

nuestras responsabilidades compartidas

Tenemos una responsabilidad con nuestros clientes

Nuestros clientes deben ser lo primero, debemos proporcionarles asesoramiento, productos y servicios de calidad superior y siempre actuar con los más altos niveles de integridad.

Tenemos una responsabilidad los unos con los otros

A fin de que las personas sobresalientes desarrollen su potencial, debemos brindarles las mejores oportunidades. Debemos tratar con respeto a nuestros compañeros de trabajo, fomentar nuestra extraordinaria diversidad, compartir nuestros éxitos y aceptar la responsabilidad de nuestros fracasos.

Tenemos una responsabilidad con nuestra franquicia

Debemos anteponer los intereses a largo plazo de Citigroup por encima de las ganancias a corto plazo de cada unidad y generar resultados superiores para nuestros accionistas. Debemos respetar la cultura local y participar activamente en las comunidades en las que trabajamos y vivimos. Debemos honrar a aquellos que nos precedieron y extender nuestro legado para aquellos que vendrán después de nosotros.

resumen financiero

INGRESOS NETOS DE CITIGROUP POR SEGMENTOS Y PRODUCTOS EN MILLONES DE DÓLARES

	2006	2005	% DE CAMBIO
INGRESOS POR SEGMENTO Y PRODUCTO			
GLOBAL CONSUMER			
Tarjetas de Estados Unidos	\$3.890	\$2.754	41%
Tarjetas de Estados Unidos	2.027	1.752	16
Préstamos al consumidor en EE. UU.	1 912	1.938	(1)
Actividades comerciales en EE. UU.	561	729	(23)
Total de Consumer en EE.UU.	\$8.390	\$7.173	17%
Tarjetas internacionales	\$1.137	\$1.373	(17)%
Financiamiento al consumidor internacional	40	642	(94)
Banca minorista internacional	2.840	2.083	36
Total de International Consumer	\$4.017	\$4.098	(2)%
Otros	\$(351)	\$(374)	6%
Total de Global Consumer	\$12.056	\$10.897	11%
CORPORATE AND INVESTMENT BANKING			
Banco y mercados de capitales	\$5.763	\$5.327	8%
Servicios transaccionales	1.426	1.135	26
Otros	(62)	433	NS
Total de Corporate and Investment Banking	\$7.127	\$6.895	3%
GLOBAL WEALTH MANAGEMENT			
Smith Barney	\$1.005	\$871	15%
Private Bank	439	373	18
Total de Global Wealth Management	\$1.444	\$1.244	16%
CITIGROUP ALTERNATIVE INVESTMENTS	\$1.276	\$1.437	(11)%
CORPORATIVAS/OTRAS	\$(654)	\$(667)	2%
INGRESOS DE LAS OPERACIONES CONTINUADAS	\$21.249	\$19.806	7%
INGRESOS DE LAS OPERACIONES DESCONTINUADAS¹	\$289	\$4.832	(94)%
EFFECTO ACUMULADO DE CAMBIO DE CONTABILIDAD²	-	\$(49)	-
TOTAL DE INGRESOS NETOS	\$21.538	\$24.589	(12)%
GANANCIAS DILUIDAS POR ACCIÓN DE OPERACIONES CONTINUADAS	\$4.25	\$3.82	11%

¹ El 2005 incluye una ganancia de US\$2,1 mil millones después de impuestos sobre la venta del negocio Travelers Life and Annuities, así como una ganancia de US\$2,1 mil millones después de impuestos sobre la venta del negocio Asset Management.

² El cambio en la contabilidad del 2005 (US\$49) millones refleja la adopción de FIN 47.

NS—No significativo





el equipo de liderazgo de Citi

(para conocer sus nombres, vea la última página de este Informe Anual)



Estimados accionistas:

Hemos avanzado mucho durante los últimos años y me siento muy satisfecho con el progreso que estamos alcanzando. Estamos haciendo crecer a nuestra franquicia de forma más equilibrada, con un mayor enfoque en lograr crecimiento orgánico a nivel mundial. Estamos integrando nuestros negocios y luchamos por mostrar una sola cara a nuestros clientes. Por supuesto, aún tenemos mucho trabajo por delante, pero nos encontramos en camino hacia un crecimiento estable y a largo plazo.

Invirtiendo para nuestro futuro

En la actualidad, Citi se encuentra en vías de convertirse en la compañía a la que aspiramos ser, es decir, una compañía que crece cuando prestamos un mejor servicio a nuestros clientes... una compañía con la suficiente agilidad para aprovechar las oportunidades que se presenten en cualquier parte del mundo... y una compañía que actúa con responsabilidad y que cuenta con empleados que se enorgullecen de trabajar aquí.

En mi carta del año pasado a ustedes, me referí a nuestras prioridades estratégicas y lo importante que es invertir en nuestro futuro: ampliando nuestra distribución a nivel mundial, sacando partido de las capacidades de toda nuestra organización en sus diversos negocios y en cualquier parte del mundo, integrando nuestra tecnología con vistas a contar con una plataforma común que nos permita prestar un mejor servicio a nuestros clientes, y funcionando cotidianamente como una sola compañía.

Durante el año 2006 logramos importantes avances en estos objetivos estratégicos, que incluyeron:

Ampliación de nuestro alcance

- Lanzamos nuestro negocio de banca electrónica, Citibank Direct, que generó depósitos ascendentes a cerca de US\$10 mil millones
- Nos asociamos con 7-Eleven®, lo que añadió 5.500 cajeros automáticos (ATM) en Estados Unidos; ampliamos nuestro programa de socios de Tarjetas a más de 80.000 ubicaciones en América del Norte y expandimos nuestra presencia en 37 países
- Lanzamos los servicios de Custodia Directa y Compensación en otros cinco países

Conexión de nuestros negocios

- Avanzamos en nuestros esfuerzos por acercar el poder de un solo Citi a nuestros clientes de Citi Smith Barney, Citibank, CitiMortgage, Citi Cards y Préstamos Estudiantiles, al ofrecerles una gama más amplia de productos (banca minorista, préstamos comerciales, hipotecas, inversiones) a través de programas pilotos en nuestros Centros Financieros de Boston y Filadelfia. Basándonos en los resultados que obtengamos, perfeccionaremos el modelo para extenderlo aún más en Estados Unidos
- Introdujimos el programa “Bank at Work” en ocho nuevos países (ver página 12)
- Lanzamos un programa piloto mediante el cual determinadas sucursales de CitiFinancial ofrecen productos de Citibank

Utilización de la tecnología para atender mejor a nuestros clientes a un menor costo

- Introdujimos en Singapur el primer servicio de tarjetas de crédito biométricas del mundo (ver página 8), así como cajeros automáticos biométricos en la India
- Recortamos costos mediante la reducción en un 20% del número de centros de datos a nivel mundial

- Sacamos mayor provecho de nuestros “call centres” al permitir que nuestros representantes de servicio al cliente no sólo realizaran su actividad normal, sino que también pudieran ofrecer productos a los clientes

Asignación eficiente del capital

- Adquirimos una participación estratégicamente importante en Housing Development Finance Corporation Limited (12,3%), Akbank (20%), y Guangdong Development Bank (20%); y dimos a conocer nuestras adquisiciones del Grupo Financiero Uno, Grupo Cuscatlán (ver página 14), Quilter, y, a principios del año 2007, de ABN AMRO Mortgage Group y de Egg Banking plc
- Aportamos aproximadamente US\$17 mil millones en capital a nuestros propietarios
- Recibimos el aumento de categoría por parte de Moody's a Citibank, N.A. a Aaa, una clasificación que pocas instituciones financieras pueden ostentar. Adicionalmente, a principios del 2007 recibimos aumentos de categoría por parte de Standard & Poor's, con un aumento a AA/A-1+ también para Citigroup Inc., al igual que un aumento a AA+ de las clasificaciones de Citibank, N.A.

Estos fueron algunos de los pasos que dimos durante el año 2006, los cuales constituyeron importantes avances. Aún nos queda un largo camino por recorrer, pero seguiremos ampliando muchas de estas y otras actividades durante el 2007.

Nuestras prioridades para el 2007

Tenemos tres objetivos claros para este año:

Aumento de la actividad de consumo en EE. UU.—Estamos trabajando para generar un mejor crecimiento en la actividad de consumo en EE. UU. mediante la ampliación de nuestros productos y de nuestro alcance. También, nos encontramos en el segundo año de un plan de cinco años para implementar una plataforma de tecnología común que nos permita servir a la perfección a los clientes de banca de consumo en EE. UU., a medida que desarrollamos nuestras relaciones con ellos.

Crecimiento internacional—El objetivo es centrar más actividades fuera de Estados Unidos, donde las oportunidades de crecimiento son mayores. Estamos haciéndolo, entre otras actividades, mediante la apertura de sucursales en mercados clave (aproximadamente, un 70% de nuestras nuevas sucursales se han abierto en los mercados emergentes). También nos encontramos realizando adquisiciones específicas destinadas a llenar algunos vacíos. Por ejemplo, la de Egg Banking plc, el banco exclusivamente de Internet más grande del mundo y uno de los principales proveedores de servicios financieros por Internet del Reino Unido. Adicionalmente, estamos ampliando nuestra capacidad de oferta de productos en nuestro negocio de Mercados y Banca.

Mejorar la forma en que operamos—Aunque el control de nuestros gastos constituye un elemento primordial para todo lo que nos proponemos alcanzar durante el 2007 y más allá, queremos hacer más que simplemente reducir los costos de lo que

ahora hacemos. Un objetivo fundamental es mejorar la forma en que operamos, volviendo a analizar qué hacemos y cómo lo hacemos. Durante el primer trimestre del 2007, estudiamos de forma integral la estructura de nuestra plataforma de gastos. Estamos eliminando escalones de actividad que entorpecen nuestro sistema, lo cual liberará a la organización y nos convertirá en una compañía más perfeccionada, ágil y eficaz, permitiéndonos aumentar con mayor rapidez los ingresos y mejorar los servicios que prestamos a nuestros clientes.

Desempeño financiero

El resultado final de nuestro desempeño financiero durante el 2006 fue bueno, pero no espectacular. Las ganancias por acción producto de las operaciones continuadas aumentaron un 11%, con un aumento del 7% en los ingresos netos producto de las operaciones continuadas: la diferencia positiva refleja nuestros dividendos en efectivo para los accionistas a través de una recompra de acciones ascendente a US\$7 mil millones en el 2006. Nuestros dividendos totales para los accionistas fueron de casi un 20% para el año, un nivel que nos colocó en el centro de un grupo de compañías de servicios financieros. A continuación, un vistazo más de cerca a lo que funcionó bien, así como a lo que no llegó a satisfacer las expectativas.

Los ingresos fueron de US\$89.6 mil millones, un aumento del 7%, pero menor que nuestro plan para el año. En lo que respecta a nuestros resultados finales, este déficit se vio compensado, en gran medida, por resultados crediticios mejores de lo esperado y una disminución de los impuestos. No obstante, no se logró cumplir con las expectativas. En un cierto nivel, no importa el por qué, pero en otro nivel, resulta importante entender qué sucedió, para que de esta forma los esfuerzos futuros puedan tener mejores resultados. En nuestro caso, el no alcanzar los ingresos planificados se debió, en gran escala, a nuestro negocio de banca de consumo, lo cual refleja en parte un entorno difícil para la curva de rendimientos y un cambio impulsado por los consumidores hacia los préstamos hipotecarios de menor rendimiento para la compra de viviendas y también refleja en parte las consecuencias de la etapa inicial de nuestro cambio hacia un modelo de crecimiento más orgánico.

Los gastos aumentaron un 15%, lo que incluye tres puntos porcentuales de un cambio contable adoptado por todo el sector y relacionado con la compensación de las acciones durante el 2006. Si se excluye este cambio contable, el crecimiento de los gastos estuvo, por lo general, en concordancia con nuestras expectativas, a medida que seguíamos invirtiendo agresivamente en nuestras iniciativas de crecimiento orgánico, incluyendo la apertura de un promedio de tres sucursales al día durante el 2006.

Como una contribución positiva a nuestros resultados finales, estuvieron los menores costos de los créditos, lo que reflejó el continuado ambiente crediticio favorable a nivel mundial, incluyendo un nivel muy bajo de declaraciones de quiebra en nuestro negocio de banca de consumo en EE. UU. También obtuvimos beneficios fiscales durante el año que condujeron a una tasa de impuestos del 27,3%, menos de lo normal.

De manera que, aunque terminamos el año con buenos resultados finales, la forma en que los obtuvimos (mejores créditos e impuestos) no es cómo hubiéramos querido alcanzarlos.

Cuando miramos hacia el 2007, consideramos que es bueno el ambiente crediticio a nivel mundial, con algunas excepciones, pero estamos muy centrados en el manejo de nuestra exposición. Prevemos un deterioro moderado del crédito durante el 2007, por lo que estamos tomando eso en cuenta al administrar nuestra cartera.

Esperamos lograr un aumento de los resultados finales a través de una mejor relación entre el aumento de los ingresos y de los gastos, y no prevemos que se produzca una repetición del ambiente crediticio ni beneficios fiscales tan favorables.

Un Citi

Como probablemente se percataron al ver la portada de este informe, hemos dado otro paso importante y visible con respecto a la evolución de nuestra compañía. Nos hemos unido, por primera vez, bajo una marca

común: Citi.

No hace mucho, Citi agrupó a muchas compañías excelentes con la promesa de que podríamos prestar un mejor servicio a nuestros clientes como una sola organización. Lograr cumplir con dicha promesa ha llevado tiempo, pero nuestro progreso ha sido tangible y hemos establecido un enfoque común a lo largo y ancho de nuestra compañía, para alcanzar nuestra meta.

En la actualidad, estamos unidos como una misma compañía, un solo Citi, con una marca común: una marca que afirma que el éxito de nuestros clientes es nuestro propio éxito, y que dice que estamos enfocados en impulsar un desempeño victorioso para nuestros clientes y en brindarles el mejor servicio posible en todo momento y en todo lugar que hagan negocios con nosotros.

Día de la Comunidad Mundial

El 18 de noviembre de 2006, nuestros empleados escribieron otro trascendental capítulo para el importante legado de Citi, el primer Día de la Comunidad Mundial celebrado por la compañía. En este día aproximadamente 45.000 de nuestros empleados (incluyendo familiares y amigos) aportaron de forma voluntaria su tiempo y su talento en 100 países para ayudar a marcar la diferencia en las comunidades donde vivimos y trabajamos.

Mi esposa Peggy y yo visitamos una aldea en el condado de Laishui, en China donde yo impartí una clase sobre el crédito a los empleados de microcrédito, ella ayudó a pintar una escuela y, juntos, cosechamos puerros de uno de los clientes de microcrédito de Citi. Ese día fue un éxito total, y ya están en marcha los planes para nuestro próximo Día de la Comunidad Mundial que se celebrará el 17 de noviembre de 2007.

Unas palabras de agradecimiento

Antes de terminar, permítanme agradecer a Dudley Mecum y a Ann Jordan por su servicio en nuestra Junta Directiva. Ambos se jubilarán en el mes de abril.

En 1986, Dudley se unió a la junta de Commercial Credit, una compañía predecesora. Actualmente es el único director activo que ha estado con nosotros durante todo este increíble trayecto, y ha sido un formidable gestor de nuestro éxito. Ann se hizo directora en 1989, cuando la compañía era conocida como Primerica Corporation. Ella ha sido una importante voz para nosotros, así como una maravillosa compañera, cuyas contribuciones a Citi perdurarán en el tiempo. Por último, quisiera decir algunas palabras acerca del Presidente Ford, quien sirvió durante dos décadas en nuestra Junta Directiva. Ford fue un excelente amigo y sus consejos fueron importantes para nuestro éxito. Se le extrañará profundamente y nunca lo olvidaremos.

En resumen

Hemos avanzado considerablemente durante el pasado año, gracias al esfuerzo de nuestros 325.000 empleados en más de 100 países. No obstante, aún nos queda mucho por hacer. Nuestra meta es ser una organización más dedicada al cliente, es decir, más accesible, innovadora y capaz de aprovechar con rapidez las numerosas oportunidades únicas que se presentan para el crecimiento mundial de Citi.

Creo firmemente que hemos dado inicio a una era de un renovado crecimiento y que los cambios que estamos implementando conducirán a un crecimiento sostenible de los beneficios para los accionistas.

El respaldo de todos ustedes, que agradezco profundamente, es imprescindible para el éxito a largo plazo de nuestro trayecto. Espero verlos en nuestra reunión anual.



Charles Prince



Estimados accionistas:

La economía mundial se encuentra en medio de una transformación y cambios de proporciones históricas, incluyendo el rápido desarrollo tecnológico, la disminución de barreras comerciales y de inversión, la difusión de las economías de mercado, la implementación de educación y de otras políticas destinadas a aumentar la productividad en China, la India y en otros países de los mercados emergentes y, como consecuencia de todo esto, el surgimiento de China y de la India, no sólo como enormes mercados potenciales, sino también como poderosos competidores.

Este ambiente de cambio y transformación crea grandes posibilidades para todas las partes de la economía mundial, pero la consecución de dichas oportunidades implica el establecimiento de sólidas políticas que promuevan la productividad, el crecimiento y una amplia participación en dicho crecimiento; por consiguiente, cualquier economía que no se encuentre a la altura de dichos desafíos podría tropezar con obstáculos considerables.

Este ambiente dinámico también crea formidables oportunidades para aquellas instituciones económicas del sector privado que se comporten de forma enérgica ante los rápidos cambios. Instituciones que cuenten con las dimensiones, el alcance y la calidad para satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes, que tengan una verdadera orientación internacional y que creen un ambiente atractivo y motivador para las personas emprendedoras. Citi está posicionada de forma muy ventajosa en todos estos aspectos. Por otro lado, al igual que se aplica a nuestros sistemas políticos nacionales, todas las instituciones privadas, entre ellas Citi, también enfrentan enormes desafíos que deben superarse con vistas a alcanzar todo su potencial, y lograr vencer dichos desafíos es un elemento esencial del enfoque y el liderazgo de Chuck Prince.

Dichos desafíos incluyen todo lo que esté relacionado con ofrecer una oportunidad excepcional a las personas más destacadas en todas las áreas; rediseñar los proyectos para satisfacer los objetivos de Citi con respecto al control, procesamiento y otros fines de la forma más efectiva y eficiente posible; contar con un dinamismo estratégico y operativo; encontrar el equilibrio perfecto entre la inversión a largo plazo y el desempeño a corto plazo; mantener una cultura y unos procesos que minimicen la inevitable problemática de asuntos relacionados con las entidades reguladoras y otros similares; y mucho más. Todo esto está a nuestro alcance y la combinación de las enormes fortalezas de Citi con su empeño de vencer dichos desafíos puede crear una organización equipada de forma única dentro de la economía mundial para abordar eficazmente las necesidades de sus clientes, proporcionar excelentes oportunidades para sus empleados, recompensar a sus accionistas y contribuir a las economías donde operamos.

También considero que todos los que integramos la comunidad de Citi (empleados, accionistas y clientes) debemos participar en nuestros respectivos sistemas políticos nacionales. Los líderes políticos deben tomar las decisiones más acertadas para alcanzar el éxito económico, aunque las condiciones políticas sean difíciles. Y ello incluye no sólo centrarse en el crecimiento, sino también participar extensamente en dicho crecimiento y garantizar un nivel adecuado de la seguridad económica para todos. Estos son objetivos que se complementan de manera recíproca, ya que la economía de mercado y la liberalización del comercio sólo recibirán un amplio apoyo popular cuando la gran mayoría de las personas consideren que dichas políticas les están beneficiando. De igual forma, los legisladores deben reconocer que las sólidas y exitosas instituciones del sector privado que toman decisiones basadas en el mercado son esenciales para el bienestar de las economías nacionales y para la economía mundial.

Durante algunos años, la economía mundial ha presentado condiciones económicas y mercados sólidos, a pesar de serios desequilibrios financieros, riesgos geopolíticos y un sinnúmero de cuestiones. Los inversionistas, las empresas y los legisladores, no obstante, deben evitar caer en la tentación de la complacencia que se filtra en los períodos prolongados de fortalezas económicas y de mercado, y reconocer no sólo las oportunidades sino también los riesgos. Para así operar con éxito y colocarse en una posición firme para los años que se avecinan.

Citi está centrada intensamente en abordar sus propios desafíos y en ofrecer su amplia exposición geográfica y de productos, así como su enorme solidez, al servicio de nuestros clientes para que puedan navegar exitosamente en el complejo ambiente del mercado de nuestros días.

Robert Rubin

un Citi

Los relatos actuales de Citi son relatos de colaboración, es decir, trabajamos de forma cruzada entre todos los negocios de nuestra franquicia para encontrar las mejores soluciones para nuestros clientes.

He aquí algunos de dichos relatos.



una innovación más

Cuando Anand Cavale, Director Empresarial de Productos de Pagos Crediticios, de Citibank Singapur; Nicole Ang, Directora de Tarjetas Básicas; y Nigel Siah, Gerente de Productos, llegaban al trabajo cada mañana del año pasado, nunca se les ocurrió pensar que estaban haciendo historia.

Pero cuando a fines del año pasado el primer cliente puso suavemente su pulgar en un pequeño escáner en el establecimiento Coffee Bean & Tea Leaf en Singapur, Anand, Nicole y Nigel (junto con cada integrante del equipo del proyecto biométrico) sabían que podría estar cambiando la forma en que las personas pagan sus compras.

Citi acababa de poner en marcha el primer servicio de tarjetas de crédito biométricas en Singapur. De ahora en adelante los titulares de la tarjeta Clear Platinum de Citi no necesitarán una tarjeta de crédito para cenar, ir de compras o simplemente pagar por una taza de café en muchos comercios minoristas de Singapur. Sólo necesitan su huella digital.

Nicole: “Este es el tipo de innovación para el cliente por la que queremos ser conocidos, y resulta muy alentador haber desempeñado un pequeño papel en hacerla realidad.”

Numerosos equipos de trabajo de nuestros negocios de Tarjetas y de Citibank, junto con nuestros especialistas de Operaciones y Tecnología, se asociaron para brindar a los clientes no sólo más opciones a la hora de pagar, sino una mayor protección contra el fraude de tarjetas de crédito.

“Es formidable ser los primeros en lograrlo” comentó Nigel, “pero también creemos que Citi ha contribuido a cambiar el mercado de tarjetas de crédito y la forma en que los clientes se comportan. Cuando uno piensa en eso, se da cuenta de que es algo extraordinario.”

Por supuesto, este servicio ha sido ampliado a otros titulares de tarjetas, y pronto comenzará a ofrecerse en otros lugares, pero nuestros empleados de Singapur se enorgullecen de haber sido los pioneros.

“Este tipo de iniciativa sólo tiene éxito”, afirmó Anand, “gracias a que contamos con personas de varias unidades que están dispuestas a trabajar juntas desde el primer día y a compartir sus conocimientos, de manera que podamos prestar un mejor servicio a nuestros clientes.”



Nigel Siah, Anand Cavale y Nicole Ang en Singapur



una gran relación

Este es el tipo de operación comercial que destaca el poder de un solo Citi. El año pasado, enfrentada a una clasificación crediticia en franco deterioro, General Motors decidió vender una participación mayoritaria de su actividad financiera, General Motors Acceptance Corporation.

Desde hace mucho tiempo, GMAC ha sido un componente esencial de GM, y su salud era vital para la compañía.

Al reconocer la complejidad y premura de la situación, Citi trabajó en equipo con Cerberus Capital Management para ayudar a GM a resolver el dilema.

La operación multimillonaria (MM) de GMAC reunió la experiencia y los recursos de dos de nuestras principales líneas de negocios, Mercados y Banca, y el Citi Private Equity Group de Citi Alternative Investments (CAI)—en nombre de uno de nuestros clientes más preciados y antiguos, General Motors.

“En los 18 años que llevo aquí, esta ha sido una de las operaciones más emocionantes y complicadas en las que he trabajado”, aseveró Brad Coleman, Director Conjunto de North American Financial Entrepreneurs Group para nuestro negocio de Mercados y Banca.


“Y se ajustó precisamente a los puntos fuertes de la franquicia de acciones, renta fija

y banca de inversión de Citi.”

Un grupo de personas procedentes de numerosos negocios de Citi trabajó en la transacción, trayendo a la mesa de negociaciones nuestro acceso sin precedentes a los mercados de capital, nuestro formidable conocimiento institucional de GM, así como nuestra capacidad de proporcionar soluciones de todo tipo, desde Fusiones y Adquisiciones hasta financiamiento.

“GMAC fue, en verdad, un esfuerzo de colaboración en toda la extensión de la palabra”, afirmó Millie Kim, Asesora General para CAI. A lo que John Barber, Socio Administrativo de la división Citigroup Private Equity de CAI, agregó: “Proporcionamos toda la gama de respuestas a esta transacción, respuestas derivadas de los puntos fuertes exclusivos de Citi.”

David Head, Director Administrativo y Director Conjunto de la división Financial Institutions M&A, lo expresó de esta forma: “Simplemente utilizamos todos y cada uno de

A man with dark hair, smiling, wearing a dark pinstripe suit, a light pink shirt, and a blue and white striped tie. He is standing on a city street with tall buildings in the background. A yellow taxi is visible on the right side of the frame.

los recursos de la compañía para esta transacción; y en definitiva, demostró ser uno de nuestros mejores momentos.”

Al final, Citi aportó la pericia de sus franquicias de banca, comercio e inversiones para ayudar a Cerberus a adquirir una participación del 51% en GMAC. Es más, la historia de Citi con GMAC se convirtió en el “Convenio del Año”, según las revistas Euromoney e Investment Dealers’ Digest.

Millie: “GMAC es una de las razones por las que me encanta trabajar en Citi. No puedo ni imaginar el cierre de una transacción como esta en ninguna otra parte.” Lenard Tessler, Director Administrativo y Director Conjunto de Private Equity en Cerberus, concluyó: “Cuando se le dio a Citi la oportunidad de decir ‘No’ a este negocio, nunca prefirió esa ruta. Citi decidió que era más importante respaldar a su cliente de tantos años, GM. Y eso fue lo correcto.”





un "Bank at Work"

José López y Christian Reynolds en Nueva York



Cleo Lymberis y Amanda Malouchou en Atenas

Cuando se le pidió a Amanda Malouchou que comenzara el programa Bank at Work en Grecia, ella sabía que se trataba de una oportunidad única.

“Tener la oportunidad de trabajar junto a algunos de los clientes corporativos más importantes, y aportar nuestra experiencia en las relaciones con los clientes al lado corporativo del negocio, nos dio la oportunidad de contribuir al crecimiento de la empresa de forma muy distinta”, afirmó Amanda, nuestra Directora de Distribución Alternativa del negocio de banca de consumo en Grecia.

La visión compartida de nuestros equipos de Mercados y Banca y Global Consumer Group crearon “Bank at Work”, uno de los programas más innovadores de Citi, el cual ofrece servicios de banca minorista a los empleados de nuestros clientes corporativos. Pero, además, esta iniciativa demuestra el poder de lo que puede lograrse cuando nuestros negocios trabajan al unísono hacia un objetivo común.


“Todo el mundo salió ganando; así es,” declaró José López, Gerente de Productos de Alianza para nuestro negocio de Mercados y Banca. “Nuestros clientes corporativos están satisfechos, ya que se les presta un buen servicio a sus empleados, y ello, a su vez, mejora nuestras relaciones. Por otro lado, nuestro negocio de banca de consumo recibe a miles de nuevos clientes que aprovechan nuestros excelentes productos.”

Por ejemplo, tomemos al cliente corporativo de muchos años Chartered Semiconductors en Singapur. Durante los primeros 90 días después de haberse inscrito en el programa Bank at Work, abrimos una sucursal en su centro de trabajo, así como aproximadamente 1.300 cuentas. A nivel mundial, Bank at Work cuenta con 12.000 compañías inscritas, y 1,5 millones de clientes.

“Se trata de una forma inteligente de hacer negocios”, afirmó Christian Reynolds, Gerente de Desarrollo Empresarial en nuestro negocio de banca de consumo. “Contamos con tanto talento y experiencia para compartir, y a fin de cuentas, los clientes son los más beneficiados.” Cleo Lymberis, directora del equipo de Global Transaction Services en Grecia comentó: “Debo decir que cuando se nos presenta la oportunidad de realmente incidir positivamente en la vida de nuestros clientes, eso nos hace venir a trabajar con más alegría cada mañana”.



una presencia más



Se inició con el Canal de Panamá, y 102 años después, culminó con la adquisición de Grupo Financiero Uno y de Grupo Cuscatlán, pasos importantes que dieron a Citi su mayor presencia de todos los tiempos en los crecientes mercados minoristas de América Central.

La historia de Citi en la región se remonta al año 1904 cuando nuestra compañía predecesora, International Banking Corporation (IBC), abrió una oficina de banca corporativa en Panamá para ayudar a financiar las obras del Canal de Panamá. Poco después, construimos uno de los negocios de banca corporativa más exitosos de la región y, en la actualidad, un siglo después, esta presencia en el terreno ha facilitado el camino para que nuestro negocio de banca de consumo entre en esta misma región. Esto se logró a través de la adquisición de Grupo Financiero Uno, y poco después la adquisición de Grupo Cuscatlán, lo que ha venido a fortalecer aún más nuestro banco corporativo.

“Estos son ejemplos de lo que queremos decir cuando hablamos de Citi, y cómo nuestros diversos negocios (aunque presten servicio a diferentes tipos de clientes) pueden contribuir al crecimiento de todos”, afirmó Raúl Anaya, nuestro Director de Global Consumer Group en América Latina. “Nuestros banqueros corporativos han estado en la región durante mucho tiempo, de manera que ellos facilitarán la incorporación a la misma de los banqueros de consumo.”

Fernando Quiroz, Director de Mercados y Banca en América Latina, manifestó: “Estas adquisiciones representan formidables oportunidades de crecimiento para nuestro renglón de Mercados y Banca, así como para nuestras franquicias de Global Consumer en América Central.”

Al adquirir el mayor emisor de tarjetas de crédito en América Central, Grupo Financiero Uno, ampliamos y solidificamos nuestro negocio de tarjetas en una región donde el mercado de tarjetas ha crecido casi un 30% anualmente durante los últimos años.

La compra complementaria de Grupo Cuscatlán (la que, al igual que la del Grupo Financiero Uno, está sujeta a la aprobación de las entidades reguladoras locales y de EE. UU.) nos permite establecer una sólida plataforma para el crecimiento en los años venideros en nuestros negocios de banca corporativa, financiamiento al consumidor y banca minorista.

Raúl declaró: “Estas adquisiciones cambian el panorama para nosotros. Adicionalmente, trabajar con Fernando y con su equipo en transacciones de tanta importancia, es uno de los motivos por los que el trabajo aquí puede ser tan estimulante”.



un equipo poderoso



Era el 2 de noviembre de 2006, y algo muy distinto estaba a punto de ocurrir cuando se abrieran las puertas de nuestra nueva sucursal en 491 Boylston Street, en Boston.

No sólo se trataba de la primera incursión de Citibank en el mercado bostoniano, sino que iniciaríamos un importante programa piloto, el cual, de tener éxito, podría llegar más allá de Boston e incidir en muchos de los mercados más importantes de Estados Unidos.

Esta misma sucursal de Citi incluiría a Citi Smith Barney, nuestro formidable negocio de administración de patrimonio, agrupando de esta forma, en un mismo local, nuestros servicios bancarios y de corretaje, y poniendo fin a un año en el que abrimos un número récord de sucursales alrededor del mundo.

En efecto, este programa piloto contribuiría a poner de relieve el poder de una sola Citi ante nuestros clientes de Citibank y de Citi Smith Barney en Boston (también en Filadelfia), al ofrecerles una gama más amplia de productos de banca minorista, préstamos comerciales, hipotecas e inversiones.

Anne Greenwood, administradora de la parte de Citi Smith Barney de nuestro negocio, y Tim Sullivan, administrador de la parte de Citibank, sabían que estaban participando en algo importante. “Resulta emocionante (y un tanto tenso) ser pioneros de formas nuevas para hacer crecer nuestra compañía y cambiar la manera en que llegamos a nuestros clientes y les prestamos servicios”, afirmó Anne.

Tim estuvo de acuerdo con Anne: “Si tenemos éxito, y no tengo dudas de que lo tendremos, lo que estamos haciendo aquí podría contribuir a un crecimiento considerable del negocio. Imagine las posibilidades que se abren cuando colocamos un número cada vez mayor de los recursos y productos de la compañía al alcance de la mano de nuestros clientes.”

La opinión de Tim fue ilustrada unas cuantas semanas después de la inauguración. Una señora llegó a la sucursal para solicitar información sobre las tasas de los CD. Tras contestar algunas preguntas acerca de la relación bancaria de ella, el representante de servicio al cliente, al percatarse de que la señora también necesitaba servicios de administración de patrimonio, simplemente caminó con ella unos pasos a la otra sección de la sucursal donde un representante de Citi Smith Barney la atendió con mucho gusto. Poco después, la señora transfirió a Citi Smith Barney una considerable suma de dinero.

Esto podría no haber ocurrido de haber estado separadas las oficinas de Citibank y de Citi Smith Barney.

Durante más de 40 años, Citi ha desempeñado un papel importante dentro del movimiento del microcrédito. Este compromiso se ha visto notablemente fortalecido en años recientes, resaltado por nuestra transacción para BRAC.

En lo que constituye un acuerdo sin precedentes, el Citi Microfinance Group, Bangladesh, así como otros socios cerraron la primera titulización de microcrédito del mundo denominada en moneda local y clasificada como AAA para BRAC, la organización nacional no gubernamental más grande del mundo dedicada a la lucha contra la pobreza, que atiende a más de cinco millones de personas (principalmente mujeres) en Bangladesh. Esta transacción, de gran importancia para el sector del microcrédito, proporciona a BRAC acceso a US\$180 millones de microcrédito durante un plazo de seis años, lo que le permite brindar más financiamiento a más microempresarios que nunca antes.

“Hemos traído el poder y la capacidad de las altas finanzas a aproximadamente 1,2 millones de hogares pobres”, afirmó Shams Zaman, Director de Finanzas Estructuradas, Banca Corporativa, en Bangladesh. “Es increíble la sensación de llevar a cabo una transacción comercial como esta y, al mismo tiempo, dar apoyo a cientos de miles de las personas que más necesitan tener acceso al microcrédito”.

Este acuerdo, considerado uno de los financiamientos de microcrédito más grandes del mundo, y entre los más innovadores, demostró la forma en que Citi puede aprovechar su presencia local para brindar soluciones de primera clase, proporcionando, en última instancia, fondos que habrían costado a BRAC mucho más de haberlos obtenido de forma comercial en Bangladesh.

La transacción para BRAC mostró nuevamente el poder de asociarse con Citi. Citi Bangladesh encabezó la transacción, trabajando localmente con BRAC, las entidades reguladoras y socios locales. El Citi Microcredit Group aportó su experiencia en cuestiones de financiamiento, mientras que nuestro negocio Global Consumer aportó la diligencia debida a nivel local, al evaluar las políticas crediticias, los procesos, los informes y los sistemas de información de microcrédito de BRAC. Por último, nuestro Securitization Group proporcionó su experiencia de estructuración y su Export Finance Group trabajó en estrecha colaboración con socios institucionales e inversionistas mundiales, FMO (Holanda) y KfW (Alemania) para llevar a cabo la transacción.

En una época en que la Fundación Nóbel ha reconocido el papel que desempeña el microcrédito en promover la paz y prosperidad mundiales, acuerdos como el de BRAC constituyen la tendencia del futuro. Shams declaró: “BRAC será replicada muchas veces, lo que permitirá que más microempresarios puedan llegar a hacer realidad sus sueños”.





una solución más

Shams Zaman y una cliente de microcrédito en Bangladesh

Citi fue creada sobre la visión de una compañía de servicios financieros altamente diversificada que podía actuar como una sola para ofrecer soluciones a los clientes del mundo entero. En el 2006, vimos un marcado progreso en nuestros objetivos clave:

Ser más accesibles para nuestros clientes

- Se inauguraron aproximadamente 1.200 sucursales de banca minorista y de financiamiento al consumidor en el mundo
- Se lanzó una asociación de ATM con 7-Eleven® y se ampliaron nuestras asociaciones de Tarjetas con Shell y The Home Depot, entre otros, cada una diseñada para atraer a una mayor cantidad de clientes y profundizar nuestras relaciones con los mismos
- Se introdujeron los servicios de Custodia Directa y Compensación en Chipre, Suecia, Eslovaquia, Israel y Vietnam
- Se lanzó Citibank Direct, nuestro banco por Internet, y se obtuvieron cerca de US\$10 mil millones en depósitos en EE. UU. durante los primeros nueve meses
- Se abrieron oficinas de la división de Mercados y Banca en Kuwait y en Dubai
- Se ofrecieron por primera vez los préstamos de títulos valores en Taiwán
- Se amplió la presencia del negocio Global Equities a Rusia, el Oriente Medio, India, Brasil y Canadá

Prestar servicio a los clientes como una sola Compañía

- Se llevó el poder de un solo Citi a nuestros clientes de Citi Smith Barney, Citibank, CitiMortgage, Citi Cards y del servicio de Préstamos Estudiantiles, mediante el ofrecimiento de una gama más amplia de productos (banca minorista, préstamos comerciales, hipotecas e inversiones) a través de programas piloto en nuestros Centros Financieros de Boston y Filadelfia
- Trabajamos con nuestro Consumer Lending Group para profundizar las relaciones con los clientes, incluyendo ofrecer préstamos de Citi sobre la plusvalía hipotecaria a nuestros clientes de Tarjetas
- Comenzamos a ofrecer productos de Citibank en algunas sucursales de CitiFinanciera en EE. UU.
- Ofrecimos préstamos sobre plusvalía hipotecaria y tarjetas de crédito Citi a través de las sucursales de Citi Smith Barney
- Comenzamos el programa Bank at Work en ocho países: Chile, Corea, Filipinas, Malasia, Pakistán, República Checa, Singapur y Turquía
- Creamos asociaciones entre Global Transaction Services y Citi Smith Barney para distribuir, en la respectiva divisa local, los rendimientos de los planes de acciones en más de 130 países
- Lanzamos una iniciativa de Fondo de Cobertura ("Hedge") para conectar a los diversos expertos de Mercados y Banca con vistas a prestar un mejor servicio a los clientes de este importante segmento

Invertir donde las oportunidades de crecimiento sean más altas

- Ampliamos nuestra presencia en América Central y establecimos una sólida plataforma para el crecimiento futuro en nuestros negocios de banca minorista y banca corporativa, mediante la adquisición del Grupo Financiero Uno y del Grupo Cuscatlán (ver página 14)
- Ampliamos nuestro alcance en uno de los mercados de más rápido crecimiento del mundo, Turquía, mediante la adquisición de una participación del 20% en Akbank, el tercer banco en importancia y el de mayor rentabilidad de dicho país
- Ampliamos nuestra presencia en China con una participación del 20% en Guangdong Development Bank
- Adquirimos Egg Banking plc, un importante paso de avance hacia la ampliación de nuestro negocio de banca de consumo internacional
- Profundizamos nuestra presencia en la India al aumentar al 12,3% nuestra participación en Housing Development Finance Corporation Limited (HDFC)
- Finalizamos la adquisición de la cartera de Federated Department Stores, Inc., y ahora administramos 37 millones de cuentas y US\$8,3 mil millones en activos para esta entidad minorista líder

Utilizar la tecnología para prestar un mejor servicio, a un menor costo, a nuestros clientes

- Lanzamos un servicio de tarjetas de crédito biométricas en Singapur y de cajeros automáticos (ATM) biométricos para los clientes de microcrédito en la India, de manera que los clientes puedan realizar sus transacciones con un simple toque del dedo (ver página 8)
- Aumentamos la seguridad en línea mediante la implementación de un mejor nivel de autenticación para las transacciones confidenciales realizadas por Internet y a través de otros canales online. Somos la única institución financiera en hacerlo a nivel mundial
- Realizamos inversiones estratégicas en nuestra plataforma de acciones, incluyendo inversiones en las Bolsas de Valores de Boston, Filadelfia y en la Bolsa de Valores Nacional, y compramos una red de comunicaciones electrónicas que ofrece la más moderna tecnología para un acceso inmediato al efectivo
- Redujimos en un 20% el número de nuestros centros de datos en el mundo
- Consolidamos nuestros centros de llamadas para lograr una mayor eficiencia

A medida que continúa el crecimiento de los mercados internacionales, Citi está centrando su atención cada vez más en las oportunidades que se presentan fuera de Estados Unidos. Nuestros Citi Country Officers constituyen nuestros enlaces más importantes con dichos mercados; son nuestros embajadores en todos aquellos lugares donde operamos.

CITI COUNTRY OFFICERS

Argelia Kamel B. Driss	Camerún Asif Zaidi	El Salvador Gjis Bert Veltman	Indonesia Peter B. Eliot	Malasia Piyush Gupta	Puerto Rico Álvaro Jaramillo	Trinidad/Tobago Dennis Evans
Argentina Juan Bruchou	Canadá Kenneth E. Quinn	Finlandia Kari Laukkanen	Irlanda Aidan M. Brady	México Manuel Medina-Mora	Qatar Farhan Mahmood	Túnez David Garner
Aruba <i>ver Venezuela</i>	Islas Caimán <i>ver Bahamas</i>	Francia Jean-Claude Gruffat	Israel Ralph Shaaya	Marruecos Nuhad K. Saliba	Rumanía Shahmir Khaliq	Turquía Steve Bideshi
Australia Les Matheson	Islas del Coral (Jersey) Philip Hooper	Gabón Funmi Ade-Ajayi	Italia Giuliano Malacarne	Holanda Freddy Boom	Rusia Mark T. Robinson	Uganda Shirish S. Bhide
Austria Helmut Gottlieb	Chile Fernando Concha	Alemania Susan S. Harnett	Costa de Marfil Jamal Hussein	Nueva Zelanda Mark A. Fitzgerald	Senegal Charles Kie	Ucrania Nadir Shaikh
Bahamas Margaret A. Butler	China Richard D. Stanley	Ghana Joseph Carasso	Jamaica Peter Moses	Nigeria Emeka Emuwa	Singapur Catherine Weir	Emiratos Árabes Unidos Mohammed Al-Shroogi
Bahrein Mayank Malik	Colombia Franco Moccia	Grecia Christos Sorotos	Japón Douglas L. Peterson	Noruega Pål Rokke	Eslovaquia Igor Tham	Reino Unido Michael J. Kirkwood
Bangladesh Mamun Rashid	Congo Michel Losembe	Guam Madhusudhan Seshadri	Jordania Ziyad A. Akrouk	Pakistán Zubyr Soomro	África del Sur Zdenek Turek	Uruguay Daniel Varese
Barbados <i>ver Trinidad y Tobago</i>	Costa Rica Jorge Mora	Guatemala Juan A. Miro	Kazajastán Daniel J. Connelly	Panamá Francisco Conto	España Sergio de Horna	Venezuela Francisco Aristeguieta
Bélgica José de Peñaranda de Franchimont	República Checa Javed Kureishi	Haití Gladys M. Coupet	Kenya Ade Ayeyemi	Paraguay Ignacio Morello	Sri Lanka Kapila Jayawardena	Vietnam Charly Madan
Bolivia Federico Elewaut	Dinamarca Mark Luscombe	Honduras José Luis Cortés	Kuwait Raj Dvivedi	Perú Federico Elewaut	Suecia Clas Ronnlov	Islas Vírgenes <i>ver Puerto Rico</i>
Brasil Gustavo Marin	República Dominicana Máximo R. Vidal	Hong Kong T.C. Chan	Corea del Sur Yung-Ku Ha	Filipinas Sanjiv Vohra	Suiza Per Etholm	Zambia Saviour Chibiya
Brunei Glen R. Rase	Ecuador Bernado J. Chacin	Hungría Sajjad Razvi	Líbano Walter Siouffi	Polonia Slawomir S. Sikora	Taiwán Morris Li	
Bulgaria Stefan Ivanov	Egipto Elia Samaha	India Sanjay Nayar	Luxemburgo Marc Pecquet	Portugal Paulo Gray	Tanzania <i>a ser nombrado</i>	
			Macao <i>ver Hong Kong</i>		Tailandia Gary Newman	

Nota: Aquellos países y territorios donde Citi hace negocios pero que no tienen un Citi Country Officer nombrado, no aparecen en la lista anterior.



Indonesia



Japón



Nueva York



Bahamas



México



Holanda



Brasil



Baltimore



China



Barbados

una comunidad global

haciendo que el mundo sea un poco mejor

El 18 de noviembre de 2006, más de **45.000** empleados de Citi, junto con sus familiares y amigos, participaron en actividades de trabajo voluntario en **475** ciudades en **100** países.



Polonia



Taiwán



Turquía



China



Reino Unido



Corea



Ecuador



Perú



India



Kenia

Se mejoraron las condiciones de vida de **500.000** personas, se sirvieron **100.000** comidas, se sembraron **10.000** árboles, se recolectaron **8.000** toneladas de alimentos.

Todo esto en un solo día.

el equipo de liderazgo de Citi

1. Damian M. Kozlowski

CEO, The Citi Private Bank

2. Alberto J. Verme

Co-head, Global Investment Banking

3. Michael Schlein

President, International Franchise Management

4. Enrique Zorrilla Fullaondo

Head, Commercial Markets, Banamex

5. Michael S. Helfer

General Counsel
Corporate Secretary

6. Stephen R. Volk

Vice Chairman

7. David C. Bushnell

Senior Risk Officer

8. Lewis B. Kaden

Vice Chairman
Chief Administrative Officer

9. Robert Morse

CEO, Asia Pacific
Markets and Banking

10. Jorge A. Bermudez

President & CEO, Commercial Business Group,
Global Consumer Group—North America;
CEO, Citibank Texas

11. Chuck Prince

Chairman & CEO

12. Sir Win Bischoff

Chairman, Citigroup Europe

13. Douglas L. Peterson

Chairman & CEO, Citibank Japan

14. Manuel Medina-Mora

Chairman & CEO, Latin America & Mexico,
CEO, Banamex

15. Kevin Kessinger

Chief Operations & Technology Officer

16. Michael Klein

Co-President, Markets and Banking
Vice Chairman, Citibank International plc

17. Ellen Alemany

CEO, Global Transaction Services

18. Paco Ybarra

Co-head, Fixed Income, Currencies,
& Commodities

19. Bonnie Howard

Chief Auditor

20. Robert Druskin

COO

21. Geoffrey O. Coley

Co-head, Fixed Income, Currencies,
& Commodities

22. Zion Shohet

Head, Strategy and M&A

23. Charles D. Johnston

President & CEO
Global Private Client Group

24. Raymond J. Quinlan

President & CEO
North American Retail Distribution

25. Carl Levinson

President & CEO, Consumer Lending Group

26. Michael L. Corbat

Head, Global Corporate Bank

27. Robert E. Rubin

Director & Chairman, Executive Committee

28. James A. Forese

Head, Global Equities

29. William J. Mills

CEO, Europe, Middle East, & Africa
Markets and Banking

30. Alan S. MacDonald

COO, Global Banking, Vice Chairman,
Citibank, N.A.

31. Nicholas E. Calio

SVP, Global Government Affairs

32. Thomas G. Maheras

Co-President, Markets and Banking

33. George Awad

CEO, Europe, Middle East & Africa
Global Consumer Group

34. Raymond J. McGuire

Co-head, Global Investment Banking

35. Vikram A. Atal

Chairman & CEO
Citi Cards

36. Ajay Banga

Chairman & CEO
Global Consumer Group—International

37. William R. Rhodes

Chairman, President & CEO, Citibank, N.A.
Chairman, President & CEO, Citicorp Holdings
Inc.; Senior Vice Chairman, Citigroup Inc.

38. Hans Morris

CFO; Head, Finance, Technology & Operations
Markets and Banking

39. Leah C. Johnson

SVP, Global Corporate Affairs

40. Randolph H. Barker

Co-head, Fixed Income, Currencies,
& Commodities

41. Sallie L. Krawcheck

CFO

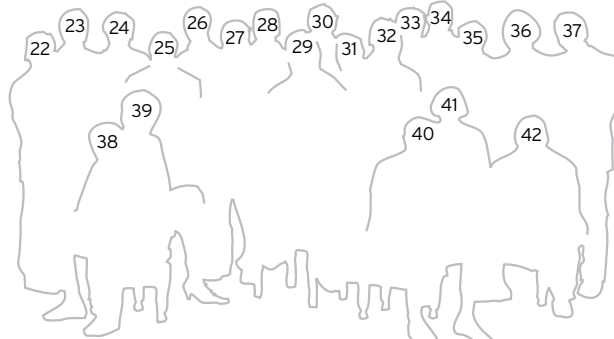
42. Steven J. Freiberg

Chairman & CEO, Global Consumer
Group—North America

not pictured:

Stephen Bird

CEO, Asia Pacific, Global Consumer Group



(para las fotos, ver páginas 2-3)

Junta Directiva de Citi

C. Michael Armstrong

Chairman, Board of Trustees
Johns Hopkins Medicine, Health
Systems & Hospital

Alain J.P. Belda

Chairman & CEO, Alcoa Inc.

George David

Chairman & CEO, United
Technologies Corporation

Kenneth T. Derr

Chairman, Retired, Chevron
Corporation

John M. Deutch

Institute Professor, Massachusetts
Institute of Technology

Roberto Hernández Ramírez

Chairman, Banco Nacional de Mexico

Ann Dibble Jordan*

Consultant

Klaus Kleinfeld

President & CEO, Siemens AG

Andrew N. Liveris

Chairman & CEO,
The Dow Chemical Company

Dudley C. Mecum*

Managing Director, Capricorn
Holdings, LLC

Anne M. Mulcahy

Chairman & CEO, Xerox Corporation

Richard D. Parsons

Chairman & CEO, Time Warner Inc.

Charles Prince

Chairman & CEO, Citigroup Inc.

Judith Rodin

President, Rockefeller Foundation

Robert E. Rubin

Chairman Executive Committee

Franklin A. Thomas

Consultant, The Study Group

*En retiro a partir del 17 de abril de 2007



Mixed Sources
Product group from well-managed
forests and other controlled sources
www.fsc.org Cert no. SW-COC-1809
© 1996 Forest Stewardship Council



MOHAWK
manufactured with windpower

La portada y las secciones editoriales de este informe anual se imprimen en papel Mohawk Options Crystal White sin cloro, certificado por la FSC, fabricado con electricidad 100% eólica, certificada por Green-e. Mediante la utilización de electricidad generada por el viento en la fabricación de este papel, no se generaron 281.114 libras de emisiones, el equivalente de sacar de circulación 24 automóviles durante un año, o sembrar 19.000 árboles. Este papel está certificado por SmartWood para las normas FSC, que promueven un manejo apropiado, socialmente beneficioso y económicamente viable de los bosques del mundo.

