



Relatório de Sustentabilidade 2014

**100 ANOS
NO BRASIL**





AGÊNCIA SÃO PAULO, 1920

A história do Citi no Brasil

O Citi completa 100 anos de presença no Brasil em 2015, sendo um dos bancos com maior tempo de operação no país. Trabalhou com famílias que iniciaram a industrialização, multinacionais que impulsionaram a economia e financiou grandes projetos de infraestrutura, como hidrelétricas, aeroportos, estradas, metrô e telecomunicações.



PRIMEIRA EQUIPE DE SÃO PAULO (1915)



ENTRADA DA AGÊNCIA DO RIO DE JANEIRO (1930)



1915

1920

1930

1940

1915 Citi chega ao Brasil, com agências no Rio de Janeiro, São Paulo e em Santos.

1916 Inaugura agência em Salvador para dar suporte no crescimento dos negócios de cacau e tabaco.

1919 Abre agência em Recife, onde atua como um dos principais agentes de câmbio e da exportação de açúcar.

Inaugura agência em Porto Alegre.

1930 Citi reforça a parceria com o Brasil por meio de empréstimos internacionais, colaborando para



PRIMEIRA ORDEM DE PAGAMENTO (1914)

a criação da Companhia Siderúrgica Nacional (CSN), em Volta Redonda, e da Fábrica Nacional de Motores (RJ), em Duque de Caxias (RJ).

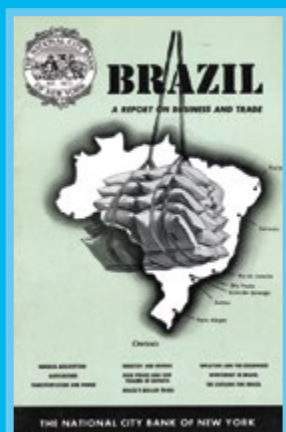
Incentiva os clientes a abrir contas-correntes e adotar o uso de cheques. Inaugura nova sede em São Paulo, na Praça Antônio Prado.

1935 Inaugura o Citibank Club, destinado aos funcionários.

1940 Inaugura o Quarter Century Club, que reconhece funcionários que completam 25 anos de trabalho no Citi.

1950 Realiza o primeiro empréstimo em moeda estrangeira para as Indústrias Reunidas Fábricas Matarazzo (IRFM), na época o mais importante grupo empresarial do Brasil.

1958 Citi participa de empréstimo de US\$ 158 milhões para o país.



RELATÓRIO SOBRE O BRASIL (1950)



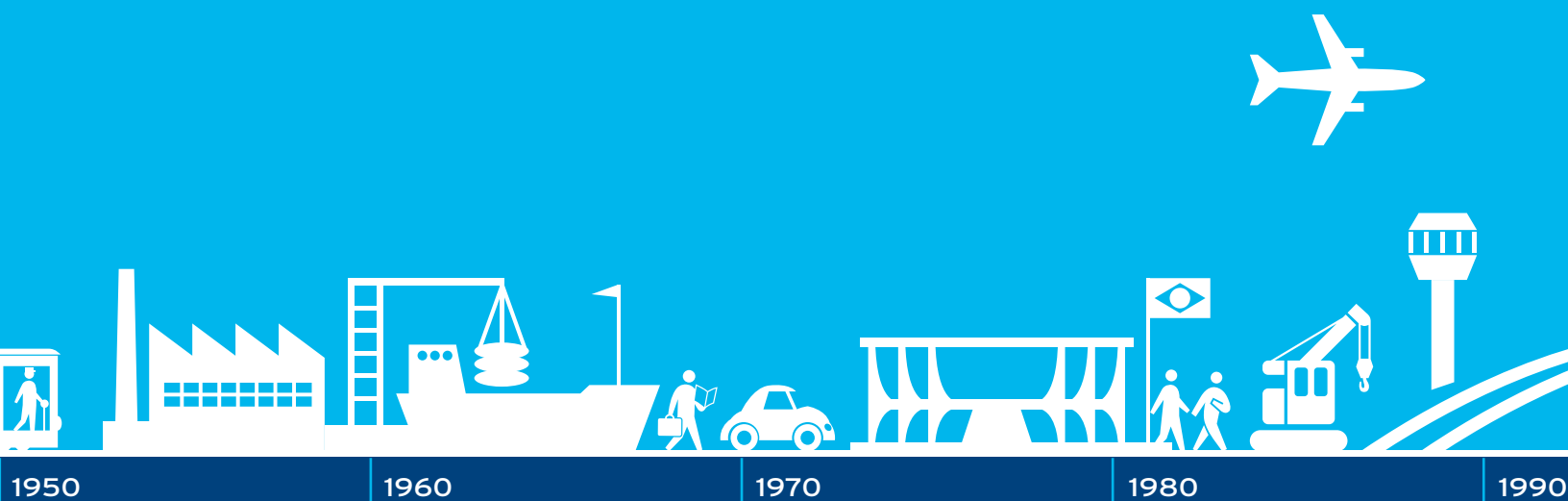
FUNCIONÁRIOS DO RIO DE JANEIRO (1963)



EQUIPE DO BANCO NA BAHIA (1965)



ANÚNCIO REÚNE EQUIPE PAULISTA (1972)



1959 Abertas agências em Curitiba e Belo Horizonte.

1961 Inauguradas agências em Campinas e Brasília.

1967 Em conjunto com outros nove bancos, o Citi funda o Banco de Investimento e Desenvolvimento Industrial, S.A. (Investbanco), um banco brasileiro de desenvolvimento.

1968 As operações bancárias tornam-se automatizadas nas agências do Brasil.

1970 Citi lança o primeiro programa de *trainees* no Brasil. Em parceria com o US Export-Import

Bank, financia US\$ 1 bilhão para a malha rodoviária de São Paulo.

1971 Faz parcerias com dois bancos brasileiros – Itaú e Unibanco – para fundar a Credicard.

1974 Financia a construção da Ponte Rio-Niterói e da Rodovia dos Imigrantes.

1975 Financia a obra da Usina de Itaipu, na fronteira entre Brasil e Paraguai.

1981 Citi compra o Diners no Brasil.

1983 Inaugura uma nova sede no Rio de Janeiro, na Rua da Assembleia.

1987 As operações brasileiras passam a ser coordenadas a partir do Citi Center, em São Paulo. Projeto do arquiteto Gian Carlo Gasperini, o prédio torna-se um ícone na Avenida Paulista, com fachada em granito e vidros azuis.

1988 Citi abre o primeiro *private banking* do Brasil.

1994 William Rhodes, do Citi, lidera o comitê credor que finaliza acordo para refinarar US\$ 49 bilhões da dívida externa do Brasil. A negociação, iniciada em 1982, é interpretada como o fim da crise da dívida soberana da nação. Lançado o Citicard International, primeiro cartão do mercado brasileiro a permitir saque internacional.

100 ANOS NO BRASIL



2000

2010

2015

1997 Citi participa da privatização da Companhia Vale do Rio Doce.

1998 Banco integra consórcio que empresta cerca de US\$ 1 bilhão para a Light a fim de financiar a aquisição da Eletropaulo Metropolitana em leilão de privatização.

2004 Citi, Itaú e Unibanco anunciam a reestruturação societária do grupo Credicard, incluindo a compra, pelo Citi e pelo Itaú, da participação do Unibanco no negócio de emissão de cartões.

2005 Citi e Itaú anunciam acordo para dividir igualmente os ativos da Credicard.

2006 Inaugura corretora de valores mobiliários para clientes institucionais.

2008 Citi fecha acordo para a aquisição da Intra S.A. Corretora de Câmbio e Valores, uma das dez maiores corretoras independentes do Brasil.

2010 A Intra Corretora passa a se chamar Citi Corretora.

Citi e Elavon estabelecem uma *joint venture* para criar uma empresa de serviços de soluções de pagamento.

2012 Citi completa 200 anos de fundação.

2013 Citi vende as operações da Credicard, reforçando ainda mais o foco em clientes do segmento *premium*.

Inaugura, no Rio de Janeiro, a primeira agência *flagship* do Banco na América Latina.

2014 Primeira *flagship* de São Paulo é inaugurada na Avenida Nova Faria Lima, sendo considerada uma das mais modernas e bonitas agências bancárias em todo o mundo.

Missão do Citi

GRI G4-56

Impulsionar o progresso

O Citi trabalha de forma incansável para servir a indivíduos, comunidades, instituições e nações. Com mais de 200 anos de experiência em enfrentar os desafios mais árduos do mundo e aproveitar as maiores oportunidades, estamos empenhados em obter os melhores resultados para os nossos clientes, com soluções financeiras que sejam simples, criativas e responsáveis. Uma instituição que conecta mais de mil cidades, 160 países e milhões de pessoas – somos o seu banco global, somos o Citi.

Quatro princípios-chave

Os valores que nos guiam enquanto realizamos nossa missão são:

Propósito Comum

Uma equipe com uma meta: servir nossos clientes e *stakeholders*.

Finanças Responsáveis

Conduta que seja transparente, prudente e de confiança.

Engenhosidade

Melhorar a vida dos nossos clientes por meio de inovações que aproveitem a dimensão e a profundidade de nossas informações, da nossa rede global e dos nossos produtos de classe mundial.

Liderança

Pessoas talentosas, com o melhor treinamento, que prosperam em uma meritocracia diversa, que exige excelência, iniciativa e coragem.

Índice

4 Apresentação do relatório

6 Mensagem do presidente

8 Perfil

10 Citi Brasil em números

12 Estratégia e gestão

16 Governança

19 Finanças responsáveis

29 Avanços na gestão socioambiental

33 Talentos

39 Indicadores complementares

43 Sumário de conteúdo GRI

49 Expediente



Apresentação do Relatório

Para manter a transparência com seus públicos de relacionamento sobre compromissos, premissas e desempenho, o Citi Brasil apresenta seu Relatório de Sustentabilidade 2014, que foi desenvolvido com base nas diretrizes G4 da Global Reporting Initiative (GRI), utilizadas pela primeira vez pelo Banco. Nos anos anteriores, desde 2011, os relatórios da Organização basearam-se nas versões G3 e G3.1.

O conteúdo compreende o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2014 e engloba as atividades em todas as unidades de negócios no país : Banco Citibank S.A.; Citibank Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S.A.; Citibank Leasing S.A. - Arrendamento Mercantil; Citigroup Global Markets Brasil, Corretora de Câmbio, Títulos e Valores Mobiliários S.A; e Citibank, N.A. (filial brasileira). [GRI G4-28, G4-17](#)

Os indicadores abordados focam a gestão de cada aspecto avaliado como relevante e de maior impacto para a Organização e seus *stakeholders*. O Relatório de Sustentabilidade é submetido à aprovação formal do presidente do Citi no Brasil. [GRI G4-48](#)

INSTRUMENTO DE GESTÃO

Por estabelecer um padrão e permitir a comparabilidade entre empresas de todo o mundo, as diretrizes GRI fazem do relatório uma ferramenta de gestão, por meio da qual é possível identificar as melhores práticas para mitigar os impactos do negócio e contribuir para o desenvolvimento sustentado das organizações.

TEMAS RELEVANTES

GRI G4-19, G4-27

Temas materiais	Limites e impactos	
	Dentro do banco GRI G4-20	Fora do banco GRI G4-21
Finanças responsáveis		
Atendimento/satisfação do cliente	Todas as áreas de negócios	Clientes e órgãos reguladores
Desempenho econômico	Colaboradores	Acionistas, clientes, órgãos reguladores, fornecedores, governo e sociedade
Ética e integridade	Todas as áreas de negócios, colaboradores	Acionistas, clientes, órgãos reguladores, fornecedores, governo e sociedade
Suitability/Educação financeira	Colaboradores	Clientes e sociedade
Desenvolvimento local	–	Sociedade
Avanços na gestão socioambiental		
Gestão de riscos socioambientais	Todas as áreas de negócios	Clientes, órgãos reguladores, fornecedores e sociedade
Emissões atmosféricas	Todas as áreas de negócios, colaboradores	Clientes, órgãos reguladores, fornecedores e sociedade
Consumo de energia e água	Todas as áreas de negócios, colaboradores	Clientes, órgãos reguladores, fornecedores e sociedade
Talentos		
Meritocracia	Colaboradores	
Diversidade	Colaboradores	
Desenvolvimento	Colaboradores	

Conteúdo GRI G4-18

A definição do conteúdo do documento foi baseada na identificação de temas mais relevantes para a sustentabilidade do Citi Brasil. Esse processo constou de entrevistas com todas as áreas que mantêm relacionamento com os públicos estratégicos para levantar principais assuntos e preocupações expressos por intermédio dos diferentes canais de contato permanente mantidos pela Organização, incluindo dúvidas, sugestões e reclamações. A definição desses públicos ocorreu a partir de reflexão interna que considerou o envolvimento direto nas operações do Banco (funcionários, clientes, fornecedores e órgãos reguladores) ou o impacto direto e indireto decorrente da atuação, caso de comunidades.

As áreas envolvidas no levantamento de percepções de partes interessadas foram: Centrais de Relacionamento Citiphone e Citi Service, rede de agências, plataformas Corporate e Citi

Commercial Bank, Marketing e Canais Digitais (clientes); Ouvidoria (clientes e sociedade); Recursos Humanos – pesquisa *Voice of the Employee Survey* 2014 (funcionários); *Procurement* (fornecedores); e Assuntos Corporativos e Sustentabilidade (comunidades).

A identificação de temas relevantes levou também em consideração a estratégia global do Citi e a orientação específica para os negócios do Banco no Brasil. Foram ainda analisados aspectos definidos como materiais por outras empresas financeiras no Brasil, assim como questões abordadas em pesquisa global realizada pela GRI com públicos do setor de serviços financeiros (*Sustainability Topics – What the Stakeholders Want to Know*).

Adicionalmente, os temas selecionados consideram o estabelecimento ao longo de 2015 da Política de Responsabilidade Socioambiental (PRSA) por parte das

instituições financeiras, exigida pela Resolução nº 4.237 do Banco Central do Brasil e autorregulamentada pela Federação Brasileira de Bancos (Febraban). A partir de 2015, o Relatório de Sustentabilidade será uma das ferramentas de prestação de contas das ações de natureza socioambiental nos negócios e na relação com as partes interessadas.

A priorização dos temas ocorreu durante discussão entre a área de Assuntos Corporativos e Sustentabilidade e os líderes da Organização. Eles alinham os três pilares de sustentabilidade definidos para atuação no país – Finanças Responsáveis, Avanços na Gestão Socioambiental e Talentos – e incluem aspectos transversais, com impactos dentro e fora do Banco: Satisfação do cliente (Atendimento); Desempenho econômico e Eficiência; Ética e integridade; e Desenvolvimento local. GRI G4-19

Mensagem do presidente

GRI G4-1

O realinhamento estratégico que colocamos em prática nos dois últimos anos e que viabilizou transformações de tamanho, escopo e estrutura de nosso negócio, mostrou-se fundamental para que o Citi enfrentasse os desafios de 2014 no Brasil. Focados no cliente, em eficiência operacional, em controles e nos nossos talentos, alcançamos resultados excelentes no sentido de fazer do Banco uma organização mais forte, segura e simples.

Em 2015, completamos 100 anos de atuação no Brasil e reafirmamos a nossa história de parceria com o país. Aqui somos um dos bancos com maior tempo de operação e ao longo da nossa história trabalhamos com famílias que iniciaram a industrialização, operamos com multinacionais que impulsionaram a economia e financiamos grandes projetos de infraestrutura. O país sempre foi e continua sendo um mercado-chave para os planos globais de crescimento do Citi, um Banco que tem a capacidade única de conectar o Brasil ao mundo e o mundo ao Brasil.

O nosso foco em segmentos-alvo, nos quais podemos nos diferenciar e oferecer a melhor proposta de valor para os clientes, permitiu evoluirmos na execução da nossa estratégia no país ao longo de 2014. Seguimos capacitando nossas equipes para proporcionar ao cliente a melhor experiência com o Banco. Também investimos muito em controles, como parte do trabalho de gestão de riscos e prevenção a fraudes, reduzindo perdas e ineficiências. Demos ainda ênfase em formação de líderes, treinando cerca de 700 gestores em um modelo de liderança para o resultado.

Fizemos da ética uma das questões centrais de nossa agenda nos últimos meses. Agir eticamente trata-se de um imperativo cultural que impacta diretamente os nossos resultados. Temos convicção de que a integridade é a moeda por meio da qual ganhamos a confiança de nossos clientes, sendo portanto a nossa licença para fazer negócios. Por isso, o tema em suas diversas vertentes, vem sendo ainda mais

reforçado em todos os níveis da Organização, por meio de comunicações e treinamentos.

Na área de Sustentabilidade, começamos a trabalhar na consolidação de diretrizes e procedimentos internos que comporão a nossa Política de Responsabilidade Socioambiental (PRSA). A construção deste documento, que deve ser publicado em julho de 2015 em atendimento à Resolução nº 4.327 do Banco Central, está sendo totalmente embasada em nossa experiência global e no fato de sermos um dos bancos mais completos do mercado em políticas socioambientais.

Temos trabalhado também para que nossas operações causem cada vez menos impactos socioambientais. A exemplo disso, projetamos a nossa nova agência *flagship*, localizada na Avenida Faria Lima em São Paulo, sob os conceitos de sustentabilidade para construção civil, qualificando-a a receber a certificação Leed Construction Interior concedida

pelo Green Building Council. Estamos atuando ainda na adequação do nosso edifício-sede, na Avenida Paulista, inaugurado em 1986, aos mais modernos padrões construtivos, preparando-o para a certificação Leed Existing Building & Operating Management.

Já nossos investimentos sociais, por meio de repasses da Citi Foundation, têm a missão de transformar, em grande escala, as comunidades ao redor do mundo pelo desenvolvimento econômico. Em 2014, foram investidos R\$ 3 milhões em iniciativas com o objetivo de viabilizar estabilidade financeira de indivíduos de baixa renda, apoiar a criação de empregos e ajudar na construção de comunidades resilientes e bem-sucedidas.

Em 2015, seguimos cumprindo o nosso papel de apoiar o progresso econômico dos nossos clientes, das comunidades nas quais estamos presentes e do país. A perspectiva é que seja um ano de muitos desafios, mas temos a convicção de que, estando próximos dos clientes e entendendo as suas necessidades, seguindo nossa estratégia, seremos capazes de identificar grandes oportunidades.



“Focados no cliente, em eficiência operacional, em controles e nos nossos talentos, alcançamos resultados excelentes no sentido de fazer do Banco uma organização mais forte, segura e simples.”

Hélio Magalhães

Presidente do Citi Brasil

Perfil

Presença em
1.000
cidades

200
milhões
de contas
de clientes

241
mil
funcionários

Banco global, o Citi é a instituição financeira com maior presença no mundo. Mantém negócios em cerca de 160 países e 1.000 cidades, disponibiliza mais de 8,5 mil pontos de atendimento, possui 200 milhões de contas de clientes e emprega mais de 241 mil pessoas. Disponibiliza para pessoas, corporações, governos e instituições uma ampla variedade de produtos e serviços financeiros, incluindo serviços bancários e de crédito ao consumidor, serviços bancários corporativos e de investimento e corretagem de valores. GRI G4-3, G4-6

No Brasil, o Banco completa 100 anos atuação em 2015, com a marca de 71 agências,

em 25 cidades, 400 mil contas de clientes pessoas física e jurídica, 1 milhão de cartões de crédito emitidos e 5,7 mil funcionários. Comprometido com o desenvolvimento do país e dos seus negócios, contribui com o progresso por meio de sua presença nas maiores cidades das Regiões Sudeste, Sul, Nordeste e Centro-Oeste. GRI G4-4, G4-8

Com sede em São Paulo (SP), o Banco Citibank S/A no Brasil é uma empresa de capital fechado. A operação brasileira registrou, em 2014, R\$ 60,8 bilhões de ativos totais, R\$ 6,7 bilhões de patrimônio líquido e R\$ 124,7 milhões de lucro líquido. No mundo, a receita total do Citigroup

em 2014 atingiu US\$ 76,9 bilhões, e o lucro líquido foi de US\$ 7,3 bilhões. GRI G4-5, G4-7, G4-9

Solidez

As regras globais sobre capital e liquidez dos bancos, chamadas de Basileia III, determinam que as instituições financeiras tenham um mínimo de 6,0% do chamado capital de Tier 1 – ações, lucros retidos, instrumentos de capital e dívida –, índice determinado por regras válidas entre janeiro de 2013 e janeiro de 2015. No encerramento de 2014, o Tier 1 da operação global do Citi foi de 10,5% e no Brasil, onde a regulamentação do Banco Central exige um mínimo de 11%, foi de 14,7%.

SEGMENTOS DE NEGÓCIO GRI G4-4

Corporate and Investment Bank

O Citi oferece uma abrangente cobertura global de relacionamento para garantir o melhor serviço e capacidade de resposta aos clientes corporativos. Com a sua forte presença em muitos países, o Banco usa sua experiência no país, no setor e em produtos para entregar suas capacidades globais aos clientes onde quer que eles escolham competir.

Commercial Bank

O segmento é um facilitador para a expansão de médias e grandes empresas e um importante parceiro para que essas organizações continuem a aumentar o seu alcance em todos os principais centros urbanos ao redor do mundo. Com uma equipe altamente qualificada e oferecendo produtos de classe mundial, viabiliza acesso a capital em diversos países e a expansão internacional de muitos de seus clientes.

Consumer Bank

Nas cidades que crescem mais rapidamente ao redor do mundo, o Citi oferece serviços bancários completos à pessoas físicas, que incluem contas correntes, investimentos, financiamentos e seguros, com benefícios de sua capacidade global única. No Brasil, emite e comercializa cartões com as bandeiras Visa, Mastercard e Diners, sendo emissor exclusivo desta última.

Private Bank

O Citi opera um dos maiores Private Banking do mundo, tendo a capacidade de ver e aproveitar oportunidades para os clientes nas maiores economias. Oferece uma abrangente gama de serviços e produtos desde gestão de caixa, empréstimos, estratégias de investimento e gestão de fortunas, apoiando a pessoas físicas e famílias no gerenciamento, preservação e ampliação de grandes patrimônios.

Markets and Securities Services

Oferece uma ampla gama de produtos e serviços financeiros que visa a atender às necessidades de clientes diversos como empresas, investidores e intermediários. O Citi é um banco de ponta em tecnologia, produtos e relacionamento com esses clientes. A força do negócio está em oferecer uma grande variedade de ativos financeiros, tais como moedas, juros, ações, commodities e crédito. A área de Custódia e Serviços ao Investidor proporciona soluções customizadas que dão suporte às estratégias de clientes e investidores globais.

Treasury and Trade Solutions

O segmento oferece um conjunto integrado de soluções em gestão de caixa local e internacional, financiamento e serviços de comércio exterior para corporações locais e multinacionais, instituições financeiras e organizações do setor público ao redor do mundo. Possui um portfólio completo de produtos, que vai desde serviços como pagamentos, contas a receber, gestão de liquidez, investimentos e soluções de gerenciamento de capital de giro até financiamentos estruturados.

Citi Foundation

[GRI G4-DMA](#), [G4-EC1](#), [G4-EC7](#), [G4-SOI](#)

Os investimentos sociais do Citi ocorrem por meio da Citi Foundation, que em linha com a missão e a capacidade de negócios do Banco têm como compromisso promover o progresso econômico em comunidades ao redor do mundo, com foco em iniciativas de inclusão financeira.

Para ampliar a sua capacidade de escala e transformação, a fundação, que está sediada nos Estados Unidos, apoia projetos de organizações que têm atuação e conhecimento local e avaliam as necessidades da comunidade para determinar os serviços e benefícios públicos que serão oferecidos.

Os principais objetivos são viabilizar a estabilidade financeira de indivíduos de baixa renda, apoiar a criação de empregos e ajudar na construção de comunidades resilientes e bem-sucedidas. Todos os projetos apoiados passam por processos globais de seleção, com avaliação semestral e anual executada pelo Citi e pela Citi Foundation.

Em 2014, a Citi Foundation destinou R\$ 2,6 milhões para investimentos sociais no Brasil e o Citi, diretamente R\$ 400 mil. A ênfase foi o apoio a projetos de Microfinanças, Educação Financeira, Empreendedorismo e Formação de Jovens.

As principais cidades beneficiadas foram Rio de Janeiro e São Paulo, com 70% dos projetos. Foram realizadas também ações em Belo Horizonte, Brasília, Porto Alegre, Recife, Curitiba e Salvador. Os cinco maiores investimentos tiveram valor médio de R\$ 520 mil e duração de um ano.

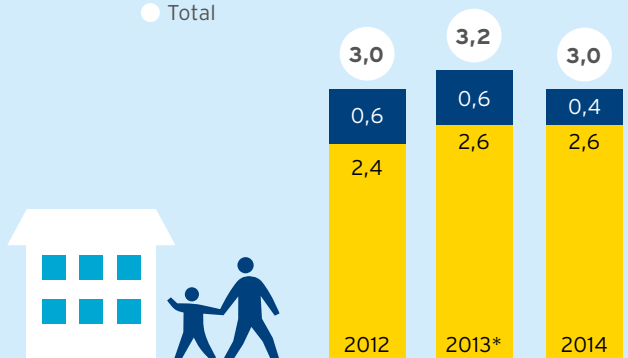
Os principais parceiros são a Seep Networks, Aliança Empreendedora, Fundação Getúlio Vargas, Fundação Capital, Trust for the Americas e AEF-Brasil.

Em 2014, os destaques foram novos projetos de educação financeira direcionados a beneficiárias do Bolsa Família e aposentados de baixa renda, realizados em conjunto com a Associação de Educação Financeira do Brasil (AEF-Brasil) e com a Fundação Capital. *(Mais informações nas páginas 23 e 24)*

Citi Brasil em números

Investimento social R\$ milhões

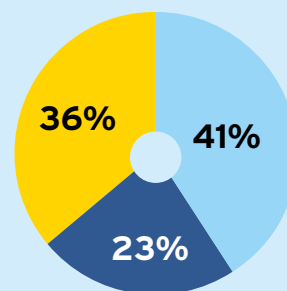
● Banco
● Citi Foundation
● Total



* O dado de 2013 foi revisado GRI G4-22

Distribuição do portfólio Citi Foundation em 2014

● Microfinanças
● Empreendedorismo
● Educação financeira



5 Programas
patrocinados pela Citi
Foundation em 2014

Principais resultados do investimento social

10

10

Pequenas empresas com iniciativas inovadoras, que integram desenvolvimento local à atuação empresarial selecionadas pelo Programa Inovação e Sustentabilidade na Cadeia de Valor

3 mil

Beneficiárias do Bolsa Família e aposentados impactados no processo de desenvolvimento de duas novas tecnologias de educação financeira pelo programa Educação Financeira de Adultos

5 mil

Jovens e adultos inscritos no Cadastro Único do governo federal em dez municípios atingidos por teste de ferramenta de educação financeira baseada em *tablet* pelo programa Educação Financeira Cidadã

69

Instituições de microfinanças beneficiadas pelo Programa de Fortalecimento de Redes de Microfinanças

694

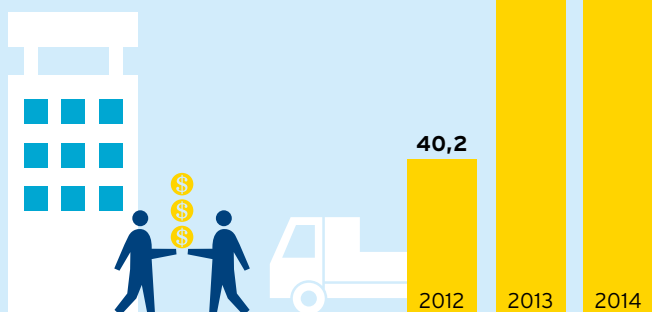
Microempreendedores inscreveram-se no Prêmio Citi Melhores Microempreendimentos 2014

100

Jovens com deficiência beneficiados com novo centro de tecnologia digital inaugurado em Brasília pelo programa Poeta

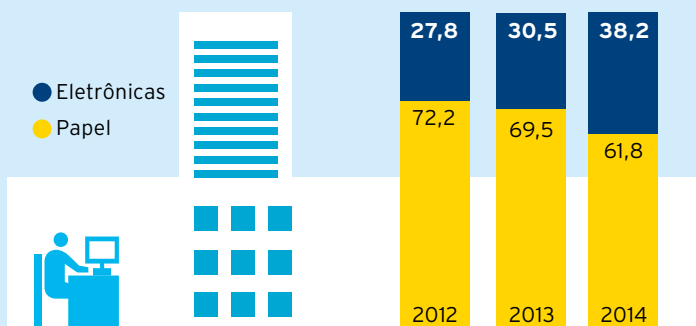


Microcrédito R\$ milhões



Mais faturas eletrônicas Cartão de crédito - em %

● Eletrônicas
● Papel



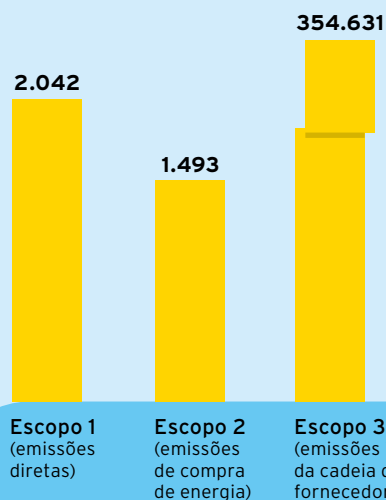
FINANÇAS INCLUSIVAS - O Citi realiza microcrédito no Brasil por meio de repasses de recursos para o Banco do Nordeste, Banrisul e banco cooperativo Sicredi

MENOS PAPEL - Em 2014, 38,2% das faturas de cartão de crédito foram entregues aos clientes por e-mail, avanço de 7,7 pontos percentuais em comparação a 2013. A medida economiza papel para a emissão dos demonstrativos, além de custos e tempo para a remessa pelo correio. Em 2011, quando o sistema entrou em operação, essa proporção era de 17,8%.

Emissões de gases de efeito estufa (GEE)

Toneladas de CO₂e - 2014

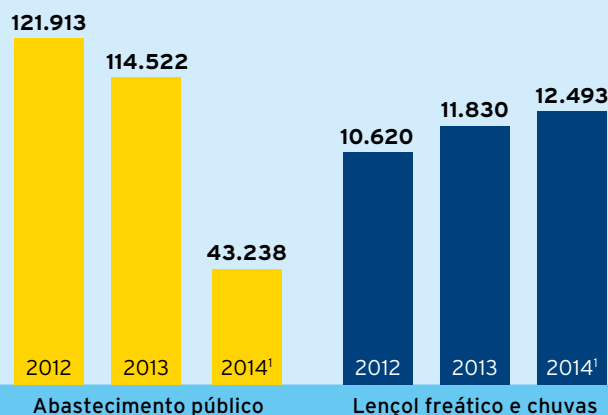
GRI G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17



APERFEIÇOAMENTO - O Citi calcula as emissões de gases de efeito estufa com base na metodologia GHG Protocol, que mantém o maior banco de dados do mundo sobre esse tema. O programa é uma iniciativa voluntária que incentiva a publicação de inventários e a consequente gestão e redução dessas emissões. A cada ano, o Citi aperfeiçoa o seu inventário, incluindo o levantamento de novas fontes diretas e indiretas.

Consumo de água

m³ GRI G4-EN8

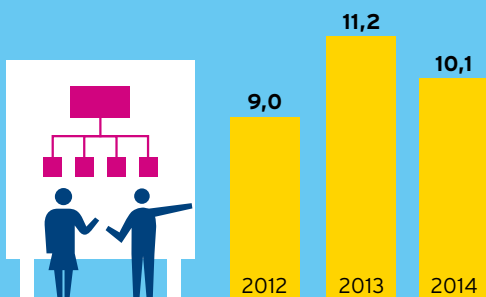


¹ A redução de consumo reflete a consolidação de sites durante o ano.

REÚSO E REAPROVEITAMENTO - Foram captados 12.493 m³ de água do sistema próprio de coleta e tratamento de água do lençol freático e chuvas na sede administrativa, em São Paulo. O volume correspondeu a 22,4% do total consumido pelo Banco no ano. GRI G4-EN10

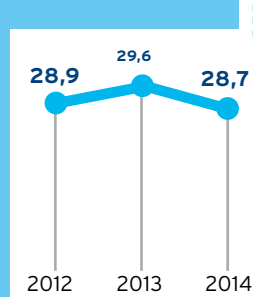
Investimento em educação corporativa

R\$ milhões



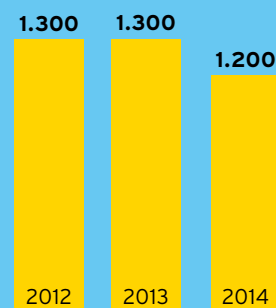
Treinamento

Em horas - por funcionário



Número de voluntários

Dia Global da Comunidade



11

CITI BRASIL RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2014

Participantes dos programas de inclusão e diversidade

6,9% dos funcionários têm idade acima de 50 anos

6 aprendizes contratados em 2014 no programa Jovem Aprendiz com Deficiência

33 pessoas com deficiência contratadas em 2014, 245 PcDs na organização, entre funcionários próprios e jovens aprendizes

30 vagas de estágio por ano para alunos da Universidade Zumbi dos Palmares

42 pessoas com deficiência intelectual integravam o Projeto Somar em 2014



Estratégia e gestão

Crescimento de longo prazo GRI G4-DMA

O desenvolvimento, a aprovação e a atualização do propósito, declaração de missão, visão e valores do Citi são definidos em âmbito global. Já a deliberação de estratégias, políticas e metas relacionadas a impactos econômicos, ambientais e sociais da Organização ocorre de forma global e local. [GRI G4-42](#)

O Banco foca sua atuação nos segmentos de mercado nos quais apresenta diferenciais competitivos e uma proposta de valor superior para os clientes. Para pessoas físicas, por exemplo, concentra a oferta de serviços e produtos no segmento *premium*, oferecendo a praticidade de um banco global. Para pessoas jurídicas de médio e grande porte combina, por sua vez, as vantagens da presença internacional e da experiência no mercado brasileiro, onde completa 100 anos em 2015.

O alcance global e a experiência do Citi permitem posicionar estrategicamente os negócios para aproveitar as vantagens representadas por três megatendências de longo prazo:

Globalização

A rede global do Citi, em mais de 160 países, representa importante diferencial traduzido em presença forte e duradoura nos mercados emergentes. Para os clientes, essa condição proporciona acesso às economias em expansão e ao fluxo crescente de negócios entre elas.

Urbanização

Quase dois terços da população mundial viverá em grandes cidades em 2030. O Citi decidiu priorizar negócios em 150 cidades-chaves do mundo, que concentram 50% do Produto Interno Bruto (PIB) global. Isso possibilitará ao Banco a realização dos anseios dos seus cidadãos e o desenvolvimento local.

Digitalização

O ambiente digital faz parte da visão de futuro do Citi, que deseja atender o cliente de forma cada vez mais eficiente, segura, transparente e simples, estando onde ele está, em qualquer lugar do mundo. Realidade para clientes Citi, o *mobile banking*, por exemplo, tem a capacidade de disseminar a inclusão financeira e reduzir a dependência de agências físicas.

Atuação é focada em mercados nos quais o Banco apresenta vantagens competitivas e proposta de valor superior para os clientes.



Unidades inovam no conceito de relacionamento, com uma proposta diferenciada, moderna e sofisticada

Agências inteligentes

A aplicação prática das megatendências – globalização, urbanização e digitalização – é o conceito de agência bancária inteligente, baseada em tecnologia digital, traduzido em *smart branches* que oferecem um modelo de relacionamento diferenciado com os clientes. As primeiras agências do Citibank na América Latina com esse conceito foram inauguradas em 2013 no Rio de Janeiro, em Ipanema e, logo depois, na Gávea.

Em 2014, o novo conceito chegou a São Paulo no padrão de *flagship* (um dos tipos de *smart branch*), em um dos pontos mais nobres e de visibilidade da cidade, na Avenida Faria Lima. A *flagship* oferece serviços de *concierge*, *wi-fi* e *tablets* com explicações detalhadas dos

produtos e serviços. Toda a comunicação se dá no formato digital, sem folhetos em papel, que foram substituídos por telões interativos com detalhes dos produtos e serviços do Citi.

Ambientes diferenciados e inovadores no conceito de relacionamento, essas agências contam com salas privativas de atendimento e um espaço onde os clientes têm à disposição uma mesa interativa e podem consultar informações sobre produtos e serviços, pesquisar benefícios oferecidos pelo Programa Citi Privileges e até escolher e solicitar um café. Incluem salas para videoconferências, aproximando o cliente de profissionais capacitados a orientá-lo e aconselhá-lo na escolha de diversos produtos e serviços, incluindo investimentos e seguros.

A *flagship* Nova Faria Lima diferencia-se ainda pela arquitetura. As obras do prédio cumpriram todos os requisitos para receber a Certificação Leed, concedida pela Green Building Council Brasil às edificações que seguem os princípios de sustentabilidade para a construção civil (*mais informações na página 33*).

Em janeiro de 2015, o conceito foi ampliado para mais duas agências: a da Avenida Paulista, em São Paulo, no edifício-sede do Banco no Brasil e a da Rua da Assembleia, no Rio de Janeiro. A entrega desse novo padrão de agências está totalmente alinhada à estratégia do Consumer e firma ainda mais o compromisso de o Citi se tornar o banco que presta o melhor serviço no país.



Visão de sustentabilidade GRI G4-DMA

As iniciativas de sustentabilidade do Citi estão incorporadas à maneira como o Banco faz negócios. Abrangem tanto a forma como orienta os clientes para que apliquem seus recursos de forma responsável, como os esforços para reduzir o impacto ambiental de suas operações e a revisão criteriosa de eventuais resultados socioambientais de seus produtos e serviços e dos projetos que financia.

A gestão da sustentabilidade é apoiada em três pilares:

1 Finanças Responsáveis

Produtos e serviços que criam valor econômico e servem aos interesses dos clientes por meio de ações sistemicamente responsáveis.

2 Avanços na Gestão Socioambiental

Processos para o gerenciamento de risco socioambiental nas operações com os clientes e com os fornecedores e nas ações de ecoeficiência.

3 Talentos

Iniciativas de desenvolvimento de pessoas para dar suporte à operação e reconhecimento pelo desempenho.

Em 2014, o Citi passou a trabalhar na consolidação de diretrizes e procedimentos internos que comporão a sua Política de Responsabilidade Socioambiental (PRSA). O processo atende à Resolução nº 4.327, do Banco Central, que dispõe sobre os critérios a serem observados pelas instituições financeiras no estabelecimento e na implementação da PRSA. A PRSA é um conjunto de princípios e diretrizes que norteiam as ações de natureza socioambiental nos negócios e na relação com as partes interessadas.

Engajamento de partes interessadas GRI G4-DMA

GRI G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

Os públicos de relacionamento considerados prioritários para engajamento pelo Citi são funcionários, clientes, fornecedores, comunidades e órgãos reguladores, por sua relevância e identificação com os três pilares da estratégia de sustentabilidade do Banco – Finanças Responsáveis, Avanços na Gestão Socioambiental e Talentos.

Com funcionários, o principal canal para identificar expectativas e preocupações é a pesquisa anual *Voice of the Employee* (VOE), que tem o intuito de constatar as impressões em relação a temas como meritocracia, promoção

por competências e desempenho, inovação e mudanças, condições de trabalho e produtividade e liderança. Os resultados orientam programas de desenvolvimento de carreira, medidas de promoção interna, de reconhecimento de mérito, qualidade de vida e diversidade que são executados com o apoio da área de Recursos Humanos.

Clientes

O engajamento com os clientes ocorre no dia a dia das operações, com o apoio dos diferentes canais de relacionamento, como atendimento prestado

pelos gerentes de relacionamento nas agências e plataformas, Citiphone, CitiService, canais digitais (Internet e *Mobile Banking*) e Ouvidoria. Em todos os segmentos de negócios, a ênfase em 2014 foi detectar as necessidades dos clientes e customizar atendimento e oferta de produtos e serviços, de forma a aprimorar ainda mais a excelência nesse relacionamento.

Órgãos reguladores e de defesa do consumidor, a exemplo do Procon, também são contatados para identificar demandas específicas, como educação financeira, risco de

superendividamento e portabilidade de contas e aplicações financeiras. Em conjunto com a Febraban, o Citi promove materiais educativos e mutirões de atendimento a endividados, entre outras medidas.

Os fornecedores contam com atendimento da área de *Procurement* de forma presencial, por telefone ou e-mail, pelo qual são recebidas sugestões ou reclamações. As demandas desse público vêm motivando a melhoria do processo de seleção e contratação, contemplando a aderência à Declaração de Princípios de Fornecedores do Citi.

Impactados direta e indiretamente pela atuação do Banco, membros das comunidades são engajados especialmente por meio de projetos apoiados pela Citi Foundation. As iniciativas são promovidas por entidades parceiras que determinam os serviços e benefícios públicos que serão oferecidos e acompanhados pela área de Assuntos Corporativos e Sustentabilidade do Banco. [GRI G4-SOI](#)

Os principais objetivos dos projetos são viabilizar estabilidade financeira

de indivíduos de baixa renda, apoiar a criação de empregos e ajudar na construção de comunidades resilientes e bem-sucedidas. [GRI G4-DMA](#)

Entidades

Temas de interesse do setor, bem como autorregulações, acordos voluntários e adesão a boas práticas são discutidos em entidades representativas das instituições financeiras, como Federação Brasileira de Bancos (Febraban), Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs) e Associação Brasileira de Bancos Internacionais (Abbi), nas quais representantes do Citi ocupam cargos no Conselho ou na Diretoria e integram diferentes comissões. Assuntos críticos de negócios, principalmente que impactam a relação comercial Brasil-Estados Unidos, são discutidos em fóruns do Brazil US Business Council e da Câmara Americana de Comércio (AmCham), entidades que têm representação do Citi no Conselho. [GRI G4-16](#)

Reconhecimentos

GESTÃO DE CIDADANIA Menção especial concedida pelo Prêmio de Excelência Corporativa, da Secretaria de Estado Americano, pela Gestão de Cidadania e Sustentabilidade no Brasil.

SERVIÇOS DIFERENCIADOS Melhor Banco pelo segundo ano consecutivo no *ranking* Exame IBRC (Instituto Ibero-Brasileiro de Relacionamento com o Cliente) de atendimento ao cliente. Sétimo lugar no *ranking* geral, subindo duas posições em relação a 2013.

INCLUSÃO Segundo lugar no prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência, da Secretaria Estadual dos Direitos da Pessoa com Deficiência, do governo do Estado de São Paulo.

RANKING ANBIMA 2014 O Citi ficou na primeira posição como custodiante de operações de investidores externos.

DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX O Citigroup foi reconhecido no principal índice de sustentabilidade internacional como First Global Industry Group Sustainability Leader for Diversified Financials.

COMPROMISSOS GLOBAIS [GRI G4-15](#)

- 2000** Publicação do primeiro Relatório Global de Cidadania do Citi.
- 2001** Ingresso no Índice Dow Jones de Sustentabilidade (DJSI), sendo listado todos os anos desde então.

O Banco passa a fazer parte do FTSE4Good Index Series, de destaque em sustentabilidade e integra o índice britânico em todos os anos subsequentes.
- 2003** São criados os Princípios do Equador, nos quais o Citi é líder.

A Organização começa a responder ao Carbon Disclosure Project, o principal banco de dados mundial sobre emissões de gases de efeito estufa (GEE).
- 2006** Lançada a primeira meta corporativa de redução nas emissões de GEE: menos 10% até 2011.
- 2008** O Citi também é líder na criação dos Carbon Principles.
- 2010** Um novo conjunto de metas ambientais promove eficiência, propondo novos desafios até 2015.
- 2011** O objetivo de redução de 10% nas emissões de GEE é superado.
- 2012** O Citi é o pioneiro a ter 200 espaços com Certificação Leed no mundo.
- 2013** É eleito o Banco Mais Verde do Mundo pela revista *Bloomberg*. Com outros bancos de investimentos, anuncia seu suporte aos Green Bond Principles, orientação voluntária para os processos de desenvolvimento e emissão de títulos verdes.
- 2014** Passa a aplicar a versão III dos Princípios do Equador, que contempla um leque mais abrangente de produtos e novas análises de impactos socioambientais não abordados anteriormente, como emissões de gases de efeito estufa.

Governança

O Citi Brasil possui estrutura própria de governança e segue as diretrizes internacionais do Citigroup, assim como a regulamentação brasileira aplicável a conglomerados financeiros. Formado somente por executivos do Banco, o Country Executive Committee é o principal órgão de governança. Com o objetivo de alinhar a visão sobre todos os pontos da organização, é liderado pelo presidente do Banco. [GRI G4-35, G4-38, G4-39](#)

O Country Executive Committee reúne-se regularmente e tem o apoio de comitês que supervisionam o desempenho econômico, ambiental e social. Dois desses comitês – de Remuneração e Auditoria – têm instalação e atribuições determinadas pelo Banco Central do Brasil e os demais acompanham as políticas internas da Organização. [GRI G4-34](#)

O *scorecard* da Organização associado às tendências de mercado e ao ambiente de negócios, orientam o planejamento e as prioridades na governança dos temas de Sustentabilidade.

Como forma de aprimorar a abordagem de temas econômicos, sociais e ambientais, o planejamento e os principais resultados dessas iniciativas são compartilhados sempre que necessário pela área de Assuntos Corporativos e de Sustentabilidade com o Country Executive Committee, que tem a decisão final em ações com impacto direto sobre o negócio. [GRI G4-43, G4-44](#)

A competência técnica e o alinhamento à cultura organizacional são determinantes para a seleção dos executivos. Todo diretor estatutário

de instituição financeira no Brasil passa por aprovação do Banco Central antes de tomar posse. [GRI G4-40](#)

A prática *Pay for Performance* permeia os diferentes processos de remuneração. A política de remuneração fixa tem o objetivo de orientar os gestores no processo de movimentações salariais (méritos e promoções). Para a remuneração variável, há programas como: Participação dos Lucros e/ou Resultados (PLR), definido em acordo coletivo, Participação nos Resultados (PPR) e Bônus Discricionário. Dependendo do montante total, parte da remuneração variável é convertida em ações e diferida em um período de quatro anos. A remuneração dos administradores segue os parâmetros definidos pela Resolução nº 3.921 do Banco Central. [GRI G4-51](#)

Estrutura de governança do Citi Brasil [GRI G4-34](#)

Country Executive Committee	Principal comitê de administração, é formado exclusivamente por executivos do Banco, dos quais 85% homens e 15% mulheres, todos brancos, sendo que 69% têm entre 30 e 50 anos e 31%, mais de 50 anos.
Country Audit Committee	Aprova demonstrações financeiras e relatórios de auditoria.
Business Risk, Compliance and Control (BRCC)	Analisa problemas significativos de controles, riscos emergentes e resultados de Manager's Control Assessment (MCA) consolidados, monitora questões regulatórias e resultados de auditorias, assim como discute os pontos relacionados a risco reputacional, estando em linha com Heightened Standards do Comptroller of the Currency (OCC).
Compliance Committee	Examina questões regulatórias, de boas práticas e tendências. Acompanha regulamentações, promovendo o alinhamento necessário na organização.
Assets & Liabilities Committee	Aborda a liquidez dos veículos legais.
Legal Vehicle Management Committee	Analisa a adequação das empresas às suas atividades.
Legal Vehicle Sub-Committee (Finance & Treasury)	Revisa as atividades e seus impactos nas demonstrações financeiras.
Capital Management Sub-Committee	Coordena a utilização de capital entre os negócios.
Risk Committee	Avalia a estratégia de gerenciamento da concessão de crédito.
Anti-money Laundering Committee	Analisa e discute com representantes do Country Executive Committee casos de movimentação detectados como suspeitos ou comportamento atípico, determinando e acompanhando providências.
Compensation Committee	Trata da remuneração da diretoria e o respectivo alinhamento às normas do Banco Central.
Local Regulatory Directive (LRRD) Governance Committee	Analisa se foram observados os requerimentos necessários na elaboração e no envio de relatórios exigidos pelos reguladores.

Conduta GRI G4-DMA

Revisado periodicamente, o Código de Conduta é um documento institucional, aprovado pela Diretoria do Citigroup, divulgado por e-mail aos funcionários e mantido disponível na intranet e internet para conhecimento de todos os públicos de relacionamento. Periodicamente, o presidente do Citigroup envia mensagens destacando a responsabilidade de todos no que diz respeito ao comportamento ético esperado em relação a colegas de trabalho, clientes, investidores, parceiros e demais públicos relacionados. [GRI G4-56](#)

Os funcionários realizam treinamentos periódicos sobre o Código, que são registrados no sistema global. Em 2014, 98,7% dos gestores e 96,8% de funcionários em cargos administrativos participaram dessa atividade, que abrange temas como riscos de fraude, segurança da informação e declaração de direitos humanos. [GRI G4-S05, G4-S06](#)

No Citi Brasil, 100% das unidades são avaliadas quanto ao risco de corrupção e há estímulo para que eventuais ocorrências sejam comunicadas. A área de *Compliance* administra as políticas institucionais, estabelecendo treinamentos, lembretes e procedimentos necessários para evitar a ocorrência de tais eventos. Esses processos são periodicamente submetidos a auditorias interna e externa.

Denúncias de suspeitas de violações éticas, discriminação, assédio ou outros desvios de conduta são tratados pela política de Portas Abertas, um canal disponível 24 horas por dia, sete dias por semana, em diversos idiomas, com opção de efetuar a denúncia de maneira anônima. Este serviço é prestado por

uma empresa independente. Em 2014, foram recebidas 17 denúncias, sendo que 15 (88% do total) foram concluídas. Duas denúncias não puderam ser confirmadas e, assim, consideradas sem fundamento. A maioria dos casos está relacionada à gestão inadequada de pessoas. [GRI G4-S03, G4-S7, G4-S8](#)

Finalmente, o Citi também mantém política específica sobre conflito de interesse entre as atividades externas de colaboradores e suas funções na organização. O conteúdo está disponível na intranet e constitui treinamento obrigatório específico. Em outubro de 2014, foi aperfeiçoado o monitoramento do sistema referente a práticas antissuborno. [GRI G4-41, G4-S04](#)



Gestão de riscos GRI G4-DMA, G4-2

O Citi administra riscos nas suas três áreas de atuação: grandes corporações, grandes e médias empresas e pessoas físicas. Cada uma tem sua própria equipe de análise, que vai do risco de crédito ao macroeconômico. Como um banco global, respeita as legislações internacionais e de diferentes países, o que o torna mais conservador do que a média do mercado. Situações de risco reputacional,

melhores práticas de negócios ou qualquer impacto material nas finanças da companhia são levadas diretamente ao Country Executive Committee, que tem por prática avaliar todos os assuntos, incluindo a consulta com os públicos de relacionamento. Existe uma análise de risco por trás de cada transação do negócio, que deve estar em conformidade com regulamentações em vigor, políticas internas e melhores práticas.

Por determinação do Banco Central, o Citi adota a gestão dos riscos de mercado, de crédito e operacional, assim como de risco de capital. Por sua globalidade e exigências de reguladores internacionais, opera dentro dos critérios relacionados à gestão socioambiental. Em casos de risco efetivo em parceiros ou fornecedores, um processo de auditoria é conduzido. [GRI G4-45](#)

A análise de impactos, riscos e oportunidades econômicas, ambientais e sociais faz parte do dia a dia da instituição, feita em reuniões, comitês internos e por meio da elaboração de relatórios. Além disso, todo o processo de análise de riscos recebe suporte das áreas de controles independentes nos diversos fóruns de discussão e escalamento. [GRI G4-47, G4-46](#)

Fatca – 17,8% do quadro de pessoal recebeu treinamento a respeito da Lei Fatca (*Foreign Account Tax Compliance Act*), regulamentação do governo norte-americano que a Febraban adotou no Brasil em 1º de janeiro de 2014. A Fatca determina que todas as transações financeiras de cidadãos norte-americanos no Brasil devam ser reportadas e controladas pelas autoridades fiscais dos Estados Unidos. Os treinamentos foram realizados tanto de forma presencial como em plataforma *e-learning*.



Finanças responsáveis

O maior compromisso do Citi é entender e solucionar os anseios dos clientes, proporcionando em qualquer parte do mundo os melhores resultados com soluções financeiras que sejam simples e responsáveis.

Foco no cliente

GRI G4-DMA

Com um modelo de banco global e alinhado a características locais, o Citi tem o cliente como centro de sua atuação. O objetivo é proporcionar aos clientes dos diversos segmentos experiências memoráveis, atendendo-os em qualquer lugar do mundo em todos os canais de relacionamento.

A Organização sabe ainda que a confiança do cliente é estreitada na medida em que ele é orientado a aplicar seus recursos de forma responsável, ou seja, quando o banco oferece produtos adequados ao seu perfil e necessidades, expressão chamada de *suitability*. Para isso, os gerentes de relacionamento da Organização conhecem cada cliente de perto e tem como missão auxiliá-los a atingir seus objetivos.

Aprimoramento em Consumer Bank

No segmento de pessoa física, o programa Client Excellence, instituído em

2011, tem ampliado o incentivo à revisão de práticas e processos e direcionado esforços para o aprimoramento das relações externas com clientes, fornecedores e parceiros, e internas, entre funcionários. Em 2014, 100% dos gerentes desse segmento de negócio realizaram treinamento para estarem aptos a desempenhar o atendimento seguindo os mesmos padrões do Citi em todo o mundo.

A ressegmentação de acordo com propostas de valor que contemplam as necessidades específicas de cada grupo de clientes pessoa física, também determinou ao longo do ano a necessidade de aprimoramento técnico dos gerentes de agência e de relacionamento. Ao mesmo tempo, as novas agências inteligentes passaram a exigir profissionais preparados para um novo modelo de interação, baseada em tecnologia digital.

Lançado em 2014 e baseado em três pilares - Ser responsável, Trabalhar

em equipe e Olhar para o futuro - o Power of One por sua vez tem como objetivo apoiar o Consumer Bank na convergência das megatendências que norteiam a estratégia global do banco - globalização, urbanização e digitalização. Os conceitos do programa que tem como ênfase a formação da cultura Citi foram replicados ao longo do ano em treinamentos presenciais, e em 2015 estarão também disponíveis em plataforma online (*e-Learning*).

Além do atendimento nas agências prestado pelos gerentes de relacionamento, os canais de acesso aos serviços e produtos do Banco para clientes pessoa física incluem o Citiphone, *Internet Banking* e aplicativos para celular e *tablet*. No fim de 2014, foi instituída mais uma facilidade no canal *mobile*: pagamento de boleto com a câmera do celular por meio da leitura do código de barras. No encerramento do ano, 60% dos clientes realizavam transações e acessos por meio dos canais digitais.



Diferenciação em Corporate Bank

No segmento corporativo, o Citi realizou um profundo trabalho para definir os clientes para os quais pode gerar valor por meio da globalidade e vem atuando para ampliar ainda mais os negócios com eles. Com a vocação de um banco de relacionamento, bons resultados vêm sendo atingidos em relação ao objetivo de ser o principal conselheiro financeiro desses clientes.

A segmentação adotada para pessoas jurídicas leva em conta o setor da indústria, a atuação geográfica – só no Brasil, no Brasil e em países da América Latina, no Brasil e mundo –, o porte e a estratégia de relacionamento com o Banco, de forma a acompanhar e suprir com eficiência suas necessidades específicas de produtos e serviços.

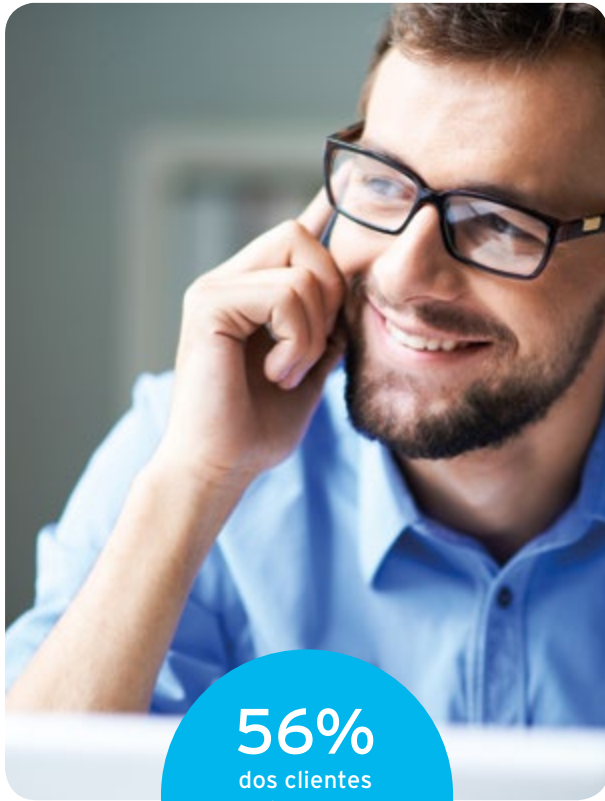
Os clientes têm total suporte dos gerentes de relacionamento, profissionais com profundo conhecimento do

mercado, que prestam atendimento integrado com os gerentes de produtos. Contam ainda com Customer Services, bases de atendimento que podem estar no Brasil ou em outros países nos quais o Citi está presente, e servem de interface nas diferentes regiões de atuação do cliente. Além disso, contam com o CitiService, de atendimento telefônico exclusivo, e o *Internet Banking*, um portal dedicado a clientes corporativos.

Em 2014, o segmento implementou uma ferramenta global de *workflow*, que permite extrair métricas sobre o tipo de demanda solicitada para cada Customer Service da América Latina, o que possibilita identificar com ainda mais precisão o que é diferenciado de acordo com o perfil de cada cliente. Houve ainda a implementação no CitiService de um canal de URA (Unidade de Resposta Audível) para disponibilizar relatórios gerenciais customizados para os clientes. [GRI G4-DMA](#)

Acessibilidade

O Citi mantém acessibilidade em suas instalações, com agências e caixas eletrônicos preparados para atender pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, contando com rampas, corrimãos e pisos adaptados. O portal Citibank Online oferece *software* para utilização por deficientes visuais, que também recebem demonstrativos em braile. Deficientes auditivos contam com o apoio de intérpretes de Língua Brasileira de Sinais (Libras) e centrais telefônicas com sistema adaptado. [GRI FS14](#)



56%
dos clientes
resolveram sua
demanda na primeira
ligação para o
Citiphone

Pesquisa de satisfação GRI G4-DMA, G4-PR5

O segmento voltado a pessoas físicas do Citi utiliza a metodologia Net Promoter Score (NPS), que mede diariamente a intenção do cliente em recomendar o Banco a um amigo ou familiar. Além de medir a satisfação, a metodologia é capaz de avaliar o grau de confiança depositado na instituição.

Em uma escala que vai de 0 a 10, ela indica o intervalo entre o percentual de clientes promotores (com notas 9 e 10), cuja relação de satisfação e confiança já foi estabelecida, e o de clientes detratores (com notas até 6), grupo cujo relacionamento precisa ser mais estreitado. Notas 7 e 8 são consideradas neutras.

Ao longo de 2014, o Citi obteve melhora no NPS, passando de 11 pontos no primeiro trimestre para 16 no fim do ano, referindo-se à porcentagem de promotores menos a porcentagem de detratores. Já na pesquisa de satisfação promovida pelo segmento corporativo no mesmo ano, 86% dos clientes declararam estar satisfeitos ou muito satisfeitos com os serviços prestados.

Citi Foundation



TABLET PARA INCLUSÃO FINANCEIRA GRI FS16

Educação financeira para adultos e jovens inscritos no Cadastro Único do governo federal é o foco do projeto Educação Financeira Cidadã apoiado pela Citi Foundation. Ele envolve a adaptação à realidade brasileira de uma metodologia baseada em um aplicativo para *tablet* desenvolvido pela Fundação Capital.

Primeiro do seu tipo no mundo, o aplicativo foi utilizado inicialmente na Colômbia por mulheres moradoras de zonas rurais beneficiárias do maior programa de transferência de renda condicionada deste país, que aprenderam sobre poupança, sistema financeiro e orçamento por meio de um *tablet* compartilhado na comunidade.

O projeto foi criado a partir da premissa de que a intensificação da educação financeira é o primeiro passo para induzir a inclusão na base da pirâmide. O aplicativo permite que as pessoas possam repetir os conteúdos que não foram entendidos e, assim, educar-se ao seu próprio ritmo, na hora em que for mais conveniente.



No Brasil, ele vem sendo executado em parceria com o Banco Central e o apoio da Caixa Econômica Federal e de bancos comunitários que irão apoiar a implementação da metodologia, distribuindo os *tablets* no campo e coletando dados para avaliar e monitorar a evolução da inclusão financeira da população-alvo.

O investimento da Citi Foundation em 2014 foi de US\$ 200 mil. Os fundos estão sendo aplicados para personalizar o aplicativo, a fim de ter um conteúdo mais alinhado à cultura brasileira e às necessidades de inclusão financeira, e para apoiar e acompanhar o teste em dez municípios que atingirá 5 mil pessoas. Em 2015 a solução final será validada em piloto que abrangerá outras 10 mil pessoas.

Citi Foundation



EDUCAÇÃO FINANCEIRA DE ADULTOS GRI FS16

A Citi Foundation anunciou em 2014 patrocínio ao Programa Educação Financeira de Adultos, desenvolvido pela Associação de Educação Financeira do Brasil (AEF-Brasil), uma iniciativa do Comitê Nacional de Educação Financeira. O programa prevê desenvolver duas tecnologias sociais de educação financeira voltadas às mulheres beneficiárias do Programa Bolsa Família, que representam 92,5% dos responsáveis pela retirada dos recursos do programa do governo federal, e aos aposentados com renda de até dois salários mínimos. O objetivo é preparar os dois grupos para gerenciar melhor os seus recursos financeiros, permitindo que adquiram as competências e a visão necessárias para planejarem melhor o futuro. O desenvolvimento das tecnologias baseou-se nos resultados de uma pesquisa de campo, que envolveu aproximadamente 200 pessoas e identificou cerca de oito padrões de comportamento comuns relacionados ao uso de recursos financeiros por beneficiárias do Bolsa Família e aposentados.

Em 2014 e 2015 o programa abrange 1,5 mil mulheres e 1,5 mil aposentados das Regiões Norte, Nordeste e Sudeste, que participam do desenvolvimento e teste das duas tecnologias sociais de educação financeira e de sua sistematização para que possam ser adotadas e reaplicadas a baixo custo por organizações públicas, sociais e privadas por todo o Brasil. A Citi Foundation investiu US\$ 250 mil no desenvolvimento, teste e refinamento das soluções. Em 2015 as soluções finais serão validadas em piloto que atingirá outras 6 mil pessoas.

A AEF-Brasil é a organização que coordena os projetos transversais da Estratégia Nacional de Educação Financeira (Enef), uma política pública de estado articulada por 12 instituições de governo e da sociedade civil, que aponta diretrizes que ajudem na promoção da educação financeira no Brasil e de como devem ser endereçados seus desafios. O objetivo é fortalecer as capacidades financeiras dos cidadãos, oferecendo informação, formação e orientação. A AEF-Brasil é uma organização sem fins lucrativos mantida pela Anbima, BM&FBovespa, Febrabran e CNSeg.

Produtos sustentáveis

Cadeia de valor

Como parte do conceito de sustentabilidade, o Citi oferece soluções à cadeia de valor de seus clientes, contribuindo para que empresas de pequeno e médio portes possam realizar transações financeiras e desenvolver seus negócios. Para financiar a cadeia produtiva, o Citi conta atualmente com dois produtos: o Vendedor e o Programa a Fornecedores.

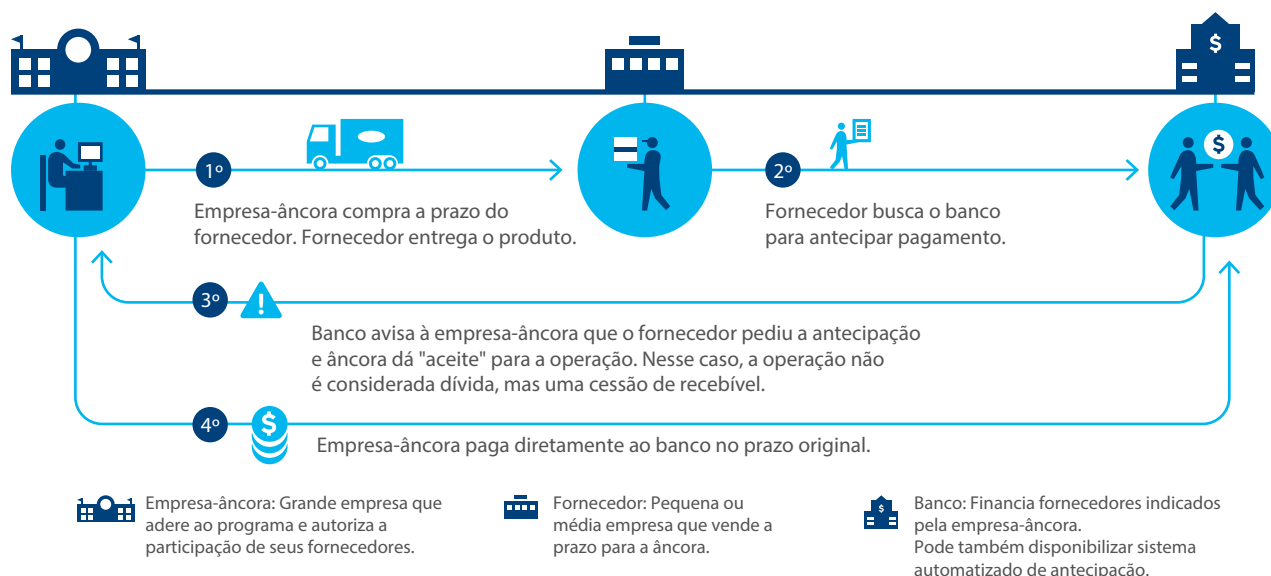


Vendedor: Linha de financiamento que apoia as vendas de bens e serviços de uma empresa cliente do Citi, que recebe o pagamento à vista, enquanto os compradores de seus produtos ou serviços (clientes dos clientes) obtêm prazos e taxas pré-definidas para pagamento dos valores financiados. Está disponível nas modalidades real, dólar, pré-fixado, pós-fixado, entre outros, com benefícios de liquidez, eficiência tributária e vantagens aos compradores, que dispõem de maior tempo para pagamento e taxas de financiamento mais competitivas. É um produto sob medida para empresas que não têm interesse em manter política própria de venda a prazo para seus clientes. Em 2015, o Citi espera crescimento de 15% nos financiamentos para essa linha. Novas oportunidades para financiar a cadeia de clientes por meio do Vendedor, incluem, por exemplo, a utilização de crédito rural nessa estrutura.



Programa a Fornecedores: Esse produto permite a antecipação do pagamento para os fornecedores e alongamento dos prazos de compras dos clientes. Nos últimos quatro anos, o volume de operações do programa cresceu, em média, 50% ao ano. A demanda por financiamento ocorreu não apenas localmente, mas também fora do Brasil. O financiamento para fornecedores em operações de exportação e importação envolve clientes brasileiros e estende-se à cadeia produtiva em outros países, especialmente onde outros bancos não têm capilaridade. Isso torna-se um diferencial para o Citi, que só na América Latina atua em 24 países.

COMO FUNCIONA O PROGRAMA A FORNECEDORES



Citi Foundation



INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE NA CADEIA DE VALOR

Com patrocínio da Citi Foundation e apoio do Citi, o projeto Inovação e Sustentabilidade na Cadeia de Valor (ISCV) é realizado desde 2011 pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (GVces).

O objetivo é promover a inovação para sustentabilidade por meio de pequenos e médios empreendimentos no contexto da cadeia de valor de grandes empresas. O projeto se desenvolve em ciclos anuais, que incluem oficinas com empresas e chamadas de casos para iniciativas protagonizadas por pequenas e médias organizações na cadeia de valor de grandes empresas, e procura gerar resultados em quatro linhas: formação, pesquisa e publicação, articulação social para a promoção da inovação para a sustentabilidade e comunicação e mobilização.

O Ciclo 2014 abordou o tema Inovação em Desenvolvimento Local, promovendo a fusão das agendas do projeto ISCV com a de outra iniciativa empresarial do GVces de Desenvolvimento Local e Grandes Empreendimentos (IDLocal). As discussões envolveram a inovação dos relacionamentos estabelecidos por grandes empresas e suas cadeias de valor nos territórios impactados pela atuação empresarial.

O objetivo foi debater a atuação e os relacionamentos estabelecidos pelas empresas no entorno de suas operações e reconhecer iniciativas inovadoras que integram desenvolvimento local às estratégias de negócios. Abordando a cadeia valor de forma ampliada, o projeto tratou do relacionamento das empresas com outros atores – como poder público, comunidade e sociedade civil organizada –, além

de discutir iniciativas e estratégias empresariais que podem apoiar o desenvolvimento local, como compras e contratações locais.

As atividades de 2014 do projeto resultaram na seleção de dez iniciativas inovadoras que integram desenvolvimento local à atuação empresarial, em várias regiões do país. Essas iniciativas e as atividades realizadas ao longo do ciclo estão reunidas na publicação Inovação em Desenvolvimento Local. Mais informações sobre o projeto e cada um de seus ciclos, incluindo as publicações, estão disponíveis em www.fgv.br/ces/inova.

Em 2015, o programa se voltará ao tema Distribuição e Logística, processos críticos para promover a integração geográfica e a inclusão social em um país de dimensões continentais como o Brasil.

Citi Foundation



694

microempreendedores
de todo o Brasil se
inscreveram no
Prêmio Citi

PRÊMIO CITI MELHORES MICROEMPREENHIMENTOS

Nas mais diversas áreas de atuação, existem microempreendedores que reúnem qualidades como persistência, ousadia, superação, garra e muita energia para colocar ideias em prática, enfrentar obstáculos dos mais variados e fazer de seu negócio um exemplo de sucesso. Nessa empreitada, contam com o suporte financeiro de Instituições de Microfinanças (IMFs) e o olhar personalizado de seus agentes de crédito.

Com patrocínio da Citi Foundation, o Prêmio Citi Melhores Microempreendimentos atingiu em 2014 seu 9º ano com o objetivo de promover a importância do microempreendedorismo e do microcrédito no desenvolvimento

da economia brasileira. Executada pela Aliança Empreendedora, uma organização que fomenta e apoia o empreendedorismo em comunidades de baixa renda em todo o país, a edição registrou 694 microempreendedores inscritos por 39 IMFs de 18 estados brasileiros.

A escolha dos vencedores é baseada em critérios como gestão sustentável, capacidade empreendedora e impacto socioambiental. O conselho e o júri do prêmio são formados por especialistas reconhecidos e atuantes dos setores público, privado, organizações não governamentais, mídia e academia. São pessoas comprometidas com o desenvolvimento do setor de

microfinanças, detentores de vasta experiência no assunto e profundo conhecimento dos desafios enfrentados pelos empreendedores.

Em 2014, foram premiados três Microempreendimentos por faixa de faturamento anual (até R\$ 60 mil, de R\$ 60 mil a R\$ 180 mil, de R\$ 180 mil a R\$ 360 mil), com prêmios de R\$ 8.500; e o Microempreendedor do Ano, com R\$ 12,5 mil. Os agentes de crédito que atuam diretamente com esses empreendimentos e o agente que mais indicou empreendedores receberam um *tablet* cada. Tanto empreendedores quanto agentes participaram ainda de uma série de capacitações oferecidas pelo Sebrae Nacional, pela Aliança

Empreendedora e pela ponteAponte. A IMF Mais Inovadora ganhou uma viagem, com todas as despesas pagas, para participação no Fórum Interamericano da Microempresa, em 2015.

EMPREENDEDORA DO ANO

Vencedora na categoria Empreendedor do Ano, Lecirene de Souza Lima, 35, de Guanambi, na Bahia, vendeu bijuterias e acessórios em feiras da região, durante cinco anos. Ao lado do marido Roberto Pereira Donato, 37, trabalhava em uma cidade a cada dia, viajando de caminhão pau-de-arara, lembra.

Com a chegada dos filhos e o impedimento de viagens longas, o casal alugou um ponto e formalizou o negócio para ter acesso a crédito. Surgiu a Raio de Luz Magazine, loja de bijuterias, brinquedos, acessórios e presentes no centro de Guanambi, que ficou sob os cuidados de Lecirene, enquanto Roberto continuava trabalhando nas feiras.

“Utilizamos o microcrédito como capital de giro para comprar produtos à vista com descontos. Desde a abertura da loja, em 2004, já foram mais de 30 operações liquidadas com o Banco do Nordeste”, conta. Hoje, a Raio de Luz Magazine é referência na cidade e conta com quatro funcionários. Ao mesmo tempo, Roberto parou de trabalhar em feiras e abriu outra loja na cidade.

Lecirene formou-se em Administração de Empresas pela Universidade do Estado da Bahia e atualmente cursa um MBA em gestão empresarial na FGV-Vitória da Conquista, além de já ter feito o curso de empreendedorismo do Sebrae. Também estudou inglês e chegou a fazer um intercâmbio de duas semanas na Inglaterra. “Se você se movimenta, vai atrás, você consegue. O que não pode é parar e culpar as circunstâncias”, afirma.



“Utilizamos o microcrédito como capital de giro para comprar produtos à vista com descontos. Desde a abertura da loja, em 2004, já foram mais de 30 operações liquidadas com o Banco do Nordeste”

Lecirene de Souza Lima,
Vencedora na categoria
Empreendedor do Ano

MAIS INOVADORA

Na categoria IMF Mais Inovadora, que premia a instituição com o impacto mais positivo e inovador sobre a comunidade, a vencedora de 2014 foi a Associação Brasileira para o Desenvolvimento da Família - Banco da Família, de Lages, do Estado de Santa Catarina.

A instituição surgiu em 1998 para atender a uma lacuna na oferta de crédito da Região Sul do Brasil e hoje possui postos de atendimento em diversas localidades no Planalto de Santa Catarina. É a única do país filiada à rede WWB - Women's World Banking (Banco Mundial da Mulher) e implementou um programa que é referência de capacitação para todos os seus colaboradores, além de operar linha de crédito para reforma e aquisição de casa própria e apoiar programas sociais, contribuindo para a geração de trabalho e a melhoria da qualidade de vida das comunidades onde atua.



R\$ 93

milhões foram
destinados a
repasse de
crédito para
microfinanças

Microcrédito

O microcrédito tem papel fundamental no desenvolvimento da economia, impulsionando novos negócios, inclusão financeira da população de baixa renda, geração de empregos e desenvolvimento das comunidades. O Citi mantém parceria com governos, clientes institucionais e ONGs nos países onde atua a fim de apoiar a ampliação global das ofertas de produtos e serviços financeiros aos indivíduos e empresas sem acesso ao sistema tradicional.

No Brasil, isso se dá por meio de repasses de recursos para o Banco do Nordeste, estendidos em 2014 para o Banrisul e o banco cooperativo Sicredi, que têm linhas de crédito dedicadas a microempreendedores. No total, foram repassados R\$ 93 milhões ante R\$ 88,3 milhões no ano anterior. O Banco espera atingir um volume total de R\$ 100 milhões em microfinanças em 2015. [GRI G4-EC8](#)

Citi Foundation

citi

FORTELECIMENTO DE REDES DE MICROFINANÇAS GRI G4-DMA, GA-EC8,

A Citi Foundation apoiou nos três últimos anos o Programa de Fortalecimento de Redes de Microfinanças, para a revisão e readequação das práticas de governança e o fortalecimento institucional da Associação Brasileira de Entidades Operadoras de Microcrédito e Microfinanças (ABCRED), da Associação Brasileira das Sociedades de Microcrédito (ABSCM) e dos associados das duas entidades.

Coordenada pela Rede The Seep Network, entidade global dedicada ao combate à pobreza por meio da promoção de mercados inclusivos e sistemas financeiros, a iniciativa teve em 2014 seu último ano de execução. O trabalho constou de análise da capacidade operacional de cada uma das instituições, pela qual foram detectadas as principais deficiências e elaborado plano de ação para o reforço da estrutura operacional. Foram aportados ao todo 1 milhão de dólares.

Como parte do programa, as entidades promoveram para seus associados eventos nacionais, um seminário internacional e capacitações sobre temas como proteção ao cliente, gestão de desempenho social, inclusão financeira, tecnologia e inovação, entre outros. ABCRED e ABSCM enviaram ainda seus líderes a três fóruns regionais e três conferências anuais da Seep Network.

As duas associações desempenham importante papel no desenvolvimento do país, uma vez que a massificação do microcrédito impacta positivamente a vida de milhões de empresários brasileiros, suas famílias e comunidades. No encerramento de 2014, as duas associações contavam, em conjunto, com 69 membros associados, cerca de 200 mil clientes e uma carteira de crédito no valor de R\$ 518 milhões.



24%

é a expectativa de crescimento nas modalidades de atendimento a cooperados e de repasses para bancos de cooperativas

Crédito rural

GRI G4-DMA

O Citi atua no apoio a produtores rurais e no impulso à cadeia do *agribusiness* por meio da oferta de crédito rural. As linhas oferecidas financiam o custeio da produção e a comercialização de produtos agropecuários, estimulando armazenamento, beneficiamento e industrialização dos produtos agrícolas. Os financiamentos são concedidos a produtores, cooperativas, beneficiadores e agroindústrias.

Estão entre os produtos de Crédito Rural, o Custeio Agrícola e Custeio Pecuário, Financiamento para a

Garantia de Preços ao Produtor (FGPP), Financiamento para Estocagem de Produtos Agropecuários Integrantes da Política de Garantia de Preços Mínimos (PGPM) e Financiamento Especial para Estocagem de Produtos Agropecuários (FEPM) não integrantes da PGPM.

A expectativa para 2015 é crescer 24% nas modalidades de atendimento a cooperados e de repasses para bancos de cooperativas que direcionam esses recursos a agricultura familiar e pequenos e médios produtores rurais.

BNDES

O Citi desempenha o papel de repassador de financiamentos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Esses recursos beneficiam empresas de pequeno, médio e grande porte. Em 2014, registrou-se crescimento na linha Finame (Financiamento de Máquinas e Equipamentos), bem como nas linhas de Produção de Bens para Exportação (EXIm). Os repasses totais encerraram o ano com evolução de 31%.



Avanços na gestão socioambiental

O compromisso com aspectos socioambientais leva o Citi a manter políticas próprias para o gerenciamento de riscos, em um processo alinhado às orientações dos Princípios do Equador.

Gerenciamento de risco socioambiental GRI G4-DMA

O Citi Brasil segue as políticas globais de Environmental & Social Risk Management (ESRM, na sigla em inglês). Os procedimentos adotados seguem os Princípios do Equador e as diretrizes da International Finance Corporation (IFC), braço financeiro do Banco Mundial.

Em 2014, o Banco passou a adotar as regras dos Princípios do Equador III, que englobam mais produtos e consideram novas análises de impactos, como emissões atmosféricas. A partir de 2015, a operação no Brasil seguirá ainda a Resolução nº 4.327 do Banco Central do Brasil, que determina a implementação de uma Política de Responsabilidade Socioambiental pelas instituições financeiras. GRI FS1

Toda a equipe de risco recebe treinamentos periódicos sobre as políticas de ESRM. Adicionalmente, representantes dos times globais visitam o país periodicamente, apresentando estudos de casos e atualizações sobre

o assunto. Também há um relatório global que traz notícias, assuntos sensíveis e o acompanhamento das principais transações que foram feitas, não só pelo Citi como também por outras instituições financeiras. GRI FS4

Critérios

Nas operações de crédito realizadas tanto por meio do Corporate, quanto do Commercial Bank, as políticas de ESRM são aplicáveis a alguns produtos com base em montante, prazo e uso dos recursos.

As transações de grandes corporações, atendidas pelo segmento corporativo, podem ser classificadas em A, B ou C, sendo a primeira de maior potencial de impacto socioambiental.

A primeira análise abrange todos os dados da empresa, o plano de negócios e os requerimentos de licenças socioambientais, sendo essas informações verificadas e estudadas com o apoio de dados de mercado e

estudos setoriais. Na etapa de análise pela diretoria global de ESRM, podem ser requeridas informações mais detalhadas, visitas e até a contratação de equipes externas para *due dilligence do projeto*. GRI FS2

Alguns setores específicos, como energia nuclear e produtos florestais, possuem procedimentos adicionais. Em alguns casos, o Citi estabelece valores ainda mais restritivos que os dos Princípios do Equador.

Quando o projeto é classificado como A (e em alguns casos até como B), há a necessidade de contratação de uma terceira parte para avaliação in loco do desenvolvimento do projeto, a fim de verificar o cumprimento das metas preestabelecidas.

O modelo do Commercial Bank estabelece três tipos de riscos: alto (Nível 3), médio (Nível 2) e baixo (Nível 1). Conforme a escala, o risco deve ser aprovado por profissionais seniores específicos. Nas avaliações, verificam-se

as condições atuais da empresa e seus projetos futuros no cumprimento de obrigações com órgãos reguladores.

O processo engloba procedimentos e obtenção de informações considerando um amplo conhecimento das empresas tomadoras de crédito. Os riscos são avaliados de acordo com o ramo de atividade da empresa e seus registros em órgãos reguladores do Brasil. No geral, são feitas visitas tanto no local do projeto quanto no escritório da empresa. [GRI FS3, FS9](#)

Restrições

Toda a cadeia de tomada de decisão tem pleno poder para rejeitar um crédito ou impor condições para o desembolso de forma a que os fatores de risco sejam minimizados ou até eliminados. Os desembolsos dos empréstimos estão atrelados ao cumprimento dessas recomendações, que são preestabelecidas em contrato. Há restrições para empresas que sofram acusações ligadas a trabalho escravo e infantil, desmatamento ilegal, entre outros riscos.

Em 2014, o segmento focado em pessoas físicas incluiu novas cláusulas nos contratos de crédito imobiliário, em que o cliente declara que os recursos não serão usados para fins que possam causar danos sociais ou ambientais e que no imóvel financiado não se emprega trabalho escravo.



Flagship Nova Faria Lima, inaugurada no final de 2014

Ecoeficiência GRI G4-DMA

O Citi mantém várias iniciativas para o consumo eficiente e racional de recursos naturais. O Citi Center, sede administrativa do Banco na Avenida Paulista, por exemplo, usa automação predial com sistemas inteligentes de condicionadores de ar e iluminação desde 2013.

Chamado de Volume de Ar Variável (VAV), o novo sistema de ar-condicionado é baseado em sensores que permitem verificar e ajustar a temperatura de cada andar, com ganhos de eficiência energética. O sistema de iluminação, por sua vez, foi atualizado para programar as luminárias de acordo com as horas de funcionamento do edifício.

A adoção do sistema permitiu diminuir em 6% o consumo de energia do edifício (em KWh), reduzindo o impacto sobre o meio ambiente e proporcionando uma operação mais eficaz. Para 2015, a meta é avançar, com economia projetada de 4,5%.

[GRI G4-ENG](#)

Esse processo atende parte dos desafios de adequar um prédio

inaugurado há quase 30 anos (em 1987) aos mais modernos padrões construtivos e prepará-lo para a certificação Leed EB&OM (Existing Building & Operating Management).

Os critérios da Leed EB&OM envolvem o gerenciamento de todas as rotinas operacionais da edificação, incluindo consumo de energia, água, entre outras práticas. A intenção é que até o final de 2015 o prédio esteja de acordo com os requerimentos da certificação.

Já a *flagship* Nova Faria Lima, inaugurada no final de 2014, foi construída de acordo com os requisitos da certificação Leed CI (Construction Interior), concedida a prédios projetados a partir de critérios de sustentabilidade, baixo custo de manutenção e operação e redução do impacto ambiental, entre os quais estão o uso de materiais reciclados, madeira proveniente de reflorestamento, tintas sem componentes orgânicos voláteis e iluminação natural e com *timer*. A agência deve receber a Leed CI ao longo de 2015.

6%

foi a economia de energia com novo sistema de condicionadores de ar





Energia - No ano, o consumo de energia dentro do Banco totalizou 160.689,23 gigajoules, compreendendo o consumo de combustíveis da frota própria e de geradores (73.440,46 GJ), de energia elétrica fornecida por concessionárias públicas (55.971 GJ) ou adquirida no mercado livre (31.276,74 GJ) para abastecimento das agências. [GRI G4-EN3](#)

O consumo de energia indireto foi de 8.111.691 GJ, referente a querosene de aviação em viagens de negócio (8.024.309 GJ) e transporte e distribuição realizados por fornecedores, incluindo a disposição de resíduos gerados na operação (88.831 GJ).

[GRI G4-EN4](#)



Água - Foram captados 12.493 m3 de água do sistema próprio de coleta e tratamento de água do lençol freático e chuvas na sede administrativa, em São Paulo. O volume correspondeu a 22,4% do total consumido pelo Banco no ano. [GRI G4-EN10](#)



Resíduos - Em 2014, foram coletadas 392,9 toneladas de resíduos no edifício-sede, onde é adotada coleta certificada desde 2013. Do volume total, 380,4 toneladas corresponderam materiais não perigosos e reciclados, recuperados ou enviados para compostagem, e 12,5 toneladas a resíduos perigosos (lâmpadas encaminhadas para incineração). O volume cresceu 6,9% em relação ao anterior, efeito da maior quantidade de lâmpadas substituídas durante o ano no processo de aumento da eficiência energética do prédio (de 1,2 para 12,5 toneladas). [GRI G4-EN23](#)



Hora do Planeta - Por mais um ano, o Citi participou da iniciativa promovida pela Rede WWF, apagando as luzes dos seus prédios administrativos no Brasil das 20h30 às 21h30, em 29 de março. No ato simbólico, governos, empresas e população demonstram sua preocupação com o aquecimento global, apagando as luzes durante 1 hora.

[GRI G4-DMA](#)

Gestão de fornecedores [GRI G4-DMA](#)

O Citi adota a política Citi Supplier Selection and Management Process (CSSMP), que orienta todo o processo de relacionamento com fornecedores, desde a seleção e contratação até a prestação do serviço ou entrega do produto.

Em 2014, o Citi destinou R\$ 1 milhão na compra de produtos e serviços e contava com 1.059 fornecedores contratados e cerca de 4.700 empresas em atuação em sua cadeia, que é composta por diversos tipos de empresas responsáveis por fornecer distribuição e logística, atendimento, cobrança, confecção de cartões e cheques, telefonia (dados e voz), *software*, *hardware*, materiais de escritório, segurança, manutenção de ATMs etc. Em alguns casos, os fornecedores trabalham dentro do próprio Banco. [GRI G4-12](#)

Os fornecedores contratados se comprometem a proporcionar ambiente de trabalho seguro, saudável e adequado às tarefas desempenhadas por seus funcionários. Os contratos incluem cláusulas específicas de práticas trabalhistas, como pagamento de salários e recolhimento de encargos sociais (INSS e FGTS) dentro dos prazos previstos, e de direitos humanos, proibindo o uso de

mão de obra infantil ou trabalho forçado ou análogo ao escravo.

É realizada uma seleção prévia (*screening*), buscando assegurar que as empresas são financeiramente saudáveis e não estão sancionadas tanto pelo governo brasileiro quanto norte-americano, por exemplo.

As áreas de negócio responsáveis pelos contratos de fornecimento têm como responsabilidade realizar auditorias anuais, com visitas ao fornecedor para observar instalações, a maneira como a empresa funciona e se as condições de trabalho atendem aos requisitos do contrato.

1.059
fornecedores
contratados e cerca
de 4.700 empresas
em atuação em sua
cadeia em 2014



Talentos

GRI G4-DMA

Identificando os talentos como um dos pilares para o crescimento sustentável, o Citi enfatiza processos para atrair e desenvolver os melhores profissionais, em um modelo de gestão de pessoas que valoriza a diversidade e oferece contínuas oportunidades de carreira.

Desenvolver o potencial dos funcionários de forma a ampliar o protagonismo e criar condições para uma atuação global estão entre os desafios do Citi na gestão de pessoas. A referência para o desenvolvimento profissional e pessoal daqueles que integram a equipe do Banco é o modelo global *Standard Leadership* (Padrão de Liderança), que especifica um conjunto de seis competências seguido por todos os países nos quais a Organização está presente.

No encerramento de 2014, o Banco contava com

7.351 colaboradores, sendo
5.710 funcionários próprios,
1.355 terceiros,
172 estagiários e
114 aprendizes.

Pesquisa VOE

Um importante direcionador das ações de gestão de pessoas é a pesquisa anual de clima *Voice of the Employee* (VOE, ou Pesquisa Voz do Funcionário). Ela possibilita avaliar a satisfação dos funcionários sobre temas como meritocracia, remuneração, gestão e engajamento e, assim, delinear ações de melhoria. A adesão é voluntária e em 2014 a pesquisa teve a participação recorde de 93% dos funcionários do Citi Brasil. Também houve avanço significativo no índice de satisfação geral, que passou de 71% para 76%.

Uma novidade na última edição da pesquisa foi a inclusão de um índice de cultura ética, relacionado ao reforço na disseminação do Código de Conduta. O tema recebeu alto grau de favorabilidade, com média de 86%, chegando a 92% no aspecto de conhecimento sobre como reportar violações ao Código.

Os principais pontos de atenção detectados pela pesquisa serão

os direcionadores do trabalho de gestão de pessoas em 2015. Em 2014, efeito da pesquisa do ano anterior, as ações de recursos humanos se concentraram em dois pilares: recrutamento interno e desenvolvimento da liderança.

Guardiões do Clima

Parte da melhoria nos resultados da VOE 2014 é atribuída ao trabalho dos Guardiões do Clima. São 22 funcionários seniores, indicados pelos líderes das áreas, que são responsáveis por estimular reflexões com os colegas sobre o clima organizacional, com reuniões periódicas. O objetivo é desenhar medidas específicas para cada área, com o olhar da estratégia do negócio e o acompanhamento das percepções das pessoas.

Os guardiões passam por treinamento de dois dias sobre como desempenhar seu papel e reuniões para a troca de melhores práticas.



40%
das posições abertas
no ano foram
preenchidas com
recrutamento
interno

Recrutamento e seleção

Proporcionar oportunidades para o desenvolvimento de carreira de seus funcionários é uma premissa do Citi. Para a Organização isso contribui para um clima organizacional em que todos sentem orgulho em pertencer, ampliando, por conseguinte, a retenção de talentos.

Alinhado a isso, o Programa Minha Carreira tem como diretriz o protagonismo, pelo qual o funcionário/estagiário determina quais são seus próximos passos de carreira e o gestor atua como um facilitador do processo de desenvolvimento, apoiando com sugestões de ações.

O *Career Mobility*, sistema de recrutamento interno que permite ao funcionário receber avisos automáticos da abertura de vagas conforme parâmetros por ele pré-estabelecidos, possibilita por sua vez a concretização de movimentações internas de carreira, caso esse aspecto seja um dos temas sinalizados em seu plano de desenvolvimento.

Recrutamento Interno aprimorado

Em 2014, o destaque do Minha Carreira foi o aperfeiçoamento da política de recrutamento interno para ampliar a divulgação entre os funcionários de posições abertas. Mais de 95% das posições foram divulgadas por meio do *Career Mobility*.

Como resultado, o percentual de posições preenchidas com profissionais de dentro da organização foi ampliado de 23% para 40% e a percepção de oportunidade de carreira melhorou, tendo índice de favorabilidade na pesquisa VOE de 71% ante 64% em 2013.

Também foi adequado o *feedback* do processo de recrutamento interno, que passou a basear-se no canal adequado de acordo com a etapa na qual o candidato encontra-se no processo. Para aqueles que foram entrevistados pelo gestor da vaga, por exemplo, o programa passou a incentivar ao próprio gestor a comunicar aos funcionários não aprovados sobre sua decisão.

Mais um aperfeiçoamento se deu no aspecto da remuneração de candidatos internos aprovados. Se a posição preenchida tem remuneração maior do que a recebida atualmente pelo selecionado, o possível ajuste passa a ser avaliado no mesmo momento pela equipe de Remuneração, seguindo as regras da política vigente. Anteriormente, isso aconteceria no próximo ciclo de adequação salarial.

Entre outras iniciativas do Minha Carreira estão a Jornada Minha Carreira, com palestras das áreas de negócios, além de sessões de *networking* com profissionais seniores da organização e o *assessment* (ou avaliação), que ajuda os funcionários a entender e a avaliar quais são seus valores, motivadores, talentos, preferências e a agilidade que quer dar à carreira.

Trainees e estágios

Em 2014, o Banco ampliou as formas de recrutamento externo de jovens talentos. Criou espaços em redes sociais, fez parceria com consultorias especializadas nesse público e



71%

foi o índice de
favorabilidade na
percepção de
oportunidade de
carreira

mobilizou líderes dos negócios para avaliações presenciais e virtuais dirigidas a potenciais candidatos. Todo o processo destacou um dos principais diferenciais do Citi para os candidatos, que é a possibilidade de desenvolver uma carreira internacional, aproveitando a estrutura global da instituição em 160 países.

Com 44 anos de tradição, o Programa de *Trainees* do Citi é referência no mercado financeiro mundial. No Brasil, o Banco também foi pioneiro na introdução dessa prática, e já formou mais de 1.000 jovens desde a primeira edição do programa. Vários executivos começaram sua carreira como *trainees*.

O programa tem um ano de duração e prevê a formação acelerada de jovens profissionais para que tenham uma ampla visão institucional do Citi e potencial para assumir posições de gestão em médio prazo. São desafiados a executar um projeto ao longo do ano, supervisionados por um tutor (profissional sênior) e participam também de treinamentos técnicos e comportamentais.

Desenvolvimento G4-DMA, G4-LA10

O Citi desenvolve seus funcionários ao longo de todo o ciclo de sua carreira, desde a sua entrada na organização. O programa de formação é orientado pelos princípios-chave do Banco (Propósito Comum, Finanças Responsáveis, Engenhosidade e Liderança) e pelos Padrões de Liderança do Citi.

O programa Professional Skills, por exemplo, disponibiliza aulas virtuais e presenciais sobre os mais modernos temas. São ministradas por facilitadores internos e têm como objetivo melhorar as habilidades profissionais e a efetividade no trabalho, reforçando o protagonismo que é a base para o desenvolvimento de carreira no Citi.

Em 2014, foram investidos R\$ 10,1 milhões em educação corporativa. Os treinamentos somaram 172.251 horas, com a média de 28,7 horas por funcionário, incluindo cursos presenciais e a distância de temas técnicos e comportamentais. Para complementar os programas internos de capacitação, 1.039 pessoas foram contempladas com patrocínio educacional, por meio de subsídios e bolsas de estudo.

Considerada um centro de referência em educação corporativa, a Universidade Citi conta com estruturas físicas para treinamento em sua sede em Araçariguama (SP) e também em São Paulo, no prédio sede do Banco na Avenida Paulista. Criada há 11 anos, a estrutura permite que o Banco trabalhe com projetos locais e globais para capacitação e desenvolvimento, sediando cursos na América Latina.

O pilar liderança foi uma prioridade nas ações em 2014, destacando-se as seguintes iniciativas:

Lideranças para Resultados - O programa teve uma fase prévia no final de 2013, com envolvimento direto do Comitê Executivo. Foram desenhados pilares e estilos de liderança desejados e cultura a construir para levar o Citi a resultados sustentáveis. A seguir, foram envolvidos 108 líderes para consolidar essa construção, que também passaram por *assessment* destinado a identificar necessidades individuais de desenvolvimento. Dentre oito estilos de liderança identificados, a decisão foi reforçar as características de visionários e habilidades de *coaching*. No momento seguinte, 650 gestores do Banco foram sensibilizados por meio de *workshops* com dinâmicas participativas.

Power of One - É uma iniciativa global, de consolidação de cultura de banco de varejo baseada em três pilares comportamentais: Ser responsável, Trabalhar em equipe e Olhar para o futuro. Com ênfase na formação de cultura, o programa realizou sessões presenciais que contaram com a participação de 330 líderes e gestores em 2014.

Onboarding de Gestores (New Leaders at Citi) - Iniciado em agosto de 2014, é um programa formal de desenvolvimento para gestores promovidos e recém-admitidos. Realizado durante três dias, aborda processos, políticas, papéis, responsabilidades e situações que vão enfrentar no dia a dia. O programa é baseado no ciclo de carreira dos funcionários, preparando o gestor para a liderança. O treinamento é bimestral, com 21 gestores por turma; cerca de 60 já o realizaram. A ideia é que 120 funcionários passem anualmente pela atividade.

Qualidade de vida

Dois programas são destaque entre os esforços para criar um ambiente de trabalho que proporcione qualidade de vida e equilíbrio entre atividades profissionais e pessoais.

Home Office

Possibilita que o funcionário realize de forma integral ou parcial a jornada de trabalho em casa, em dias e horários estabelecidos pelo Banco em funções que permitam essa flexibilidade. O programa aumenta o bem-estar dos funcionários, estabelecendo uma relação baseada em confiança, responsabilidade, flexibilidade e compromisso, permitindo a conciliação da vida profissional, pessoal e familiar. Em 2014 o programa foi expandido e contou com 573 participantes, ante 528 em 2013.

Maternity Cares

Programa que combina os temas saúde, qualidade de vida, gênero e igualdades de oportunidades, oferece uma gama de iniciativas para funcionárias gestantes ou que acabaram de retornar da licença-maternidade, assim como para funcionários com esposas gestantes. Inclui também sensibilização de gestores, para que assegurem condições de desenvolvimento de carreira para essas funcionárias.

Em 2014, 275 gestantes participaram de orientações sobre os primeiros passos da gravidez, a licença-maternidade e como dar continuidade à carreira no Citi. Parte do programa, a ação Primeiros Passos consta de duas fases: Pré-natal, de apoio durante a gestação que contou em 2014 com 242 participantes em três módulos; e Pós-natal, que beneficiou 6 famílias no aconselhamento pediátrico e 27 no atendimento domiciliar prestado por uma psicóloga.

Das 174 mulheres que tiraram licença-maternidade em 2014, 163 (94%) retornaram ao trabalho após o término do período. [GRI G4-LA3](#)



275
mulheres
participaram das
atividades de orientação do Programa
Maternity Cares

Diversidade e inclusão GRI G4-DMA

A diversidade é considerada estratégica pelo Citi, que valoriza as diferenças e procura proporcionar um ambiente inclusivo, com igualdade de oportunidades. Esse direcionamento foi reconhecido em 2014, quando o Banco ficou em primeiro lugar entre os bancos e em segundo lugar no *ranking* geral do prêmio Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência, concedido pela Secretaria Estadual dos Direitos da Pessoa com Deficiência, do governo do Estado de São Paulo.

Indicador da igualdade de oportunidades, outro destaque do ano, foi o primeiro caso de licença-maternidade dupla para um casal homoafetivo na mesma empresa, resultado de ação do pilar LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros).

Ainda em 2014, o Banco participou do Censo da Diversidade, desenvolvido pela Febrabran, que identificou relativo equilíbrio de gênero entre trabalhadores do setor bancário

(51,7% homens e 48,3% mulheres), maior concentração da faixa etária de 25 a 34 anos (38,8%) e da raça branca (71,4%) e aumento da proporção de pessoas com deficiência em atuação no setor (de 1,8% em 208 para 3,6% em 2014).

Pessoas com Deficiência (PcD) - No ano, foi atingida 100% da meta de contratação de pessoas com deficiência no Citi, totalizando 245 colaboradores. Duas iniciativas de apoio à evolução na carreira para esse público destacaram-se em 2014: o curso de Língua Portuguesa para funcionários com deficiência auditiva alfabetizados na Língua Brasileira de Sinais (Libras); e a aplicação de *assessment* de carreira com o objetivo de acelerar o crescimento profissional, beneficiando 40 funcionários dos quais 28 participaram de capacitações específicas de acordo com as necessidades identificadas. O resultado foi um menor índice de *turn over* entre esse público de 21%.



49,5%

dos profissionais do Banco são mulheres e o Citi incentiva a difusão da igualdade de gênero

O projeto Somar tem como objetivo criar oportunidades de trabalho, para pessoas com deficiência intelectual, em agências do Citi em contato direto com o cliente. Já passaram pelo projeto 50 PcD intelectuais, incluindo aprendizes com deficiência. No final do ano, eram 42 participantes ativos.

Gênero - Seguindo iniciativa global, o Citi Brasil mantém desde 2006 o Conselho das Mulheres (Citi Women Brasil), formado por executivas. Em 2014, o grupo convidou 43 mulheres de alto potencial, que ocupam posições seniores no Banco, para ajudá-las na difusão do conceito de igualdade de oportunidades e no planejamento de ações para 2015. Nesse pilar foi ainda desenvolvido, juntamente com Argentina e Colômbia, o projeto-piloto *Conect Teen*: 36 filhas de funcionários foram convidadas para uma conversa sobre valores, atitudes, modelos de sucesso e expectativas. O encontro, realizado em outubro, na semana da diversidade celebrada globalmente pelo Banco, teve o objetivo de difundir a igualdade entre gêneros e estimular futuras lideranças femininas. [GRI G4-DMA](#)



Foi atingida 100% da cota de contratação de pessoas com deficiência no Citi em 2014



Inclusão étnica – Em 2014, o Citi apoiou dois eventos como reforço ao pilar Etnia: Africa Friends, com oficina de capacitação e empregabilidade para afrodescendentes, uma iniciativa da Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (Seppir), da cidade de São Paulo. Também renovou a parceria com a Universidade Zumbi dos Palmares – que reserva 50% de vagas para estudantes afrodescendentes ou em vulnerabilidade social –, mantendo ativas as 30 vagas de estágio para alunos dessa faculdade. Durante o ano, o Banco inovou em ferramentas de capacitação, com o uso de games para o desenvolvimento de competências desses jovens. O resultado foi uma melhora no desempenho dos estagiários e a manutenção do índice de efetivação, em 45% como nos anos anteriores.

Além das iniciativas nesses pilares, mantém programas de jovens-aprendizes (eram 114 no final do ano) e o Citi Master, de contratação de profissionais com mais de 50 anos de idade que queiram atuar em uma instituição financeira. Em 2014, funcionários acima dessa faixa etária representavam 6,9% do total do Banco.



Em 2014, o Citi renovou a parceria com a Universidade Zumbi dos Palmares



6,9%
dos funcionários do Banco tinham acima de 50 anos de idade em 2014

Voluntariado

O voluntariado é uma prática apoiada pelo Citi no mundo. Realizado em todos os países onde a organização está presente, o Dia Global na Comunidade representa o comprometimento com a comunidade, com base na crença de que o trabalho voluntário colabora para a construção de uma sociedade melhor e, ao mesmo tempo, contribui para o crescimento pessoal, profissional e para a cidadania.

Realizado dia 7 de junho, o evento contou com 1,2 mil voluntários no Brasil, incluindo funcionários, estagiários, parceiros de negócio, familiares e amigos. Os voluntários realizaram iniciativas em São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG), Goiânia (GO), Salvador (BA), Recife (PE) e Brasília (DF). Entre as atividades estavam reforma de escolas; doações de camisetas, bolas e chuteiras; criação de horta; realização de festa

junina; entre outras. No mundo, mais de 70 mil voluntários em 497 cidades de 93 países participaram da iniciativa.

Associação CitiEsperança – Criada em 1997, por iniciativa de um grupo de funcionários para colaborar com comunidades do entorno das áreas de atuação do Banco, a Associação CitiEsperança é uma entidade independente, administrada por seus associados – funcionários do Citi. Em 2014, a campanha Semente da Esperança proporcionou o aumento no número de mantenedores da Associação, que passaram a somar 1.008 participantes. A cada R\$ 1,00 doado pelos funcionários, o Citi doa R\$ 1,00. Em 2014, foram arrecadados R\$ 281,6 mil, que beneficiaram 47 entidades e 5.396 pessoas em campanhas de Páscoa, Inverno, Dia das Crianças, Natal e doações para projetos de entidades assistenciais.

Indicadores complementares

Total de colaboradores GRI G4-10

Por contrato de trabalho	2013			2014		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Colaboradores próprios	3.039	2.928	5.967	2.884	2.826	5.710
Por prazo indeterminado ou permanente	3.016	2.923	5.939	2.869	2.816	5.685
Tempo integral	2.770	2.514	5.284	2.650	2.451	5.101
Meio período	246	409	655	219	365	584
Por prazo determinado ou temporário	23	5	28	15	10	25
Terceiros¹	ND	ND	1.597	ND	ND	1.355
Estagiários	102	74	176	100	72	172
Aprendizes	37	80	117	46	68	114
Por região	2013			2014		
	Empregados	Terceiros	Outros	Empregados	Terceiros	Outros
Centro-Oeste	100	4	1	83	5	1
Nordeste	247	3	5	212	6	5
Norte	0	0	0	0	0	0
Sudeste	5.424	1.579	282	5.236	1.330	272
Sul	196	11	5	179	14	8
Total	5.967	1.597	293	5.710	1.355	286

¹ A base de cadastro de prestadores de serviço não fornece informação de gênero.

Rotatividade GRI G4-LA1

	2013			2014		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Número de desligados	664	652	1.316	549	506	1.055
Número de contratados	403	359	762	396	406	802
Taxa de rotatividade (%)	15,91%	14,59%	15,24%	15,95%	15,85%	15,90%
Por faixa etária	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Até 30 anos	763	909	1.672	693	799	1.492
Número de desligados	190	202	392	145	155	300
Número de contratados	195	182	377	189	206	395
Taxa de rotatividade (%)	20,72%	15,93%	18,02%	22,94%	21,14%	21,97%
De 30 a 50 anos	2.039	1.898	3.937	1.936	1.887	3.823
Número de desligados	409	427	836	362	334	696
Número de contratados	197	172	369	202	196	398
Taxa de rotatividade (%)	13,91%	13,99%	13,95%	14,19%	14,00%	14,10%
Mais de 50 anos	237	121	358	255	140	395
Número de desligados	65	23	88	42	17	59
Número de contratados	11	5	16	5	4	9
Taxa de rotatividade (%)	15,45%	11,81%	14,27%	9,55%	8,05%	9,03%
Por região	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Centro-Oeste	45	55	100	37	46	83
Número de desligados	21	25	46	13	17	30
Número de contratados	9	12	21	6	8	14
Taxa de rotatividade (%)	27,78%	25,00%	26,17%	23,17%	24,75%	24,04%
Nordeste	85	162	247	75	137	212
Número de desligados	30	43	73	18	37	55
Número de contratados	17	18	35	8	11	19
Taxa de rotatividade (%)	23,62%	15,10%	17,91%	16,25%	16,05%	16,12%

Rotatividade GRI G4-LA1

	2013			2014		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Norte	0	0	0	0	0	0
Número de desligados	0	0	0	0	0	0
Número de contratados	0	0	0	0	0	0
Taxa de rotatividade (%)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Sudeste	2.831	2.593	5.424	2.706	2.530	5.236
Número de desligados	575	536	1.111	486	429	915
Número de contratados	363	308	671	366	370	736
Taxa de rotatividade (%)	27,81%	24,45%	26,11%	31,45%	31,55%	31,50%
Sul	78	118	196	66	113	179
Número de desligados	38	48	86	32	23	55
Número de contratados	14	21	35	16	17	33
Taxa de rotatividade (%)	26,53%	21,43%	23,36%	33,33%	17,32%	23,47%

Indicadores de diversidade GRI G4-LA12

	2013						2014					
	Homens		Mulheres		Total		Homens		Mulheres		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Empregados												
Por categoria funcional	3.039	50,9%	2.928	49,1%	5.967	100,0%	2.884	50,5%	2.826	49,5%	5.710	100,0%
Diretores	35	0,6%	2	0,03%	37	0,62%	38	0,7%	5	0,1%	43	0,8%
Gerentes	871	14,6%	426	7,1%	1.297	21,7%	870	15,2%	444	7,8%	1.314	23,0%
Administrativos	1.654	27,7%	1.715	28,7%	3.369	56,5%	1.562	27,4%	1.702	29,8%	3.264	57,2%
Produção	456	7,6%	780	13,1%	1.236	20,7%	399	7,0%	665	11,6%	1.064	18,6%
Trainees	23	0,4%	5	0,1%	28	0,5%	15	0,3%	10	0,2%	25	0,4%
Por faixa etária												
Até 30 anos	763	12,8%	909	15,2%	1.672	28,02%	693	12,1%	799	14,0%	1.492	26,1%
De 30 a 50 anos	2.039	34,2%	1.898	31,8%	3.937	65,98%	1.936	33,9%	1.887	33,0%	3.823	67,0%
Mais de 50 anos	237	4,0%	121	2,0%	358	6,00%	255	4,5%	140	2,5%	395	6,9%
Por raça												
Brancos	2.584	43,3%	2.475	41,5%	5.059	84,78%	2.444	42,8%	2.370	41,5%	4.814	84,3%
Negros (pretos e pardos)	322	5,4%	351	5,9%	673	11,28%	318	5,6%	358	6,3%	676	11,8%
Amarelos	108	1,8%	90	1,5%	198	3,32%	100	1,8%	87	1,5%	187	3,3%
Indígenas	2	0,0%	1	0,0%	3	0,05%	2	0,0%	2	0,0%	4	0,1%
Não informada	23	0,4%	11	0,2%	34	0,57%	20	0,4%	9	0,2%	29	0,5%
Por grupos minoritários												
Pessoas com deficiência 1	113	1,9%	114	1,9%	227	3,80%	116	2,0%	117	2,0%	233	4,1%
Estrangeiros	69	1,2%	22	0,4%	91	1,53%	64	1,1%	19	0,3%	83	1,5%
Diretores												
Até 30 anos	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0,0%	0	0,0%
De 30 a 50 anos	21	56,8%	2	5,4%	23	62,2%	23	53,5%	5	11,6%	28	65,1%
Mais de 50 anos	14	37,8%	0	0,0%	14,0	0,4%	15	34,9%	0	0,0%	15	34,9%
Por raça												
Brancos	34	91,9%	2	5,4%	36	97,3%	37	86,0%	5	11,6%	42	97,7%
Negros (pretos e pardos)	0	0%	0	0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Amarelos	0	0%	0	0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Indígenas	0	0%	0	0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Não informada	1	2,7%	0	0%	1	2,7%	1	2,3%	0	0,0%	1	2,3%
Por grupos minoritários												
Pessoas com deficiência	0	0%	0	0%	0	0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Estrangeiros	9	24,3%	0	0%	9	24,3%	7	16,3%	0	0,0%	7	16,3%

1 Número de PcDs não inclui 10 estagiários e aprendizes

Horas de treinamento GRI G4-LA9

	2013				2014			
	Nº de colaboradores ativos na função em 31/12	Nº de participações ¹	Nº total de horas	Horas por colaborador ativo	Nº de colaboradores ativos na função em 31/12	Nº de participações ¹	Nº total de horas	Horas por colaborador ativo
Diretores	37	399	987	26,67	43	234	846	19,67
Homens	35	385	959	27,41	38	202	738	19,43
Mulheres	2	14	28	13,75	5	32	108	21,69
Gerentes	1.297	16.245	49.896	38,47	1.314	11.947	35.667	27,14
Homens	871	10.644	34.275	39,35	870	7.677	22.100	25,40
Mulheres	426	5.601	15.621	36,67	444	4.270	13.567	30,56
Administrativos	3.369	42.380	101.908	30,25	3.264	34.957	102.448	31,39
Homens	1.654	21.443	52.832	31,94	1.562	16.118	43.952	28,14
Mulheres	1.715	20.937	49.076	28,62	1.702	18.839	58.496	34,37
Produção	1.236	12.518	23.784	19,24	1.064	10.070	22.768	21,40
Homens	456	4.625	9.321	20,44	399	3.848	8.292	20,78
Mulheres	780	7.893	14.463	18,54	665	6.222	14.476	21,77
Estagiários	176	3.152	4.021	22,85	172	2.009	3.128	18,19
Homens	102	1.844	2.407	23,60	100	1.168	1.822	18,22
Mulheres	74	1.308	1.614	21,81	72	841	1.306	18,14
Jovem-Aprendiz	117	23	32	0,27	114	233	932	8,18
Homens	37	-	-	-	46	88	352	7,65
Mulheres	80	23	32	0,4	68	145	580	8,53
Trainees	28	1.026	4.876	174,15	25	764	6.460	258,39
Homens	23	804	3.879	168,67	15	450	3.631	242,06
Mulheres	5	222	997	199,40	10	314	2.829	282,89
Total	6.260	75.743	185.504	29,63	5.996	60.214	172.249	28,73

¹ Considera que cada funcionário pode ser contado mais de uma vez

Remuneração¹ das mulheres em relação aos homens

GRI G4-LA13

Por categoria funcional	2014		Por região	2014	
	Salário-base	Remuneração		Salário-base	Remuneração
Diretores	0,686	0,269	Centro-Oeste	0,872	0,847
Gerentes	0,861	0,750	Nordeste	0,673	0,627
Administrativos	0,904	0,847	Sudeste	0,655	0,534
Produção	0,980	0,992	Sul	0,585	0,468

¹ Salário base + Benefícios + Participação nos Lucros e Resultados + Remuneração Variável

Obs. O indicador aponta a razão matemática do salário e da remuneração entre mulheres e homens por categoria funcional. As posições de liderança são ocupadas majoritariamente por homens. Adicionalmente, as equipes de negócios do Corporate, que recebem maiores remunerações variáveis, também são compostas em sua maioria por homens.

Consumo de energia dentro da organização

GRI G4-EN3

	Volume/peso	Gigajoules
Fontes não renováveis		
Gasolina (litros)	2.168.844,00	69.880,15
Diesel (litros)	6.946,06	246,72
Gás natural (m³)	31.551,83	1.162,37
Fontes renováveis		
Álcool (litros)	96.251,00	2.151,21
Energia elétrica (hidráulica e eólica) - mercado livre (MWh)	8.688,01	31.276,84
Eleticidade ¹		
Concessionária pública	15.547,76	55.971,94
Total		160.689,23

¹ Fontes de energia seguem a matriz elétrica nacional, estimada em 2014 como sendo 75% de fontes renováveis

Consumo de energia fora da organização

GRI G4-EN4

	Volume/peso	Gigajoules
Transporte e distribuição		
Gasolina comum (litros)	2.168.844,12	69.880,16
Etanol (litros)	385.917,00	8.235,47
Diesel (litros)	288.579,94	10.250,36
Resíduos gerados nas operações		
Diesel (litros)	448	15,91
Viagens de negócios		
Querosene de aviação (litros)	251.152,100	8.024.309,59
Total	253.995.889,06	8.112.691,49

Ecoeficiência

Emissões de gases de efeito estufa (tCO₂e) GRI G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17

	2014
Escopo 1	2.041,98
Fontes fixas (geradores de eletricidade)	225,43
Fontes móveis (transporte de materiais, produtos, empregados)	1.371,64
Emissões fugitivas	444,92
Escopo 2	1.493,10
Compra de eletricidade	1.493,10
Escopo 3	354.630,59
Transporte e distribuição a montante	4.555,53
Transporte de resíduos gerados nas operações	346.947,81
Viagens a negócios	3.127,125

Econômico

Demonstração do Valor Adicionado GRI G4-9, G4-EC1

Exercícios findos em 31 de dezembro (em R\$ mil)	2012	2013	2014
Receitas	7.617.413	7.485.974	5.103.291
Receitas de intermediação financeira	7.925.357	7.326.964	4.868.605
Receita de prestação de serviços e tarifas bancárias	1.759.440	1.791.565	1.141.517
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	-1.446.097	-1.010.596	-894.613
Outras receitas/(despesas) operacionais	-634.984	-619.712	-1.988
Resultados não operacionais	13.697	-2.247	-10.221
Despesas de intermediação financeira	-2.537.344	-2.699.900	-2.658.756
Insumos adquiridos de terceiros	-1.649.853	-1.617.266	-1.000.070
Materiais, energia e outros	-62.959	-63.183	-48.330
Serviços de terceiros	-744.774	-768.822	-477.888
Outras despesas			
Despesas de comunicações	-181.189	-190.942	-65.475
Despesas de processamento de dados	-193.119	-169.559	-170.682
Despesas de propaganda e publicidade	-238.023	-202.436	-78.495
Despesas de serviços do sistema financeiro	-125.737	-120.922	-83.714
Despesas de transporte	-9.123	-6.708	-5.106
Despesas de viagens	-14.977	-17.201	-23.283
Outras despesas administrativas	-79.952	-77.493	-47.097
Valor adicionado bruto	3.430.216	3.168.808	1.444.465
Depreciação, amortização e exaustão	-134.824	-124.968	-103.049
Valor adicionado líquido produzido pela entidade	3.295.392	3.043.840	1.341.415
Valor adicionado recebido em transferência	43.135	29.773	31.718
Resultado de participação em controladas e coligadas	43.135	29.773	31.718
Valor adicionado total a distribuir	3.338.527	3.073.613	1.373.133
Distribuição do valor adicionado			
Pessoal e encargos	-1.481.428	-1.531.886	-1.400.680
Impostos, taxas e contribuições	-1.049.004	-757.26	216.892
Juros e aluguéis	-70.93	-70.644	-64.665
Lucros retidos do exercício	-737.165	-713.823	-124.680
Distribuição do valor adicionado	-3.338.527	-3.073.613	-1.373.133

Obs.: A redução do lucro líquido em relação ao ano anterior se deveu principalmente a dois fatores pontuais: constituição de provisão associada à rápida deterioração de crédito de um cliente em particular; e operações na carteira de títulos utilizados na gestão de riscos e do balanço.

Sumário de conteúdo GRI



Opção “de acordo” essencial GRI G4-32

Conteúdos-padrão gerais	Página	Verificação externa
Estratégia e análise		
G4-1	8	Não
G4-2	19	Não
Perfil organizacional		
G4-3	10	Não
G4-4	10	Não
G4-5	10	Não
G4-6	10	Não
G4-7	10	Não
G4-8	10	Não
G4-9	10, 44	Não
G4-10	41	Não
G4-11	100%	Não
G4-12	33	Não
G4-13	Não ocorreram mudanças significativas	Não
G4-14	Há monitoramento e controle de atividades, incluindo a gestão de riscos no desenvolvimento, no lançamento e na comercialização de produtos, a fim de evitar danos socioambientais, e o melhoramento das instalações, com o acompanhamento de metas para a redução do consumo de energia e água e elaboração de inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE).	Não
G4-15	17	Não
G4-16	17	Não
Aspectos materiais identificados e limites		
G4-17	6	Não
G4-18	7	Não
G4-19	7	Não
G4-20	7	Não
G4-21	7	Não
G4-22	12 - Revisado o valor de investimento social publicado em 2013	Não
G4-23	Não ocorreram	Não
Engajamento de stakeholders		
G4-24	16	Não
G4-25	16	Não
G4-26	16	Não
G4-27	7, 16	Não
Perfil do relatório		
G4-28	6	Não
G4-29	Maio 2014	Não
G4-30	Anual	Não
G4-31	50	Não
G4-32	45	Não
G4-33	Exceto os indicadores financeiros, incluindo a Demonstração do Valor Adicionado - que são auditadas pela KPMG -, os demais dados do relatório não passaram por verificação externa.	Não
Governança		
G4-34	18	Não
G4-35	É permitida a delegação formal de atividades considerando a adequada senioridade daquele que recebe a autoridade. Mas não há transferência da responsabilidade final - especialmente no que diz respeito àquelas regidas por regulamentações específicas, como do Banco Central ou da CVM, que requerem a designação de um diretor estatutário. As delegações devem respeitar o mandato e a alçada dos Comitês. Apesar de inserido em ambiente fortemente regulado, o Citi muitas vezes é regido por boas práticas registradas em políticas globais.	Não

Sumário de conteúdo GRI

Conteúdos-padrão gerais	Página	Verificação externa
G4-38	18	Não
G4-39	18	Não
G4-40	18	Não
G4-41	19	Não
G4-42	14	Não
G4-43	18	Não
G4-44	18	Não
G4-45	19	Não
G4-46	19	Não
G4-47	19	Não
G4-48	6	Não
G4-51	18	Não
G4-55	A remuneração total média cresceu em torno de 13% entre 2014 e 2013, sendo 8% o aumento da maior remuneração no mesmo período.	Não
Ética e integridade		
G4-56	19	Não
G4-57	19	Não
G4-58	19	Não

Informações sobre a forma de gestão e indicadores

Aspectos materiais	Conteúdos-padrão específicos	Página	Omissões	Verificação externa
CATEGORIA ECONÔMICA				
Desempenho econômico	G4-DMA	14, 19, 35		Não
	G4-EC1	44		Não
	G4-EC3	A Citiprevi possui dois tipos de Plano de Aposentadoria, um de Benefício Definido (BD) e outro de Contribuição Definida (CD). Os dois oferecem aposentadoria antecipada, normal ou por invalidez, além de pensão no caso de morte do participante. Os recursos são pagos por meio do fundo da Citiprevi, que é separado dos recursos da organização. Os ativos superam as obrigações, de acordo com estimativas de junho de 2014. Para o plano CD, o funcionário contribui com 3% a 5% do salário, podendo ampliar com mais 1% a 10%. O Citi contribui com 50% sobre essa contribuição no plano CD. O Plano BD é custeado integralmente pela organização, com 3,52% sobre a folha salarial. O nível de participação dos funcionários no Plano BD é de 100% e no Plano CD, de 60%.		Não
Presença no mercado	G4-DMA	35		Não
	G4-EC5	O menor salário pago tanto para homens como para mulheres foi de R\$ 2.554,59, equivalente a 3,5 vezes o salário mínimo nacional.		Não
Impactos econômicos indiretos	G4-DMA	14, 11, 28, 29		Não
	G4-EC7	11		Não
	G4-EC8	28		Não
CATEGORIA AMBIENTAL				
Energia	G4-DMA	32, 33		Não
	G4-EN3	33, 43		Não
	G4-EN4	43		Não
	G4-EN6	32		Não
Água	G4-DMA	32		Não
	G4-EN8	13		Não
	G4-EN9	Não há fonte hídricas significativamente afetadas.		Não
	G4-EN10	13		Não

Informações sobre a forma de gestão e indicadores				
Aspectos materiais	Conteúdos-padrão específicos	Página	Omissões	Verificação externa
Emissões	G4-DMA	32		Não
	G4-EN15	13, 44		Não
	G4-EN16	13, 44		Não
	G4-EN17	13, 44		Não
Efluentes e resíduos	G4-DMA	32, 33		Não
	G4-EN23	33		Não
CATEGORIA: SOCIAL				
Práticas trabalhistas e trabalho decente				
Emprego	G4-DMA	35		Não
	G4-LA1	41, 42		Não
	G4-LA2	Empregados têm direito a: auxílio-creche/babá; <i>check-up</i> ; empréstimo consignado; empréstimo pessoal de emergência; estacionamento; <i>free-choice</i> (verba extra para pagamento de despesas não cobertas pelo plano de saúde e qualidade de vida); restaurante subsidiado ou vale-refeição; seguro de vida em grupo; plano de saúde e odontológico; plano de previdência (fundo próprio); vale-alimentação, vale-transporte e vale-cultura. Estagiários recebem restaurante subsidiado ou vale-refeição e vale-transporte.		Não
	G4-LA3	38	Estão indisponíveis atualmente informações sobre licença-paternidade para homens e sobre percentual de mulheres que continuam trabalhando 12 meses após o retorno da licença-maternidade. Esses controles estão em fase de elaboração e a expectativa é divulgar a informação completa no Relatório de 2016.	Não
Treinamento e educação	G4-DMA	37		Não
	G4-LA9	43		Não
	G4-LA10	37	O Banco não mantém programas de preparação para a aposentadoria. Essa parte do indicador não é aplicável nos programas de gestão de pessoas, que contemplam nesse aspecto exclusivamente planos de aposentadoria descritos no indicador G4-EC3.	Não
	G4-LA11	100%		Não
Diversidade e igualdade de oportunidades	G4-DMA	38, 39		Não
	G4-LA12	42		Não
Igualdade de remuneração entre mulheres e homens	G4-DMA	38, 39		Não
	G4-LA13	43		Não
Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas	G4-DMA	19, 35		Não
	G4-LA16	Foram recebidas 17 reclamações de empregados, das quais 15 solucionadas durante o ano. Os gestores envolvidos foram orientados em relação aos procedimentos adotados.		Não
Direitos humanos				
Não discriminação	G4-DMA	19		Não
	G4-HR3	Não foram registradas		Não
Liberdade de associação e negociação coletiva	G4-DMA	19, 33		Não
	G4-HR4	Não foram observados.		Não

Sumário de conteúdo GRI

Informações sobre a forma de gestão e indicadores				
Aspectos materiais	Conteúdos-padrão específicos	Página	Omissões	Verificação externa
Trabalho Infantil	G4-DMA	33		Não
	G4-HR5	Não foram observados.		Não
Trabalho forçado ou análogo ao escravo	G4-DMA	33		Não
	G4-HR6	Não foram observados.		Não
Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a direitos humanos	G4-DMA	19		Não
	G4-HR12	Não foram recebidas queixas nos dois mecanismos formais de reclamações: Ouvidoria e uma linha direta global, disponível em todos os idiomas dos países em que o Citi atua, durante 24 horas por dia, nos 7 dias da semana e por meio de carta, e-mail ou telefone (a cobrar ou gratuito). Esse serviço é administrado por empresa contratada pelo Citi.		Não
Sociedade				
Comunidades locais	G4-DMA	11, 17		Não
	G4-S01	11, 17		Não
	G4-FS14	23		Não
Combate à corrupção	G4-DMA	19		Não
	G4-S03	19		Não
	G4-S04	19		Não
	G4-S05	Não foram registrados.		Não
Políticas públicas	G4-DMA	19		Não
	G4-S06	O Citi não faz contribuições dessa natureza.		Não
Conformidade	G4-DMA	19		Não
	G4-S08	Não foram registradas		Não
Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a impactos na sociedade	G4-DMA	16, 17		Não
	G4-S011	A Ouvidoria registrou 90 reclamações relacionadas a impactos na sociedade relativas ao futuro fechamento de uma agência, única do Banco naquela cidade.		Não
Responsabilidade pelo produto				
Rotulagem de produtos e serviços	G4-DMA	22, 23		Não
	G4-PR5	23		Não
	FS16	23		Não
Privacidade do cliente	G4-DMA	19, 21		Não
	G4-PR8	Foram registradas três reclamações: 1) Recebimento de fatura de cartão de crédito juntamente com a de outro cliente (envelopadas erroneamente). 2) Envio de informações por correio eletrônico de outro cliente para um com e-mail parecido. 3) No manuseio de correspondências da Ouvidoria, parceiro enviou erroneamente a documentação de um cliente para outro. Em todos os casos, houve reinstrução dos funcionários e terceiros, bem como contato com os clientes para sanar as ocorrências.		Não
Conformidade	G4-DMA	19, 21		Não
	G4-PR9	R\$ 2.768.619,26. O valor refere-se a: 1) Descumprimento de lei estadual de SP, que bloqueia ligações de telemarketing para consumidores cadastrados no Procon. 2) Não atendimento ou demora no atendimento a ligações do Procon ao Banco. 3) Processo do Ministério Público de Minas Gerais por três supostas irregularidades em listas de tarifas, exibição de Código de Defesa do Consumidor e espera de atendimento acima de 15 minutos.		Não
Portfólio de produtos	FS1	31		Não
	FS2	31		Não
	FS3	32		Não
	FS4	31		Não
Auditoria	FS9	32		Não

Indicadores GRI-G4 contemplados neste Relatório

G4-1	Declaração do principal tomador de decisão na organização
G4-2	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades
G4-3	Nome da organização
G4-4	Principais marcas, produtos e serviços
G4-5	Localização da sede da organização
G4-6	Número de países nos quais a organização opera e nos quais as suas principais operações estão localizadas ou que são especialmente relevantes para os tópicos de sustentabilidade abordados no relatório
G4-7	Natureza da propriedade e forma jurídica da organização
G4-8	Mercados em que a organização atua (com discriminação geográfica, setores abrangidos e tipos de clientes e beneficiários)
G4-9	Porte da organização (número de empregados, número total de operações, vendas líquidas, capitalização total discriminada em termos de dívida e patrimônio líquido), quantidade de produtos ou serviços prestados
G4-10	Número total de empregados próprios e terceirizados discriminados por contrato de trabalho, tipo de emprego, gênero e região
G4-11	Percentual do total de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva
G4-12	Descrição da cadeia de fornecedores da organização
G4-13	Mudanças significativas ocorridas no decorrer do período coberto pelo relatório em relação a porte, estrutura, participação acionária ou cadeia de fornecedores da organização
G4-14	Relate se e como a organização adota a abordagem do princípio da precaução
G4-15	Cartas, princípios e iniciativas desenvolvidos externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa
G4-16	Participação da organização em associações (como federações de indústrias) e organizações nacionais ou internacionais de defesa
G4-17	Entidades incluídas nas Demonstrações Financeiras consolidadas ou documentos equivalentes da organização
G4-18	Processo para a definição do conteúdo do relatório e os limites dos aspectos
G4-19	Aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo do relatório
G4-20	Limite de cada aspecto material dentro da organização
G4-21	Limite de cada aspecto material fora da organização
G4-22	Efeito de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para essas reformulações
G4-23	Alterações significativas em relação a relatórios anteriores em escopo e limites do aspecto
G4-24	Lista de grupos de stakeholders engajados pela organização
G4-25	Base usada para a identificação e seleção de stakeholders para engajamento
G4-26	Abordagem para engajar stakeholders, inclusive frequência de engajamento, discriminada por tipo e grupo, com a indicação de que algum engajamento foi especificamente promovido como parte do processo de preparação do relatório
G4-27	Principais temas e preocupações levantados por meio do engajamento das partes interessadas
G4-28	Período coberto pelo relatório para as informações apresentadas
G4-29	Data do relatório anterior mais recente
G4-30	Ciclo de emissão de relatórios (anual, bienal, etc.)
G4-31	Ponto de contato para perguntas sobre o relatório ou seu conteúdo
G4-32	Relate o Sumário de Conteúdo da GRI e opção escolhida (essencial ou abrangente)
G4-33	Política e prática adotadas pela organização para submeter o relatório a uma verificação externa
G4-34	Estrutura de governança da organização, incluindo os comitês do mais alto órgão de governança
G4-35	Processo para a delegação de autoridade sobre tópicos econômicos, ambientais e sociais pelo mais alto órgão de governança para executivos seniores e outros empregados.
G4-38	Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês
G4-39	Indicação caso o presidente do mais alto órgão de governança seja também um diretor executivo (e, nesse caso, sua função na gestão da organização e as razões para esse acúmulo)
G4-40	Processos de seleção e nomeação para o mais alto órgão de governança e seus comitês, bem como os critérios adotados para selecionar e nomear os membros do mais alto órgão de governança,
G4-41	Processos usados pelo mais alto órgão de governança para garantir a prevenção e administração de conflitos de interesse
G4-42	Papéis desempenhados pelo mais alto órgão de governança e pelos executivos seniores no desenvolvimento, aprovação e atualização do propósito, declaração de missão, visão e valores, e definição de estratégias, políticas e metas relacionadas a impactos econômicos, ambientais e sociais da organização
G4-43	Medidas tomadas para o aprimoramento do CA em temas econômicos, sociais e ambientais
G4-44	Processos de avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança no que diz respeito à governança de tópicos econômicos, ambientais e sociais.
G4-45	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na identificação e gestão de impactos, riscos e oportunidades derivados de questões econômicas, ambientais e sociais.
G4-46	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na análise da eficácia dos processos de gestão de risco da organização para tópicos econômicos, ambientais e sociais
G4-47	Frequência com que o mais alto órgão de governança analisa impactos, riscos e oportunidades derivados de questões econômicas, ambientais e sociais
G4-48	Órgão ou o cargo de mais alto nível que analisa e aprova formalmente o relatório de sustentabilidade da organização e garante que todos os Aspectos materiais sejam abordados
G4-51	Políticas de remuneração aplicadas ao mais alto órgão de governança e a executivos seniores
G4-55	Proporção entre o aumento percentual da remuneração total anual do indivíduo mais bem pago da organização em cada país em que possua operações significativas e o aumento percentual médio da remuneração anual total de todos os empregados (excluindo o mais bem pago) no mesmo país

Indicadores GRI-G4 contemplados neste Relatório

G4-56	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética
G4-57	Mecanismos internos e externos adotados pela organização para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação, como canais de relacionamento (ex.: ouvidoria)
G4-58	Mecanismos internos e externos adotados pela organização para comunicar preocupações em torno de comportamentos não éticos ou incompatíveis com a legislação e questões relacionadas à integridade organizacional, como encaminhamento de preocupações pelas vias hierárquicas, mecanismos para denúncias de irregularidades ou canais de denúncias.
G4-EC1	Valor econômico direto gerado e distribuído
G4-EC3	Cobertura das obrigações previstas no plano de pensão de benefício definido da organização
G4-EC5	Variação da proporção do salário mais baixo, discriminado por gênero, comparado ao salário mínimo local em unidades operacionais importantes
G4-EC7	Desenvolvimento e impacto de investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos
G4-EC8	Impactos econômicos indiretos significativos, inclusive a extensão dos impactos
G4-EN3	Consumo de energia dentro da organização
G4-EN4	Consumo de energia fora da organização
G4-EN6	Redução do consumo de energia
G4-EN8	Total de retirada de água por fonte
G4-EN9	Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água
G4-EN10	Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada
G4-EN15	Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (escopo 1)
G4-EN16	Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia (escopo 2)
G4-EN17	Outras emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (escopo 3)
G4-EN23	Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição
G4-LA1	Número total e taxas de novas contratações de empregados e rotatividade por faixa etária, gênero e região
G4-LA2	Benefícios concedidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período, discriminados por unidades operacionais importantes da organização
G4-LA3	Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença maternidade/paternidade, discriminadas por gênero
G4-LA9	Número médio de horas de treinamento por ano por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional
G4-LA10	Programas de gestão de competências e aprendizagem contínua que contribuem para a continuidade da empregabilidade dos empregados em período de preparação para a aposentadoria.
G4-LA11	Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira, discriminado por gênero e categoria funcional
G4-LA13	Razão matemática do salário e remuneração entre mulheres e homens, discriminada por categoria funcional e unidades operacionais relevantes
G4-LA16	Número de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal
G4-HR3	Número total de casos de discriminação e medidas corretivas tomadas
G4-HR4	Operações e fornecedores identificados em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva possa estar sendo violado ou haja risco significativo e as medidas tomadas para apoiar esse direito
G4-HR5	Operações e fornecedores identificados como de risco para a ocorrência de casos de trabalho infantil e medidas tomadas para contribuir para a efetiva erradicação do trabalho infantil
G4-HR6	Operações e fornecedores identificados como de risco significativo para a ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e medidas tomadas para contribuir para a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou análogo ao escravo
G4-HR12	Número de queixas e reclamações relacionadas a impactos em direitos humanos registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal
G4-S01	Percentual de operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local
G4-S03	Número total e percentual de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção e os riscos significativos identificados
G4-S04	Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção
G4-S05	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas
G4-S06	Valor total de contribuições financeiras para partidos políticos e políticos, discriminado por país e destinatário/beneficiário
G4-S08	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias aplicadas em decorrência da não conformidade com leis e regulamentos
G4-S011	Número de queixas e reclamações relacionadas a impactos na sociedade registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal
G4-PR5	Resultados de pesquisas de satisfação do cliente
G4-PR8	Número total de queixas e reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade e perda de dados de clientes
G4-PR9	Valor monetário de multas significativas por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços
FS1	Políticas com componentes socioambientais específicos aplicadas às linhas de negócios
FS2	Procedimentos para avaliação e triagem de riscos socioambientais nas linhas de negócios
FS3	Processos de monitoramento de clientes na implementação e no do cumprimento de exigências socioambientais incluídas em contratos
FS4	Processo(s) para aperfeiçoar a competência dos colaboradores em implementar as políticas socioambientais e os procedimentos socioambientais aplicados às linhas de negócios
FS9	Cobertura e frequência das auditorias para avaliar a implementação de políticas socioambientais e procedimentos de avaliação de risco
FS14	Iniciativas para melhorar o acesso aos serviços financeiros de pessoas desfavorecidas
FS16	Iniciativas para aumentar a educação financeira, por tipo de beneficiário

Expediente

Coordenação geral

Diretoria de Assuntos Corporativos e Sustentabilidade Citi Brasil

Consultoria GRI, redação, edição e revisão

Editora Contadino

Projeto gráfico e diagramação

Multi Design

Fotos

Banco de imagens Citi
Banco de imagens parceiros
Citi for Culture
Nubia Abe
iStock Photos

Impressão e acabamento

Gráfica: Formags
Tiragem: 1.850 exemplares
Papel miolo: Couche fosco 120g - certificado
Papel capa: Duodesign 300g - certificado

Como contatar o Citi GRI G4-31

Citiphone

Capitais e regiões metropolitanas
4004 2484

Outras localidades
0800 701 2484

SAC Citi

0800 979 2484

SAC cartões

Diners

0800 724 4649

Cartões corporativos

0800 724 4653

Ouvidoria

0800 970 2484

Deficiente auditivo 0800 722 2484

SAC Citi

0800 724 2484

SAC cartões

Diners

0800 724 4614

Cartões corporativos

0800 724 4614

Ouvidoria

0800 724 2484

Sustentabilidade

assuntoscorporativos@citi.com

Presença multimídia



Facebook

facebook.com/CitiBrasil



Twitter

@CitiBrasil
@FaleComCiti



Blog

Citibank.com.br/blog



Youtube

youtube.com/CitiBrasil

