | | No | | No aplica. | Citi no reporta este indicador por que no ha restaurado habitats ni piensa hacerlo dado que no esta relacionado con el negocio. Para ver como gestionael tema por medio de sus operaciones financieras, ver el suplemento sectorial de servicios financieros. |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|--|---|---|-----------|--|---------------------|--|
| EN14 | Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad. | | No | | No aplica. | Citi no reporta este indicador por que no tiene contacto directo con zonas de alta biodiversidad. Para ver como gestiona el tema por medio de sus operaciones financieras, ver el suplemento sectorial de servicios financieros. |
| EN15 | Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitat se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie. | | No | | No aplica. | Citi no reporta este indicador por que no tiene contacto directo con zonas de alta biodiversidad. Para ver como gestiona el tema por medio de sus operaciones financieras, ver el suplemento sectorial de servicios financieros. |
| Emisiones, efluentes y desechos | | | | | | |
| EN16 | Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso. | Citi realizo el calculo de emisiond eCO2 de una de la feria Ambiental enm donde se calculo 1600 toneladas de CO2. | Sí | Totales. | No esta disponible. | Actualmente no contamos con la metodología para reportar este indicador pero estamos estudiando la posibilidad de medirlo en los informes futuros. |
| EN17 | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso. | | No | | No esta disponible. | Actulamente no contamos con la metodología para reportar este indicador pero estamos estudiando la posibilidad de medirlo en los informes futuros. |
| EN18 | Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas. | Gestión Ambiental. (Pag. 64 y 67 - 68) | Parcial | Reducciones logradas,pero si se han realizado iniciativas para reducir las emisiones, tales como el Proyecto Car Pooling para que los empleados reduzcan las emisiones generadas por el transporte al trabajo. | No esta disponible. | Actulamente no contamos con la metodología para reportar este indicador pero estamos estudiando la posibilidad de medirlo en los informes futuros. |
| EN19 | Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso. | | No | | No es material. | Los grupos de interés internos y externos no consideran este asunto como material por que la emisión de estos gases por parte de Citi no es considerable. |
| EN20 | NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso. | | No | | No es material. | Los grupos de interés internos y externos no consideran este asunto como material porque Citi no emite cantidades considerables de estos gases. |
| EN21 | Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino. | | No | | No es material. | Los grupos de interés internos y externos no consideran este asunto como material porque el vertimiento de estos residuos no es resultado de la realización de las actividades relacionadas con el core business de Citi. |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|-----------------------|---|---|-----------|--|---------------------|---|
| EN22 | Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento. | Gestión Ambiental (Manejo de Residuos. Pag. 66 - 67) | Parcial | Método de tratamiento. | No esta disponible. | Actualmente no contamos con la metodología para reportar este indicador pero estamos estudiando la posibilidad de medirlo en los informes futuros. |
| EN23 | Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos. | | No | | No aplica. | No se reporta este indicador porque el negocio de Citi no incluye el transporte y/o venta de sustancias. |
| EN24 | Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados, que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente. | | No | | No aplica. | No se reporta este indicador porque Citi no transporta, exporta o trata material o residuos peligrosos. |
| EN25 | Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitat relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante. | | No | | No aplica. | Citi no reporta este indicador porque no tiene contacto directo con zonas de alta biodiversidad. Para ver como gestiona el tema por medio de sus operaciones financieras, ver el suplemento sectorial de servicios financieros. |
| Productos y servicios | | | | | | |
| EN26 | Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto. | Finanzas responsables (ESRM Pag 29.) Gestion Ambiental (Pag. 64 - 67) | Sí | Grado de reducción del impacto. | No esta disponible. | Actualmente no contamos con la metodología para reportar este indicador pero estamos estudiando la posibilidad de medirlo en los informes futuros. |
| EN27 | Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos. | | No | | No aplica. | Los servicios de Citi no pueden ser recuperados al final de la vida útil. |
| Cumplimiento | | | | | | |
| EN28 | Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental. | | Sí | | | |
| Transporte | | | | | | |
| EN29 | 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. | | No | | No esta disponible. | Actualmente no contamos con la metodología para reportar este indicador pero estamos estudiando la posibilidad de medirlo en los informes futuros. |
| General | | | | | | |
| EN30 | Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales. | Gestión Ambiental (Energy Management y Ecogovernance. Pag. 64) | Sí | Inversiones. | No es material. | Para Citi Colombia este asunto no es material porque no ha realizado inversiones ambientales de manera estratégica. |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|-------------------------------|---|--|-----------|--|----------------------------------|--|
| LA00 | Social: Prácticas laborales y ética del trabajo | | | | | |
| Empleo | | | | | | |
| LA1 | Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, contrato, género y región. | Valoramos a Nuestra Gente (Diversidad de pensamientos, procedencia y experiencia. Pag.52 - 53) | Parcial | Tipo de empleo y región. | No esta disponible. | No esta disponible. |
| LA2 | Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región. | Valoramos a Nuestra Gente (Diversidad de pensamientos, procedencia y experiencia. Pag. 52 - 53) | Sí | | No aplica. | Los servicios de Citi no pueden ser recuperados al final de la vida útil. |
| LA3 | Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal. | Valoramos a Nuestra Gente (Bienestar y beneficios para nuestros empleados. Pag. 60 - 61) | Parcial | Desglosado por actividad principal. | No está disponible. | Actualmente no contamos con la metodología para reportar este indicador pero estamos estudiando la posibilidad de medirlo en los informes futuros. |
| Relaciones Laborales | | | | | | |
| LA4 | Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo. | | No | | Esta información es estratégica. | |
| LA5 | Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos. | En la legislación laboral o el convenio colectivo no se prevén periodos mínimos de preaviso para cambios organizativos. No obstante, Citi ha desarrollado una fuerte cultura de comunicación en la que todos los cambios en la Organización son informados de manera oportuna y clara a los empleados a través de los diferentes medios internos. | Sí | | | |
| Salud y seguridad ocupacional | | | | | | |
| LA6 | Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo | En Colombia por ley existe el Comité Paritario de Salud Ocupacional (COPASO) EL COPASO es el encargado de promocionar la Salud Ocupacional en todos los niveles de la empresa y buscar acuerdos con las directivas y responsables del Programa de Salud Ocupacional. El COPASO cuenta con con 44 integrantes de los 5 vehículos legales repartidos de la siguiente forma: <ul style="list-style-type: none"> • Citibank: 8 Representantes de los trabajadores 8 Elegidos por el empleador . • Citivalores: 4 Representantes de los trabajadores 4 Elegidos por el empleador • Citirecovery:4 Representantes de los trabajadores 4 Elegidos por el empleador • Colrepin: 4 Representantes de los trabajadores 4 Elegidos por el empleador • Cititrust: 2 Representantes de los trabajadores 2 Elegidos por el empleador | Sí | | | |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|--|--|--|-----------|--|---------------------|--|
| LA7 | Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y género. | Valoramos a Nuestra Gente (Pag. 53) • Numero de víctimas mortales relacionadas con el trabajo: 0 / • Enfermedades Profesionales: 2 . | Sí | Dias perdidos. | No esta disponible. | Actualmente no contamos con la metodología para reportar este indicador pero estamos estudiando la posibilidad de medirlo en los informes futuros. |
| LA8 | Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves. | Valoramos a Nuestra Gente (Salud y seguridad. Pag 56) | Sí | | | |
| LA9 | Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos. | Citi contempla para sus empleados beneficios en materia de salud contemplados en el convenio colectivo que cubre al personal sindicalizado, así como en los programas de bienestar del Banco, contribuyendo económicamente para el acceso de los empleados y sus familias a programas de salud (pólizas, medicina prepagada y complementaria). 48% de los empleados Citi (1.684) acceden a programas de salud adicionales a los establecidos en la Legislación laboral vigente | Sí | | | |
| Entrenamiento y educación | | | | | | |
| LA10 | Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado y género. | Valoramos a Nuestra Gente (Gestión del Talento- Formación y entrenamiento. Pag.56) Se ejecutaron 29.3 horas de entrenamiento por persona | Sí | | | |
| LA11 | Programas de gestión de habilidades y de formación continua, que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que los apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales. | Valoramos a Nuestra Gente Gestión del Talento. Pag. 56 - 58) | Sí | | | |
| LA12 | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional. | Valoramos a Nuestra Gente (Gestión del Desempeño. Pag. 57 - 58) | | | | |
| Diversidad e igualdad de oportunidades | | | | | | |
| LA13 | Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad. | | No | | No esta disponible. | Esperamos contar con esta información para futuros informes. |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|---|--|---|-----------|--|---------------------|--|
| LA14 | Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional discriminado por locaciones geográficas de operación significativa de la empresa. | | No | | No esta disponible. | Actualmente no contamos con la metodología para reportar este indicador pero estamos estudiando la posibilidad de medirlo para próximos informes. |
| LA15 | Índice de retención y de retorno de personal femenino después de licencia de maternidad. GRI 3.1 | | No | | No esta disponible. | Actualmente no contamos con la metodología para reportar este indicador pero estamos estudiando la posibilidad de medirlo para próximos informes. |
| Social: Derechos Humanos | | | | | | |
| Prácticas de inversión y abastecimiento | | | | | | |
| HR1 | Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos, que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. | | No | | No esta disponible. | Actualmente no contamos con la metodología para reportar este indicador pero estamos estudiando la posibilidad de medirlo en los informes futuros. |
| HR2 | Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas, que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia. | | No | | No esta disponible. | Si bien, Citi tiene una declaración de principios de proveedores en donde éstos se comprometen a respetar los derechos humanos en sus operaciones, Citi no ha sometido a sus proveedores a un análisis en materia de derechos humanos. |
| HR3 | Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados | Citi promueve el respeto y la protección a los derechos humanos, reforzándose estos aspectos de diferentes formas, tales como las capacitaciones sobre el código de conducta en los procesos de inducción y los entrenamientos periódicos de la Compañía a través de la intranet. Durante el 2012 se realizaron 35 capacitaciones de inducción y se registraron más de 5,982 capacitaciones en medios virtuales. Las inducciones se realizaron al 99.1 % de la población nueva del banco. | | | | |
| No discriminación | | | | | | |
| HR4 | Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas. | Durante el año 2012 no se presentaron incidentes relacionados con actos de discriminación. | Sí | | | |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|---|--|---|-----------|--|---------------------|---|
| Libertad de asociación y negociación colectiva | | | | | | |
| HR5 | Actividades de la compañía o de proveedores en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos. | Durante el año 2012 no se presentaron situaciones en donde se pusiera en riesgo la libertad de asociación de los empleados. | Sí | | | |
| Trabajo infantil | | | | | | |
| HR6 | Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. | | No | | No aplica. | Ninguna actividad realizada por Citi en Colombia es susceptible a incidentes de explotación infantil.. |
| Trabajo forsozo | | | | | | |
| HR7 | Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. | Durante el año 2012 no se presentaron incidentes relacionados con actos de discriminación. | Sí | | No aplica. | Ninguna actividad realizada por Citi en Colombia es susceptible a trabajo forzado o no consentido |
| Prácticas de seguridad | | | | | | |
| HR8 | Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o los procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades. | | No | | No es material. | Si bien, Citi busca que sus empleados respeten y fomenten los derechos humanos, no considera relevante extender capacitaciones sobre los mismos por que sus empleados de seguridad no son susceptibles a violar estos derechos en sus actividades diarias. |
| Derechos de los indígenas | | | | | | |
| HR9 | Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas. | | No | | No aplica. | Citi en Colombia no realiza actividades cerca o en zonas con alta población indígena. Para ver como gestiona el tema por medio de sus operaciones financieras, ver el suplemento sectorial de servicios financieros. |
| Remediación | | | | | | |
| HR11 | Número total de quejas relacionadas con temáticas de Derechos Humanos abordadas y resueltas por medio de mecanismos formales (Core de GRI 3.1) | Ver HR4, HR5 | Sí | | No es material | Citi en Colombia cumple a cabalidad con la legislación Colombiana. Adicionalmente cuenta con lineamientos internos, los cuales se encuentran resumidos en el código de conducta, en donde se especifica el comportamiento frente a los Derechos Humanos esperado de los empleados del banco. Por tales motivos no se ha considerado necesario, hasta el momento, realizar una evaluación de impactos en derechos humanos. |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|---|---|--|-----------|--|---------------------|--|
| S000 Social: Prácticas laborales y ética del trabajo | | | | | | |
| Comunidad | | | | | | |
| S01 | Porcentaje de operaciones de la empresa que han involucrado a la comunidad local, han realizado análisis de impactos y programas de desarrollo. | Citi Foundation (Pag. 21 -24) | Sí | | No aplica. | Ninguna actividad realizada por Citi en Colombia es susceptible a trabajo forzado o no consentido |
| Corrupción | | | | | | |
| S02 | Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción | Gobierno Corporativo (Fortalecimiento de la cultura de cumplimiento Pag. 20).El área de compliance revisa que todas sus políticas, incluyendo aquellas relacionadas con corrupción, sean cumplidas por todos los empleados de las diferentes áreas de Citi en Colombia, por lo tanto cubre al 100% de los empleados. | Sí | | No es material. | Si bien, Citi busca que sus empleados respeten y fomenten los derechos humanos, no considera relevante extender capacitaciones sobre los mismos por que sus empleados de seguridad no son susceptibles a violar estos derechos en sus actividades diarias. |
| S03 | Porcentaje de empleados formados en las políticas y los procedimientos anticorrupción de la organización | Finanzas responsables (Prevención de lavado de dinero - AML Pag.31), Gobierno Corporativo (Fortalecimiento de la cultura de cumplimiento Pag. 20). | Sí | | No aplica. | Citi en Colombia no realiza actividades cerca o en zonas con alta población indígena. Para ver como gestiona el tema por medio de sus operaciones financieras, ver el suplemento sectorial de servicios financieros. |
| S04 | Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción. | Finanzas responsables (Prevención de lavado de dinero - AML. Pag.31) | Sí | | No aplica. | Ninguna actividad realizada por Citi en Colombia es susceptible a trabajo forzado o no consentido |
| Políticas públicas | | | | | | |
| S05 | Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying". | https://www.citibank.com.co/colombia/common/pdf/codgob.pdf / | Sí | | No es material. | Si bien, Citi busca que sus empleados respeten y fomenten los derechos humanos, no considera relevante extender capacitaciones sobre los mismos por que sus empleados de seguridad no son susceptibles a violar estos derechos en sus actividades diarias. |
| S06 | Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países. | Cero | Sí | | No aplica | Citi en Colombia no realiza actividades cerca o en zonas con alta población indígena. Para ver como gestiona el tema por medio de sus operaciones financieras, ver el suplemento sectorial de servicios financieros. |
| Comportamiento de competencia desleal | | | | | | |
| S07 | Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados. | Cero | Sí | | | |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|--|---|---|-----------|--|---------------------|--|
| Cumplimiento | | | | | | |
| S08 | Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones. | Cero | Sí | | | |
| S09 | Operaciones con potencial significativo de impacto negativo o impacto negativo reconocido en comunidades locales (Core GRI 3.1) | | No | | No aplica. | La naturaleza del negocio de Citi no tiene impactos directos negativos en el bienestar de las comunidades locales. |
| S010 | Medidas implementadas en las operaciones de prevención y mitigación de impactos negativos potenciales o reconocidos en las comunidades locales (Core GRI 3.1) | | No | | No aplica. | La naturaleza del negocio de Citi no tiene impactos directos negativos en el bienestar de las comunidades locales. |
| PR00 | Reponsabilidad sobre productos | | | | | |
| Seguridad y salud del consumidor | | | | | | |
| PR1 | Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en los que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a estos procedimientos de evaluación. | | No | | No aplica. | No reportamos este indicador por que no está relacionado con el negocio. |
| PR2 | Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | | No | | No aplica. | No reportamos este indicador por que no está relacionado con el negocio. |
| Etiquetado de productos y servicios | | | | | | |
| PR3 | Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a estos requerimientos informativos. | Bienestar de nuestros clientes (Mejora continua en el servicio de atención al cliente, Servicio de Atención e Información al Cliente SAC. Pag. 93) | Sí | | | |

| GRI | Descripción | Referencia Comentario | Reportado | Si aplica, indique la parte no reportada | Razón de la Omisión | Explicación |
|-----------------------------|--|--|-----------|--|---------------------|--|
| PR4 | Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | Cero | Sí | | | |
| PR5 | Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente. | Bienestar de nuestros clientes (Midiendo la satisfacción, Gestión de quejas y reclamos, Desempeño del SAC. Pag.93). | Sí | | | |
| Comunicaciones de marketing | | | | | | |
| PR6 | Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios. | Cero | Sí | | | |
| PR7 | Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | Cero. | Sí | | No aplica. | No reportamos este indicador por que no está relacionado con el negocio. |
| Privacidad del cliente | | | | | | |
| PR8 | Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes. | Al cierre del informe existe un proceso sin embargo la decisión final no ha sido tomada. Se encuentra en discusión. | Sí | | | |
| PR9 | Costo de aquellas multas significativas, fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización. | Cero. | Sí | | | |

Suplemento del Sector de Servicios Financieros

| | | | | | | |
|------------|---|--|----|--|------------|---|
| FS1 | Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas del negocio. | Nuestras prioridades de sostenibilidad (Pag. 27), Inclusión financiera (Pag. 36 -37) Educación financiera (Pag.39 -40) Productos y servicios para el desarrollo sostenible (Pag.41 - 42) | Sí | | No aplica. | No reportamos este indicador por que no está relacionado con el negocio. |
| FS2 | Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a los riesgos ambientales y sociales | Finanzas responsables (ESRM). Pag. 29 | Sí | | | |
| FS3 | Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con el cliente. | Finanzas responsables (ESRM). Pag. 29 | Sí | | | Citi en Colombia realiza una revision anual en la que cada cliente crediticio debe tener, debe incluirse una mención al respecto de su situacion en torno a environmental risk. |
| FS4 | Procesos para mejorar la competencia de la pantalla a la hora de implementar políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas del negocio. | Finanzas responsables (ESRM). Pag. 29 | Sí | | | Dentro del proceso de capacitacion general se incluyen todos los spectos relacionados con la políticas de riesgo socioambiental y la de prevención de lavado de dinero. |
| FS5 | Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente. | Finanzas responsables (ESRM) (Pag. 29) Productos y servicios para el desarrollo sostenible. (Pag. 41 - 42) | Sí | | No aplica. | No reportamos este indicador por que no está relacionado con el negocio. |

Portafolio de productos

| | | | | | | |
|------------|---|--|----|--|----------------------------------|--|
| FS6 | Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, PYME, microempresa) y sector. | | No | | No esta disponible. | Actualmente no contamos con la metodología para reportar este indicador pero estamos estudiando la posibilidad de medirlo en los informes futuros. |
| FS7 | Valor monetario de los productos y servicios de los productos diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos. | | No | | Esta información es estratégica. | No se cuenta con esta información, ya que la información es considerada como información privada. |
| FS8 | Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos. | | No | | No es material. | La estrategia de negocio de Citi Colombia no esta enfocada en la oferta de productos ambientales. |

Auditoría

| | | | | | | |
|------------|--|---|----|--|--|--|
| FS9 | Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procesos de evaluación de riesgos. | Citi en Colombia realiza una revision anual en la que cada cliente crediticio debe tener, debe incluirse una mención al respecto de su situacion en torno al riesgo ambiental. Ademas la política de ESRM indica el proceso y la frecuencia de las auditorías para casos específicos. | Sí | | | |
|------------|--|---|----|--|--|--|

Suplemento del Sector de Servicios Financieros

Propiedad Activa

| | | | | | | |
|-------------|--|--|----|--|---|--|
| FS10 | Porcentaje y número de compañías en la cartera y con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales. | | No | | No está disponible. | Todas las empresa que reciben préstamos de un monto significativo, son evaluadas en relación a los impactos ambientales y so |
| FS11 | Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental. | | No | | Esta informacion es considerada confidencial. | |
| FS12 | Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales y ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto. | | No | | No es material | Citi en Colombia no tiene derecho a voto en ninguna entidad. |

Comunidad

| | | | | | | |
|-------------|---|---|----|--|--|--|
| FS13 | Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos. | Inclusión financiera (Corresponsales no bancarios, Microfinanza. Pag. 36 - 38) | Sí | | | |
| FS14 | Iniciativa para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros. | Inclusión financiera (Corresponsales no bancarios, Microfinanzas. Pag 36 - 37) | Sí | | | |

Comunicación de Productos y Servicios

| | | | | | | |
|-------------|--|--|----|--|--|--|
| FS15 | Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros de manera razonable y justa. | Finanzas responsables. (Pag.29 - 31) Productos y servicios para el desarrollo sostenible. (Pag.42) | Sí | | | |
| FS16 | Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario. | Educación financiera. (Pag 75) | Sí | | | |





www.citi.com.co