

O NOVO CITI:

COMPROMISSO, SOLIDEZ E PROMESSA

Prezados Acionistas,

Para o Citigroup, 2009 foi um ano decisivo em termos financeiros, estratégicos e operacionais. No decorrer daqueles 12 meses, progredimos muito. Ao final do ano, a imagem marcante de um "Novo Citi" forte emergiu de um período extraordinariamente difícil na história da Organização e do sistema financeiro mundial.

Por meio de muito trabalho, da perseverança e da dedicação de toda a equipe do Citi, no mundo todo, acredito que obtivemos enorme êxito na abordagem aos desafios que a Organização enfrentou desde que me tornei CEO, há pouco mais de dois anos. Apesar de toda a turbulência na economia, mantivemos um sólido e constante desempenho de receita. De fato, geramos US\$ 91 bilhões em receitas administradas contra US\$ 48 bilhões em despesas em 2009, reduzindo ao mesmo tempo a alavancagem do nosso balanço patrimonial para 12-para-1, a partir do pico de 19-para-1 observado no quarto trimestre de 2007.

Hoje, o Citi apóia-se sobre um sólido alicerce, pronto para atingir nossa meta em termos de rentabilidade sustentável. Para conquistar tal objetivo, precisamos agora de uma virada positiva na economia, com um novo ciclo de geração de empregos e crédito. A longo prazo, entretanto, o potencial do Citi não se limita apenas à rentabilidade sustentável. Acredito que as possibilidades são muito mais dinâmicas para a nossa instituição única, com operações que abrangem mais de 140 países e um histórico de 198 anos de serviços ao cliente.

OS RESULTADOS

O Citigroup divulgou um prejuízo líquido de US\$ 1,6 bilhão em 2009. O lucro diluído por ação representou uma perda de US\$ 0,80. Por várias razões – principalmente por conta dos índices de rendimentos mais baixos e do ganho sobre a transação que criou nossa joint venture com o Smith Barney – essa cifra é bem inferior à do prejuízo sofrido em 2008.

Dentro desse panorama geral, nossos principais negócios – a que, coletivamente, nos referimos como 'Citicorp' – foram lucrativos, com rendimentos líquidos de US\$ 14,8 bilhões, comparados aos US\$ 6,2 bilhões observados em 2008. Acredito que tal desempenho demonstra a solidez dos negócios que, conforme identificamos, representam o futuro do Citigroup. O Citi Holdings, grupo no qual colocamos empresas e ativos não essenciais para desinvestimento, teve um prejuízo de US\$ 8,2 bilhões em 2009, contra US\$ 36 bilhões em 2008.

Os resultados de 2009 destacam a importância da sólida posição global do Citi, já que cerca de 50% da nossa receita provém de mercados da América do Norte. Nesses mercados, nossos negócios tiveram bom desempenho e, de modo geral, os resultados do Citi demonstram o resultado de um melhor gerenciamento de risco e da concentração do foco nas necessidades dos clientes.

É claro que não estamos de forma alguma satisfeitos com o resultado final do desempenho de 2009. Sabemos que ainda temos muito a realizar e muito que provar aos nossos acionistas.

COMPROMISSO COM UMA ATUAÇÃO FINANCEIRA RESPONSÁVEL

Talvez a evidência mais óbvia do momento positivo que vivemos é o fato de termos entrado no ano de 2009 com uma grande dívida para com o contribuinte norte-americano sob o Programa de Alívio de Ativos Problemáticos (*Troubled Asset Relief Program*, ou TARP), mas fechamos o ano quitando a dívida com o TARP, com significativo dividendo para os contribuintes. Entretanto, ainda temos uma dívida de gratidão para com esses contribuintes, que vai além da restituição dos dólares do TARP. Embora tenhamos consciência de que muitos bancos e empresas de outros setores receberam fundos do governo dos EUA, nós, do Citi, levamos muito a sério e de forma pessoal a prestação de assistência em momentos de necessidade. Sentimos que era nossa obrigação não só quitar nossa dívida com o governo da forma mais rápida e prudente possível, mas também nos dedicarmos à reforma e à recuperação financeiras.

Nós nos comprometemos com o que chamamos de “atuação financeira responsável”. Isso significa que, em primeiro lugar, atenderemos os verdadeiros interesses de nossos clientes, acima de quaisquer outros. Se tivermos sucesso nisso, vamos gerar um valor real e sustentável para os acionistas. Em segundo lugar, seremos um elo importante a contribuir para a recuperação da economia. Para nós, essa é a melhor maneira – e a mais significativa – de recompensar o contribuinte pelo apoio recebido.

A essência estratégica do compromisso com uma atuação financeira responsável está no fato de que o Citi será, antes de tudo, um banco. Nossa missão básica não é ser um supermercado financeiro ou um *shadow bank* (instituições financeiras não bancárias que emprestam dinheiro, ou sistemas bancários paralelos). Tudo aquilo que fazemos ou representamos emanará das funções básicas de um verdadeiro banco: aceitar depósitos, fornecer capital aos clientes, emprestar a pessoas físicas, executar transações para os clientes e cumprir os mais elevados padrões de confiança e integridade.

UM ALICERCE SÓLIDO PARA O CRESCIMENTO E A RENTABILIDADE

Em 2009, o progresso do Citi satisfaz os principais requisitos para a obtenção da rentabilidade sustentável: solidez financeira, eficiência operacional, clareza estratégica e talento de classe mundial para criar e manter todos esses fundamentos. Cada um deles é essencial para uma atuação financeira responsável.

Solidez Financeira

Embora o Citi tenha começado o ano como uma instituição que recebeu do TARP uma "ajuda financeira excepcional", ao final do ano nossas posições de capital e de liquidez situaram-se entre as mais sólidas do universo bancário. Quitamos a dívida com o TARP e saímos do acordo de compartilhamento de perdas com o governo dos EUA. O Nível 1 Ordinário teve um aumento de cerca de US\$ 82 bilhões, passando para mais de US\$ 104 bilhões, com uma proporção de 9,6%, e tivemos uma Proporção de Capital de Nível 1 da ordem de 11,7% – uma das mais altas do setor. A liquidez estrutural, em 73%, esteve em excelente forma. A concessão para reservas de perdas por empréstimos manteve-se em US\$ 36 bilhões, ou 6,1% dos empréstimos. No mundo todo, os depósitos tiveram um aumento de 8%, passando para US\$ 836 bilhões.

O outro componente essencial da recuperação da solidez financeira do Citi foi a enorme redução da nossa exposição ao risco. Por volta do fim do ano, nosso balanço patrimonial mostrou uma redução de ativos de meio trilhão de dólares, ou 21%, em comparação com os

níveis máximos do terceiro trimestre de 2007. Isso inclui considerável redução de nossos ativos de maior risco durante esses anos.

As providências que tomamos restauraram a solidez financeira do Citi e foram, portanto, de fundamental importância. Lamento profundamente que tenham acarretado também significativa redução de rendimentos para nossos acionistas.

Preservar nossa considerável solidez financeira e permanecer como um dos bancos mais fortes do mundo continua a ser o compromisso do Citi.

Eficiência Operacional

Já reduzimos a dimensão da Organização em 21%, conforme mostram nossos ativos. O empenho em centralizar operações e tecnologia, além de outras atividades, contribuiu para o ganho de eficiência e maior clareza quanto à nossa responsabilidade pelo desempenho. Estamos nos aperfeiçoando e criando tecnologias para respaldar nossos clientes nesse mundo inovador, que se transforma em ritmo acelerado. Em 2009, reduzimos também nossas despesas anuais em U\$S 11 bilhões (excluindo a deterioração dos fundos de comércio registrada em 2008). Por toda a Organização, foram implementados novos e rígidos controles de custos, e o tamanho do Citi vem sendo sistematicamente reduzido mediante o desinvestimento de ativos não essenciais na Citi Holdings.

Além disso, reduzimos nosso quadro funcional em cerca de 110 mil cargos desde o pico de 2007. Para mim, tal redução foi uma das medidas mais difíceis e pessoalmente dolorosas que tivemos de tomar. Entretanto, foi algo absolutamente necessário, devido à situação da economia e da Organização.

Clareza Estratégica

Enquanto enfrentávamos os desafios do Citi em 2008, chegamos à conclusão de que seria impossível atingir uma melhora significativa de nosso desempenho ou de nossa cultura se não aperfeiçoássemos o foco estratégico de nossos negócios. As prioridades não estavam bem definidas, porque estávamos envolvidos em um grande número de operações diferentes. Conseqüentemente, decidimos fazer uma análise abrangente e imparcial dos negócios do Citi. Nada foi considerado intocável. Tudo foi ponderado contra um criterioso estudo das tendências que direcionam o crescimento econômico futuro, como globalização, mercados emergentes, características demográficas do consumidor, dinâmica de financiamentos e transferências de riscos, além de muitos outros.

Em consequência desse exame, realinhamos os diversos negócios da Organização em dois segmentos operacionais: Citicorp e Citi Holdings. Tal medida deixou claras para nossos funcionários e as demais partes interessadas as nossas prioridades estratégicas para o futuro do Citigroup nos Estados Unidos e em todo o mundo.

Fazem parte do Citicorp os negócios essenciais para nossa estratégia e que oferecem aos acionistas o maior potencial de rentabilidade, dentro de parâmetros de risco adequados. Esses negócios são:

- Global Transaction Services
 - Treasury and Trade Solutions
 - Securities and Fund Services
- Valores Mobiliários e Operações Bancárias
 - Global Banking

- Global Markets
- Citi Private Bank
- Citi Capital Advisors
- Consumer Banking Regional
 - Quatro bancos regionais de consumo na América do Norte, EMEA (Europa, Oriente Médio e África), América Latina e Ásia, cada um incluindo banco de varejo (retail banking), banco comercial local (local commercial banking) e cartões de crédito com a marca Citi

Esses negócios nos colocam diretamente nos mercados e produtos de maior crescimento mundial. Nossa missão é ser o banco global para instituições e indivíduos, e atender nossos clientes com distinção. Nós lhes oferecemos valor único por meio de nosso alcance global e de nossas soluções inovadoras.

Na Citi Holdings, reunimos ativos e negócios que não são prioritários para a nossa estratégia. Alguns possuem significativo valor intrínseco; outros possuem marcas icônicas; a maioria é economicamente sensível. A Citi Holdings abrange:

- Brokerage and Asset Management, que inclui a joint venture Morgan Stanley Smith Barney
- Financiamento ao Consumidor
 - América do Norte, que inclui crédito imobiliário para residências e comércio; empréstimos para compra de automóveis e empréstimos pessoais e para estudantes; e parcerias por meio de cartões de varejistas
 - Internacional, que inclui o banco de varejo na Europa Ocidental e outras franquias de financiamento ao consumidor em todo o mundo
- Grupo de Ativos Especiais, que inclui ativos não-essenciais, muitos dos quais não têm liquidez nos mercados atuais

Estamos administrando os negócios da Citi Holdings atentos ao controle rígido dos riscos e à possibilidade de desinvestir nesses negócios o mais rápido possível, considerando as condições de mercado e outros fatores, a fim de maximizar seu valor. Desde o final de 2007, concluímos mais de 35 desinvestimentos. Nossos ativos de maior risco – que são agrupados na Citi Holdings – já foram significativamente reduzidos, conforme já mencionei, e continuarão a diminuir. De modo geral, os ativos da Citi Holdings foram reduzidos em US\$ 351 bilhões (ou quase 40%) ao longo dos últimos dois anos. Os recursos financeiros obtidos com os desinvestimentos estão sendo realocados para o Citicorp.

Devo acrescentar que a reestruturação da Organização a fim de ter maior clareza estratégica foi um meio importante de obtermos maior eficiência operacional, porque agilizamos a tomada de decisões acertadas com relação à gestão de ativos e passivos, à alocação de capital e outras prioridades.

Talento de Classe Mundial

É óbvio que nossas realizações significariam bem pouco para o futuro do Citi se não contássemos com as pessoas certas e uma sólida equipe administrativa para a execução de nossos planos. O talento é o alicerce de nossa estratégia. Em pouco mais de dois anos, desde que me tornei CEO, renovamos a liderança do Citi e seus negócios, não só nos altos escalões, mas também no âmbito de toda a Organização.

Obtivemos êxito na contratação de boa parte dos maiores talentos do setor. No gerenciamento de risco, por exemplo, a liderança foi inteiramente reformulada com a admissão de uma impressionante gama de talentosos veteranos de fora – e também de dentro – do Citi. Em nossos negócios operacionais, demos ênfase à contratação de pessoas dotadas da experiência e da perícia necessárias para colocar em prática uma estratégia notadamente voltada ao intenso foco no cliente, à nossa imensa rede global e à constante inovação. Nossos líderes também satisfazem outro critério fundamental: adotam um enfoque de equipe e uma atitude cordial em seu trabalho. Esse é um aspecto essencial da nova cultura do Citi.

Na alta direção, tivemos também o acréscimo de talentos marcantes para o nosso posicionamento em relação ao futuro. Em 2009, sete novos diretores não administrativos passaram a fazer parte do Comitê, trazendo para o Citi um histórico de sucesso no setor de serviços bancários ou financeiros, bem como experiência em áreas afins, que ajudam na execução de nossa estratégia.

Em resumo, 2009 foi um ano no qual criamos para o Citi um sólido alicerce, baseado em solidez financeira, maior eficiência operacional, clareza estratégica e talento de classe mundial.

Fundamentos da Estratégia do Citi

À medida que construímos valor para o acionista com base na solidez desse alicerce, os elementos essenciais de nossa estratégia são: foco no cliente, força global e constante inovação. Os três estão bem entrelaçados no tecido de nossa estratégia, mas o foco sobre o cliente é a linha dominante que o percorre.

Foco no Cliente

Tudo que fazemos deve atender em primeiro lugar aos interesses do cliente. Esse é nosso compromisso inabalável e todos os diretores e gerentes da Organização são responsáveis por concretizar esse compromisso. Obviamente, o sistema financeiro em geral desviou-se desse foco voltado ao cliente e, em todo o mundo, as consequências têm sido desoladoras.

Estamos concentrando nossas operações e nossas pessoas diretamente no cliente, das mais diversas formas. No nível mais amplo, reorganizamos o Citi de modo que nossos produtos, serviços e investimentos possam atender prontamente as necessidades dos clientes locais. Por exemplo, em vez de fazer com que os CEOs de nossos negócios dirigissem as operações de todas as regiões globalmente, instituímos CEOs regionais na maioria das áreas. Também demos ênfase a investimentos nos mercados locais e personalizamos a oferta de produtos de modo a adequá-la a cada área. Em nossas práticas de contratação, demos prioridade mais do que nunca aos residentes locais. Por exemplo, atualmente, no Institutional Clients Group, 99% dos funcionários localizados fora dos Estados Unidos são contratados locais ou regionais.

Força Global

Estamos determinados a capitalizar a característica mais marcante do Citi, aquela que nossa concorrência não pode igualar: a força do nosso posicionamento e presença globais. Por quase 200 anos, o Citi vem criando uma rede mundial, que hoje está presente fisicamente em quase 100 países e mantém operações em mais de 140. Esta é uma das razões pelas quais 95% das empresas que figuram na revista *Fortune 500* e 85% das que figuram na *Fortune 1000* são nossos clientes. O Citi está integrado à vida econômica e às comunidades onde atuamos nos mercados emergentes e desenvolvidos de todo o mundo. Nenhum concorrente tem presença global que se aproxime da nossa. Portanto, nossa vantagem é nítida, principalmente diante das

principais tendências que cada vez mais vêm impulsionando o crescimento econômico no mundo:

- *Estamos observando uma onda crescente de consumidores de classe média nos mercados emergentes. No passado, o consumo nos EUA era, de longe, a principal fonte mundial de geração de crédito e gastos. Agora, existe uma virada sísmica rumo a consumidores de toda parte, os quais, ao lado dos Estados Unidos, serão um fator importante na geração do próximo ciclo de crédito e gastos que reacenderá o crescimento econômico mundial. É claro que os milhões de pessoas que estão ascendendo à classe média também requererão serviços bancários cada vez mais sofisticados e convenientes.*
- *Os Estados Unidos, bem como praticamente todas as demais economias importantes, precisam, mais do que nunca, de mercados de exportação saudáveis. Nenhuma nação desenvolvida ou emergente pode depender somente da demanda interna para crescer, como foi no passado.*
- *Para competir, as empresas estão se tornando cada vez mais multinacionais em suas operações e ações de marketing. Isso requer capacidade bancária internacional de primeira classe.*
- *Na qualidade de indivíduos, nós todos estamos, sob um aspecto bastante real, nos tornando cidadãos do mundo – em nossas viagens, educação, comunicações, investimentos e gastos. As forças sociais, políticas e econômicas estão sendo comprimidas em um globo cada vez menor, de formas poderosamente criativas e, ao mesmo tempo, perigosamente frágeis. Todos nós somos profundamente impactados pela complexidade e pela intensidade desse fenômeno.*

Dentre todas as instituições bancárias, o Citi tem qualificações únicas para enfrentar os desafios da globalização para os clientes. Nosso negócio Global Transaction Services (GTS), por exemplo, oferece recursos incomparáveis em financiamento comercial, administração de caixa, serviços de valores mobiliários e fundos, bem como em outros serviços diferenciados. Seus fluxos globais de pagamento são da ordem de até US\$ 9 trilhões por dia. No âmbito do GTS, o Citi continua a investir em tecnologia para sua rede global e para desenvolver soluções inovadoras, incluindo cartões comerciais pré-pagos e uma nova tecnologia bancária online, além do tradicional gerenciamento de transações e da emissão de relatórios. O GTS também está implementando sua área de Serviços ao Investidor, visando o grande e pouco explorado mercado para terceirização de *middle office* e *back office* entre uma ampla gama de investidores.

Nossos negócios de Securities e Banking atendem o cliente unindo alcance global, experiência local, carteira de produtos e expertise que definem o Citi. Nossa plataforma global de comércio e distribuição opera por meio de mesas de negociação locais em 75 países, complementada por uma capacidade superior de formação de mercado e originação de classe mundial. Nosso banco de investimento foi consultor em muitas das maiores negociações de 2009, colocando-se na terceira posição em termos de volume global de Fusões e Aquisições concretizadas. O foco nas necessidades do cliente fez com que conquistássemos a posição de *Best Global Corporate and Institutional Bank* (Melhor Banco Corporativo e Institucional Global), concedido pela revista *Global Finance*, e nosso compromisso em oferecer capital intelectual e pesquisas independentes e criteriosas aos clientes colocou-nos entre os quatro primeiros em cada um dos principais setores geográficos, segundo pesquisa de opinião realizada pela conceituada revista *Institutional Investor*.

Nosso negócio Citi Capital Advisors foi reestruturado e simplificado, passando a englobar três classes de ativos e, de forma significativa, todos os fundos superaram seus respectivos benchmarks. Nossa plataforma personalizada de wealth management– Citi Private Bank – prestou consultoria a mais de um terço dos bilionários de todo o mundo por meio de 60 escritórios, localizados em 31 países.

Nossa meta é cumprir a promessa de que “um cliente do Citi de qualquer lugar é um cliente do Citi de todo lugar”. Por meio da nossa vantajosa posição geográfica e de nossa capacidade em termos de tecnologia virtual, não estamos longe de alcançar esse objetivo.

Constante Inovação

Ser centrado no cliente e competir globalmente requer uma atenção obsessiva à inovação. Mesmo no auge da crise financeira, sabíamos que não podíamos abandonar essa prioridade – e não o fizemos. Hoje, com sólidos fundamentos em prática, estamos aptos a expandir o investimento nessa dimensão vital para os nossos negócios.

Muitas iniciativas confirmam o modelo de liderança do Citi em termos de inovação bancária. Por exemplo, no Japão, nossas novas agências *Ubiquity* oferecem um fascinante modelo de alta tecnologia que os clientes estão começando a perceber como sendo o estado da arte em serviços bancários. Em âmbito mundial, pretendemos lançar uma plataforma bancária e de cartões de crédito integrada, que fornece uma visão em 360 graus das necessidades dos clientes e do seu relacionamento com o Citi. Além disso, estamos obtendo êxito no desenvolvimento de consumer banking móvel na maioria dos mercados. E a alta tecnologia da plataforma GTS,, de alcance global, aponta para uma das mais importantes metas de inovação para nós: ser o “banco digital do futuro”.

Em um mundo em constante transformação, nossa dedicação à atuação financeira responsável e centrada nos clientes exige incessante inovação. Esse é um requisito imperativo para os negócios e uma dinâmica básica da cultura do Novo Citi. A força e o alcance da nossa rede global nos permitem disseminar rapidamente as inovações por todo o mundo. Podemos ter um novo produto, serviço ou tecnologia em um país e facilmente integrá-lo a outros. Inovações bem sucedidas, além do nosso legítimo foco no cliente e da nossa força global única, aliados aos talentos excepcionais que contratamos ou retivemos em toda a Organização, são nítidos indicadores de um futuro brilhante para o Citi.

O Futuro

O enorme compromisso de longo prazo do Citigroup deve estar claro, porque fizemos muito progresso em relação aos nossos fundamentos e também porque nossos negócios do Citicorp mantiveram seus bons rendimentos . As principais questões que impactam os ganhos de curto prazo não são internas, mas ambientais: o custo do crédito e a criação de empregos. São eles que determinarão quando poderemos atingir uma rentabilidade sustentável. Enquanto isso, estamos confiantes de que poderemos enfrentar quaisquer desafios e, mesmo assim, manter o Citi em posição de capitalizar mesmo em um cenário de reviravolta da economia. Acreditamos que podemos fazer isso nos concentrando nessas prioridades em 2010:

- Preservar altos níveis de capital, liquidez e reservas
- Reduzir os custos de crédito
- Manter o crescimento acelerado de nossos negócios do Citicorp, decorrente do forte desempenho de 2009

- Continuar a reduzir ativos na Citi Holdings
- Investir estrategicamente em inovação e nos negócios do Citicorp que concentram o maior potencial de rendimentos para o Citi
- Desenvolver ainda mais a nossa posição de liderança global, principalmente nos mercados emergentes
- Manter e ampliar o nosso papel como uma força construtiva no mundo, mediando debates sobre políticas públicas e enfrentando os desafios econômicos e sociais. Tudo isso é importante para os interesses de nossos negócios, mas, intrinsecamente, é também a coisa certa a fazer.

Citi: Um Cidadão Verdadeiramente Global

O Debate sobre a Reforma Financeira

No desempenho do papel construtivo em debates sobre políticas públicas, o foco natural do Citi no momento é a reforma financeira. Já afirmamos nossa opinião sobre a necessidade de uma mudança capaz de promover segurança sistêmica nos Estados Unidos e em âmbito mundial. E continuaremos a fazê-lo.

Acredito que a reforma deve abranger mudanças na arquitetura legislativa capazes de criar um terreno competitivo homogêneo, tanto para os bancos quanto para os *shadow banks*; muito mais transparência nas transações do mercado, especialmente no caso de derivativos de balcão; padrões mais elevados de capital para instituições sistemicamente importantes; controles eficazes sobre o perfil de risco das empresas financeiras; nítida autoridade para resolução de instituições problemáticas; e maior coordenação global. Ao perseguir esses objetivos, devemos, naturalmente, ter o cuidado de preservar o papel absolutamente essencial do sistema bancário na formação de capital e nos fluxos de comércio global.

As mudanças estratégicas e operacionais realizadas no Citi em 2008 e 2009 foram coerentes com o rumo ao qual tais reformas conduziriam o mundo financeiro. Não só reformulamos o gerenciamento de risco, reduzimos o tamanho do Citi e concentramos nossos negócios nos interesses do cliente, mas também deixamos grande parte de nossos negócios em bolsas de valores que, atualmente, constituem menos de 2% de nossa receita.

Enfrentando Mudanças Econômicas e Sociais

Em janeiro deste ano, viajei ao Haiti após a terrível tragédia do terremoto lá ocorrido. Eu queria visitar as famílias de cinco colegas do Citi que perderam a vida, passar algum tempo ao lado das pessoas cuja vida foi arrasada e distribuir suprimentos médicos. Como todos que testemunharam os efeitos desse desastre, senti-me profundamente emocionado pelo sofrimento humano com que lá me deparei, em toda parte.

Ao mesmo tempo, fui inspirado pela coragem e pela determinação de nossos colegas, que reabriram nossas operações no Haiti apenas 11 dias após o terremoto. Nossas dependências foram quase totalmente destruídas, mas a equipe do Citi deixou claro que sentia a obrigação de oferecer os serviços essenciais para recuperação e para o dia a dia dos haitianos; assim, nossos colegas superaram todos os obstáculos e o Citi reabriu as portas bem mais rápido do que parecia possível.

Ao final, minha viagem foi uma dolorosa lembrança de como é importante compreendermos as responsabilidades do Citi em razão de nossa presença em inúmeros países, grandes ou

pequenos, ricos ou pobres. Esforçamo-nos para demonstrar esse senso de responsabilidade das mais diversas formas.

Uma das grandes prioridades que tivemos no ano passado foi contribuir para a recuperação econômica dos Estados Unidos. O Citi tem sido uma das instituições mais ativas em ajudar a evitar que as pessoas percam suas casas. De fato, desde o início da crise habitacional em 2007, ajudamos 824 mil proprietários de residências em seus esforços para evitar execuções hipotecárias, no valor total de quase US\$ 98 bilhões. Além disso, o Citi foi um dos bancos que atendeu o maior número de mutuários sob o programa federal *Home Affordable Modification Program* (Modificação para Residências de Preço Acessível). Atualmente, estamos ajudando mais de 1,6 milhão de portadores de cartões de crédito a gerenciarem suas dívidas por meio de uma série de programas de contenção.

O Citi também tem o compromisso de oferecer a pequenas e médias empresas acesso ao crédito que necessitam para se expandir e criar empregos. Fornecemos mais de US\$ 4,5 bilhões em crédito novo e renovado a pequenas e médias empresas em 2009. O Citi está trabalhando agora com o Departamento Norte-Americano do Tesouro e com a Administração de Pequenas Empresas dos Estados Unidos em diversas iniciativas cujo lançamento está previsto para 2010.

Em 2009, o Citi propiciou US\$ 439 bilhões em crédito novo nos Estados Unidos. Quando estávamos no TARP, fornecemos fundos para ajudar a expandir o fluxo de crédito para o consumidor, para as comunidades e para empresas norte-americanas por meio de diversas iniciativas que foram apoiadas com capital do TARP. Fomos também o único banco a emitir relatórios regulares e detalhados sobre como o capital do TARP estava sendo disponibilizado.

Além disso, o Citi usa suas habilidades de filantropia e negócios em alguns dos problemas mundiais mais prementes. O Citi Microfinance, por exemplo, opera no âmbito de nossos negócios, grupos de produtos e localidades geográficas para atender a mais de 100 redes de instituições de microcrédito e investidores, em mais de 40 países. Um desses países é Bangladesh, onde o Citi Dhaka ajudou a obter um empréstimo sindicalizado no valor de US\$ 21,7 milhões para a BURO, uma organização sem fins lucrativos que é uma das instituições de microcrédito que mais cresce em Bangladesh. A BURO atende mais de 700 mil clientes, 99% dos quais são mulheres. O empréstimo em moeda local obtido no Citi dará suporte à expansão de microfinanciamento a pequenos fazendeiros e marca a primeira vez em que um empréstimo sindicalizado foi estruturado para uma instituição de microcrédito que apóia exclusivamente o setor agrícola de Bangladesh.

A Citi Foundation investe em organizações não governamentais cujo compromisso é dar autonomia financeira a famílias de baixa renda e procura formas de fazer com que suas doações promovam soluções inovadoras e criem um impacto sustentável e mensurável. Alguns dos principais resultados que a Organização visa por meio de suas doações são: ampliar o número de microempreendimentos; ajudar o crescimento de pequenas empresas capazes de gerar empregos; ajudar o consumidor a acumular e preservar ativos por meio de poupança e de aquisição de casa própria; e aumentar o número de universitários formados. A Citi Foundation foi escolhida para receber o prêmio *2010 Community Reinvestment Award* (Prêmio 2010 de Reinvestimento na Comunidade) pelo apoio que prestou à Iniciativa Fiscal sobre Auto-Emprego (*Self Employment Tax Initiative*), uma manifestação nacional patrocinada pela Corporation for Economic Development (Corporação para o Desenvolvimento Econômico) para testar a entrega sem custo e de alto valor de serviços de consultoria e desenvolvimento

empresarial a empreendedores de baixa renda, como parte do processo anual da apresentação de declarações de imposto de renda. Esse prêmio reconhece o trabalho das instituições financeiras que oferecem inovação em serviços financeiros e educação financeira.

Resumo de 2009

No final do ano passado, alguns membros de nossa liderança e eu viajamos separadamente para 17 cidades em 14 estados onde o Citi possui operações. Nós nos reunimos com representantes de mais de 200 grupos de organizações sem fins lucrativos com as quais o Citi se relaciona, incluindo nossos parceiros em prevenção de execuções hipotecárias e outras atividades do setor de serviços comunitários. O trabalho de base que nossos colegas e esses grupos realizam juntos nos EUA é realmente impressionante, dando-me uma perspectiva nítida e profunda sobre a razão pela qual as pessoas no Citi devem se sentir bem por tudo que a Organização realizou ao longo do último ano e pela nossa capacidade coletiva de lidar com todos os desafios que ainda temos pela frente.

O Citi superou problemas que, segundo muitos críticos, não conseguiríamos vencer. Estamos emergindo de um ambiente financeiro muito sombrio. Ao longo desse período, entretanto, jamais deixamos de desempenhar um papel construtivo nas comunidades desta nação por meio de nossa ajuda em aliviar as pressões econômicas exercidas sobre as pessoas e suas famílias. Também disponibilizamos nossa capacidade de empréstimo a uma ampla gama de empresas e outras organizações. Ao mesmo tempo, atacamos vigorosamente e com eficiência os problemas que ameaçavam enfraquecer a Organização.

É, portanto, com muita propriedade que volto ao ponto no qual iniciei esta carta: expressando minha gratidão às pessoas do Citi, seja qual for sua função e onde quer que estejam na imensa abrangência global da Organização. Uma vez mais, reitero que todos nós, do Citi, apreciamos profundamente a ajuda que recebemos do povo dos Estados Unidos.

Naturalmente, estou também profundamente grato aos nossos clientes, que demonstraram incrível fidelidade e nos apoiaram mesmo durante os dias mais sombrios. Eles reforçaram nossa determinação de fazer com que, na operação de nossos negócios, as necessidades do cliente estejam sempre em primeiro lugar. A experiência mostra nitidamente que, se tal princípio não for observado, não poderá existir sucesso empresarial legítimo ou duradouro.

A todos os meus colegas acionistas, desejo enfatizar o quanto chegamos longe. Estou totalmente consciente de quanto isso custou e, também, de nossa obrigação de atingir um grau de rentabilidade e crescimento capaz de demonstrar, de forma convincente, a promessa do Citi. Acreditamos que o progresso que obtivemos em 2009 colocou-nos em posição de oferecer um novo e substancial valor aos acionistas. Esse é nosso objetivo primordial e imediato.

Atenciosamente,

Vikram Pandit

Chief Executive Officer, Citigroup Inc.