



HISTORIA

American Express, a 157 años de su fundación, ha sabido crecer de la mano de sus clientes. Su capacidad de adaptarse y renovarse se debe a dos factores principales: la innovación de sus productos y servicios y la firme convicción de prestar el mejor servicio en su clase.

El nombre American Express está ligado a valores tales como la confianza, integridad, calidad y servicio al cliente. Inició como una empresa de servicios de mensajería express, cuando aún no se conocían los automóviles, y se fue transformado a través de los años, primero con la introducción al mercado de los American Express Travelers Cheques, y, después incursionando en los servicios de viaje; la emisión de Tarjetas de servicio y de crédito y su participación en los servicios financieros globales.

American Express ha vivido y salido fortalecida de acontecimientos históricos de gran relevancia tales como la Guerra Civil de los Estados Unidos, la Revolución de México, dos Guerras Mundiales y la gran depresión de 1929, transformándose y tomando el reto de consolidarse como una de las compañías de servicios financieros más importantes del mundo.

En 1919, se constituyó la primer subsidiaria bancaria de American Express en los Estados Unidos, bajo el nombre de American Express Company, Inc., misma que posteriormente se convirtió en American Express Banking Corporation y que en la década de los 80, fue rebautizada como American Express Bank, Ltd.

Habiendo participado inicialmente en el transporte de mercancías y valores, American Express ha sido pionera en el lanzamiento de productos tales como La Tarjeta American Express, The Gold Card, The Platinum Card, The Centurión Card y por supuesto, los American Express Travelers Cheques emitidos por American Express TRS (Travel Related Services) en los Estados Unidos de América.

American Express Travel Related Services Company Inc, solicitó en julio de 1994 la autorización al Gobierno Federal para la constitución de American Express Bank (México), S.A. ("AmexBank"), Institución de Banca Múltiple. El 20

de octubre del mismo año, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, emitió la opinión favorable para constituir a AmexBank como Institución de Banca Múltiple Filial del Exterior.

Una vez cumplidos todos los requisitos y visitas de inspección por parte de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (“CNBV”) y de Banco de México, se autorizó el inicio de operaciones con fecha 9 de abril de 1996.

OPERACIÓN BANCARIA 2007

Desde que AmexBank inició sus operaciones, la estrategia de negocios se ha enfocado en brindar una amplia gama de servicios y productos bancarios que satisfacen las necesidades de financiamiento de individuos en el mercado.

Por ejemplo, Las Tarjetas de Crédito American Express, no sólo ofrecen el prestigio, beneficios y calidad de servicio de American Express, sino que también la tasa de interés y líneas de crédito más atractivas del mercado.

Por otro lado, AmexBank también se ha especializado en la administración de productos de inversión a través de los cuales se promueve la diversificación de portafolios de inversión basados en el conocimiento del perfil financiero de nuestros clientes. Esto ha permitido acelerar la adquisición de nuevos clientes y establecer un esquema de relación basado en el conocimiento de los mismos.

Legal y cumplimiento con autoridades

Durante 2007, AmexBank continuó teniendo como prioridad de negocio el total apego al Cumplimiento Normativo de la Institución, manteniendo un esquema de compensación ligado a los resultados que los empleados proporcionan en esta materia, incluso superando las metas de negocio que son establecidas.

Por otro lado, se continuó trabajando, a través de la Asociación de Bancos de México, con las Autoridades Financieras del país con el objetivo de mantener un programa de cumplimiento efectivo y en total apego a las políticas de la Institución; así como a regulaciones locales. Dado lo anterior, en el año se continuó reforzando el programa de Prevención de Recursos de Procedencia Ilícita y Financiamiento al Terrorismo al que hacen referencia las Disposiciones de carácter general a que se refiere el artículo 115 de la Ley de Instituciones de Crédito publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 28 de noviembre de 2006, a través del desarrollo y actualización de nuevas políticas y procesos en los monitoreos y aperturas de cuentas.

El compromiso que AmexBank manifiesta para mantener estrictos controles en materia de cumplimiento, permitió aumentar los recursos de la Dirección de Cumplimiento hasta en 50% durante el 2007. Lo anterior, llevó a establecer procesos de proyectos muy estrictos en la implementación de nuevas regulaciones como la Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los

Servicios Financieros publicada en el Diario Oficial de la Federación el 15 de junio de 2007.

AmexBank fue sujeta a diversas auditorías regulatorias llevadas a cabo por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, cuyo alcance tuvo los siguientes temas: Programa de Prevención de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita y Financiamiento al Terrorismo, Crédito, Seguridad de la Información y Auditoría Interna. Adicionalmente, se llevó en el tercer trimestre del año la auditoría en materia de Prevención de Recursos de Procedencia Ilícita y Financiamiento al Terrorismo llevada a cabo por el grupo de auditores externos Promontory Financial Group. Todas estas se llevaron a cabo de forma muy exitosa y con el objetivo de continuar fortaleciendo el Programa de Cumplimiento Normativo de la Institución.

El implementar un programa de cumplimiento y de seguimiento constante a las disposiciones aplicables, ha contribuido a tener observaciones satisfactorias por parte de los auditores externos de la Institución. Así como a atender con oportunidad las observaciones de la CNBV (Comisión Nacional Bancaria y de Valores), y lograr una calificación satisfactoria por parte de nuestros auditores internos en lo relacionado con los procesos operativos y de negocio de la Institución.

La Vicepresidencia Legal mantiene una participación muy activa en el cumplimiento de los cambios a diversas leyes entre las que se encuentran la ya mencionada “Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros” y sus respectivas Disposiciones. Dicha área ha mantenido una estrecha comunicación con las diversas áreas involucradas para la debida implementación de los requerimientos que establece dicha Ley y así garantizar la transparencia, la eficiencia de pagos y la protección de los intereses del público.

Por su parte, el área de Cumplimiento con Autoridades ha apoyado la creación de unidades internas de supervisión cuyo objetivo es garantizar que los procesos críticos de negocio se ejecuten con apego a los estándares de calidad establecidos por AmexBank y a las regulaciones existentes.

Finalmente, y con el fin de promover una cultura de cumplimiento, durante el año se llevaron a cabo los siguientes entrenamientos, haciéndolos extensivos a todos los empleados de la Institución:

Se continuaron impartiendo los cursos de inducción y de capacitación en Prevención de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita y Financiamiento al Terrorismo. El curso se basó tanto en el programa Be Alert! como curso introductorio, así como en el programa de “Know Your Customer” (conoce a tu cliente) para así seguir fomentando la cultura de cumplimiento.

Se reforzó el entrenamiento global de Código de Conducta y Anticorrupción, así como el enfocado a la Protección de Integridad de la Información.

Los esfuerzos realizados han permitido mantener la solidez y reputación de la marca en el mercado, soportando por otra parte el crecimiento del negocio.

Contraloría

Conscientes de sus beneficios, la Contraloría General de AmexBank ha apoyado los esfuerzos de las autoridades encaminados a la automatización del intercambio de información financiera. Para ello se han asignado recursos humanos, físicos y técnicos bajo la coordinación de esta Área. Así también, el área de Contraloría ha mantenido una comunicación abierta y directa con las autoridades financieras lo cual ha permitido adecuar los sistemas de la institución a los requerimientos que hacen públicos las autoridades.

Tesorería

Durante el 2007, se continuó con la estrategia de fondeo que está basada en los siguientes principios básicos:

- Mantener costos de fondeo atractivos a través de préstamos de bancos y la emisión de instrumentos bancarios domésticos tales como: Call, PRLV's (Pagarés con rendimiento liquidable al vencimiento), Certificados de Depósito.
- Mantener un perfil de vencimientos equilibrados en tiempo y monto adecuado.
- Disminuir el riesgo de mercado (volatilidad de las tasas de interés).
- Acceder a un mercado más profundo, mismo que ha mostrado buena aceptación del papel emitido por American Express Bank.
- Incorporar al esquema de fondeo los recursos provenientes de la captación lograda a través de la línea de productos financieros personales, reduciendo nuestra dependencia de otros intermediarios financieros.

Administración Integral de Riesgos.

El año de 2007 fue un año de consolidación de la función de Administración Integral de Riesgos de AmexBank convirtiéndose cada vez más en un área estratégica para la toma de decisiones del Banco.

Entre los puntos de mejora más importantes llevados a cabo durante el año podemos mencionar que:

- Se llevaron a cabo modificaciones a los modelos de riesgo de mercado y de crédito que permitieran tener estimaciones más precisas de los riesgos tomados por la Institución.

- Se establecieron nuevas medidas para monitorear y controlar el riesgo de liquidez del Banco; una enfocada a la operación diaria de la tesorería (Maximum Cumulative Outflow) y otra enfocada a medir la liquidez implícita de la estructura del balance (Activos Netos Líquidos).
- Se siguió ampliando la información relativa a la administración de riesgos a revelar en la página de internet de AmexBank.
- Se estableció un conjunto de límites para operar con contrapartes basado en capital económico tomando en cuenta la calidad crediticia de las contrapartes y el plazo de las colocaciones.
- Se continuó con el fortalecimiento del programa de administración de riesgo operacional:
 - Se creó un grupo de trabajo donde están representadas todas las áreas del Banco, iniciando el proceso de auto evaluación de riesgo de los procesos críticos, así como, definiendo una nueva metodología para el análisis del riesgo tecnológico de la Institución.
 - Se desarrolló la nueva política de riesgo operacional.
 - Se robusteció la base de datos de pérdidas operacionales.
 - Se consolidó el programa de continuidad del negocio del Banco y se llevaron a cabo pruebas exitosas en el sitio alterno.

ESTRATEGIAS DE MERCADO

Mercado objetivo

El mercado objetivo son los prospectos localizados en los segmentos A, B, C+ de la población, principalmente: personas físicas con capacidad de ahorro e inversión, personas morales con necesidades de inversión y administración de recursos, y personas físicas financieramente responsables con necesidades de crédito al consumo y personal.

Por el lado de captación, mantuvimos un esfuerzo de comercialización, invitando a los tarjetahabientes de American Express Co. (México), S.A.de C.V. a invertir en los portafolios de inversión, continuando dirigiéndonos a los tarjetahabientes que no respondieron a la primera invitación y enfocando los esfuerzos de mercadeo basados en el resultado del análisis de los hábitos de consumo.

El valor agregado que percibió el mercado objetivo es el respaldo de una Institución con solidez financiera y alto nivel de servicio, que ofrece un producto de inversión no transaccional, altamente competitivo. Como primer Banco con la figura de Distribuidor de Sociedades de Inversión en México, la asesoría al segmento objetivo basada en el conocimiento del perfil de inversionista para ofrecer un portafolio de productos diversificado y la asesoría de un especialista en inversiones, ha sido fundamental en el modelo de negocio.

Como resultado en los esquemas de captación y distribución de fondos, para finales de 2007 la captación tradicional alcanzó \$3,975 millones de pesos mientras que el monto en administración en Sociedades de Inversión que distribuye el banco fue de \$6,965 millones de pesos.

Por el lado de colocación, la estrategia de negocios de AmexBank se ha enfocado a brindar servicios bancarios de alta calidad al segmento objetivo, siendo pionero en la promoción de servicios de “Transferencia de saldos”, “Mensualidades sin Intereses”, Préstamos Personales con cargo a la tarjeta (“Cash by Phone”) y Préstamos Personales con abono directo a una cuenta bancaria de clientes de cualquier otra Institución Financiera “Personal Credit”. Así también, AmexBank fue el primer banco en utilizar los servicios de la cámara de compensación electrónica para domiciliar a otros bancos el pago de las Tarjetas de Crédito American Express. Este servicio es ofrecido a través de Internet y de nuestro centro telefónico.

AmexBank se ha dedicado a consolidar su Cartera de Crédito al Consumo, incrementar su margen financiero, a través de la reducción del costo de fondeo y un control muy estricto de la cartera vencida; y a desarrollar un plan de negocios cuyo objetivo central es el crecimiento de la línea de productos, para con ello dar un mejor uso a su licencia bancaria.

Estos esfuerzos han llevado a que en el 2007 nuestra cartera total de consumo fuera de \$13,691 millones de pesos y la utilidad neta fuera de \$278 millones de pesos.

ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

Resumen de las Estrategias de Captación y Colocación

AmexBank mantuvo una estrategia enfocada al crecimiento en la captación de recursos a través de inversiones, tanto en el balance del Banco como en productos fuera de éste, como lo son las Sociedades de Inversión bajo la figura de co-distribución.

Estos resultados se dieron enfocando la estrategia del Banco en los siguientes proyectos:

- a) Especializar productos de depósito e inversión como “Banca Patrimonial” enfocándose a:
 - La adquisición de clientes nuevos, principalmente Tarjetahabientes de American Express.
 - Crecer y profundizar la relación con el cliente, con apoyo de los Ejecutivos de Relación.

- b) Ampliar la oferta de productos de inversión (adquisición y relación) con una selección de proveedores de Sociedades de Inversión altamente especializados y complementando con productos innovadores que acceden a diferentes mercados globales.

c) Estrategias diferenciadas de Inversión, fomentando el esquema de “Arquitectura Abierta”, en el que el banco es pionero en el mercado mexicano, a través de:

- La diversificación a través de diferentes portafolios de Inversión.
- La implementación de programas de “Asset Allocation”, en portafolios modelo de inversión, diferenciados por el perfil de riesgo del cliente.

A lo largo del año se impulsó el crecimiento en nuestros productos de inversión, con campañas internas y de venta cruzada hacia los Tarjetahabientes del banco.

Las campañas se enfocaron principalmente a promover todos nuestros productos de inversión y posicionarnos como la Banca Patrimonial que sabe que, en inversiones, “cuidamos más que dinero, cuidamos el patrimonio de nuestros clientes”.

Por el lado de crédito, durante el 2007, nuestro principal motor de crecimiento fue el producto de Platinum Credit Card con el cual atraemos clientes con ingresos superiores a los 23,000 pesos, los cuales buscan tasas de financiamiento bajas con líneas de crédito altas. También, enfocamos los esfuerzos de nuestros representantes de venta en encontrar clientes más afluentes y para ayudarlos en esta búsqueda lanzamos en Octubre del 2007 nuestra segunda tarjeta “Platinum”, con el nombre de “Platinum SkyPlus Credit Card ® American Express” con la cual nuestros clientes pueden acumular puntos de recompensa intercambiándolos por boletos de avión, 25% más rápido que con otras tarjetas de la competencia.

DETALLE DE ESTRATEGIAS ACTUALES Y FUTURAS

Estrategia Actual de Captación de Recursos

La estrategia actual de captación de recursos se centra en el crecimiento de depósitos e inversiones en el segmento de Personas Físicas principalmente. Para poder crecer en estos productos, la oferta hacia el cliente es una propuesta de valor que permite satisfacer sus necesidades financieras desde el momento en que apertura una cuenta. La oferta de productos para esta estrategia se compone tanto de:

- Depósitos o instrumentos tradicionales como Pagarés y Cedes
- Inversiones en Sociedades de Inversión de terceros

a) La captación de depósitos en cuentas de cheques con intereses, cuentas de ahorro con atractivos rendimientos, pagarés con rendimiento liquidable al vencimiento y certificados de depósito bancarios, está supeditada al crecimiento ordenado de los activos del Banco. A través de estos productos de captación tradicional, que son bien conocidos en el mercado, se logran tener las bases para adquirir clientes, poco sofisticados financieramente con un perfil de riesgo “tradicional”, hasta aquellos con amplia experiencia en inversiones con perfiles más “agresivos”.

b) En inversiones, se tiene una oferta altamente relevante de sociedades de inversión, que permiten a los clientes diversificar en diferentes activos y mercados financieros para poder acceder a mejores rendimientos y esquemas de inversión de mediano y largo plazo siempre acorde al perfil de riesgo individual del cliente

En este modelo, AmexBank trabaja bajo la figura de co-distribuidor y no opera directamente las sociedades de inversión. Sin embargo, la selección de operadores y de los fondos de inversión en específico siguen un proceso desarrollado a nivel global para seleccionar aquellos productos de alta calidad que proporcionen al cliente la mejor relación riesgo / rendimiento conforme a sus necesidades y perfil; ya que a través de dicho proceso se busca distribuir fondos que ese ubiquen entre los mejores de su categoría de forma consistente. Hoy AmexBank distribuye fondos de ING Investment Management, Operadora GBM, Gestión Santander México y Principal Financial, y a través de la selección de productos de dichas operadoras se busca ofrecer a los clientes un portafolio que cuenta con todas las alternativas de inversión existentes en el mercado mexicano, tanto en activos locales como globales.

En este modelo, la adquisición se centra en productos tradicionales de fácil acceso y el crecimiento se da con productos bursátiles más sofisticados como las sociedades de inversión, que permiten al cliente diversificar en diferentes instrumentos, buscando optimizar la relación riesgo-rendimiento; esto es, dar el mejor rendimiento posible de acuerdo al plazo y riesgo que el cliente esté dispuesto a tomar. Bajo estas condiciones, la asesoría es fundamental y es la base para crecer en la relación con el cliente.

En cuanto a los canales de distribución y servicio, actualmente contamos con una red de 8 sucursales en las ciudades de México, Monterrey, Guadalajara y Puebla, más 7 módulos bancarios ubicados dentro de las tiendas de "El Palacio de Hierro". Adicionalmente a estos canales "tradicionales", estamos apoyando la estrategia de servicio prioritaria del Banco, que se centra en ofrecer canales electrónicos eficientes para nuestros clientes, como lo es nuestro Centro de Atención Telefónico y nuestra página de Internet (www.americanexpressbank.com.mx).

Estrategia Futura de Captación de Recursos

- Para la estrategia a futuro, se continúa creciendo con una ampliación de operadores de sociedades de inversión. AmexBank esta en el proceso de ampliar la distribución con al menos un operador más en el corto plazo.

Continuará además el crecimiento de la oferta de productos con más Sociedades de Inversión, bajo el esquema de "fondo de fondos" y "fondos con activos globales", nuevos paquetes de productos de inversión que combinen depósitos tradicionales con Fondos de Inversión, así como una oferta básica de productos más sofisticados como lo son Productos Estructurados.

Por otra parte, se prevé continuar con el proceso de perfilación de clientes a través de un cuestionario individual y la categorización de productos que permitan armar el portafolio de inversión más adecuado para los clientes.

En cuanto a la promoción, continuaremos trabajando conjuntamente con prospectos y en venta cruzada hacia los clientes de tarjeta de American Express. Adicionalmente, con campañas semi-masivas seguiremos impulsando la presencia y posicionamiento de American Express Banca Patrimonial.

En cuanto a canales, continuaremos impulsando canales eficientes, creciendo y reforzando la infraestructura con paquetes globales y ampliando nuestro servicio telefónico y de Internet para ofrecer una mejor diferenciación de acuerdo a las necesidades financieras de los clientes y mayores elementos de seguridad.

Además, continuaremos con el proceso continuo de mejora en la calidad y servicio, basado fundamentalmente en el enfoque de procesos "Six Sigma", a través del cual estamos vigilando los tiempos de atención y respuesta desde el inicio hasta el final de las diferentes áreas involucradas: atención a clientes, producción, envío y mensajería, etc.

Con ello, pretendemos asegurar los más altos índices de calidad en el servicio de forma consistente en todos los puntos de contacto del cliente con el banco.

OFERTA DE PRODUCTOS

De acuerdo a las expectativas del mercado y a la evolución en los perfiles de nuestros clientes, el anaquel de productos que contemplamos se espera ampliar con instrumentos que funcionen adecuadamente bajo diferentes escenarios financieros y que además, cubran las necesidades de un inversionista más complejo.

Hoy en día la oferta de productos incluye:

a) Depósitos

- Cuentas de cheques con intereses (Centurion Cash y Centurion Cash Plus)
- Inversión líquida de altos rendimientos (Personal Savings Fund), que paga una tasa referida a Cetes 28 días con liquidez diaria y cobra una comisión mensual.
- Pagarés con rendimiento liquidable al vencimiento, con plazos que van de 1 día hasta 6 meses (Centurion Time Deposit)
- Certificados de depósito bancario con tasa revisable, referida a Cetes 28 días y pago de rendimientos mensuales, en plazos que van desde 3 meses hasta 2 años (Amex CD Plus)

b) Sociedades de Inversión

- Sociedades de Instrumentos de Deuda,
 - Con alta calidad crediticia (Calificaciones AAA y AA),
 - Diferentes horizontes de inversión, desde el muy corto plazo (con riesgo mercado clasificado como “2”) hasta las de muy largo plazo (clasificación “7”)
- Sociedades de Cobertura en Dólares Americanos y Euros,
 - De inversión líquida o cobertura con alta liquidez
 - De inversión a largo plazo en instrumentos de deuda de alta calidad crediticia
 - De inversión a largo plazo en bonos globales
- Fondos de Renta Variable,
 - Indizados a la Bolsa Mexicana de Valores
 - Indizados a otras bolsas de EU, Europa, Brasil y Asia
 - Fondos de largo plazo
 - Fondos en activos internacionales

c) Productos para el manejo eficiente de los recursos

- Amex One Account.- Una Sociedad de Inversión de Deuda de corto plazo, que cuenta con una Chequera que le da facilidad al cliente para disponer de sus recursos.
- Amex Line of Credit.- Una línea de crédito para inversionistas con alta liquidez y ligada a las inversiones.

Proceso para la emisión de nuevos productos

En la emisión de nuevos productos, hemos seguido un proceso basado en el “diseño de procesos” de punta a punta, con apoyo del esquema “Six Sigma”, cuidando la calidad en todos y cada uno de ellos para lograr la introducción al mercado de productos y servicios innovadores y de alta calidad.

Existe un proceso de estricta vigilancia en el lanzamiento de nuevos productos y servicios, en el cual participan las distintas áreas del Banco y para el cual se emite un documento que cubre todos los aspectos funcionales y operativos del producto.

Este proceso requiere de revisión y autorización local, como de apoyos globales para incluir mejores prácticas y recomendaciones de experiencias similares en otros mercados.

CRÉDITO

En lo que se refiere al crédito al consumo, durante 2007, American Express Bank tomó la decisión de enfocar sus esfuerzos en el crecimiento de tarjeta por lo cual la promoción de Créditos Personales sin garantía dejó de ser parte del abanico de productos que AmexBank ofrece a sus clientes.

En cuanto a cambios enfocados a mejorar el nivel de riesgo de nuestra base de tarjetahabientes, reenfoCAMOS nuestros esfuerzos en generar saldos revolventes de tarjeta de crédito mediante el uso de la misma en nuestra red de establecimientos afiliados. Por lo cual, el producto de Cash by Phone al no estar alineado con nuestra estrategia de largo plazo deja de ofrecerse en octubre de este año.

Tarjeta de Crédito

En el año de 2007 consolidamos la estrategia que iniciamos en el 2006 en donde nos enfocamos en atraer a los segmentos afluentes del mercado con productos diseñados para este segmento en particular. Adicionalmente, lanzamos en Octubre del 2007 la tarjeta The Platinum Sky Plus Credit Card de American Express como una extensión de nuestra línea de productos platinum enfocada a todas aquellas personas que quieren beneficios de viaje, la primera tarjeta de crédito con la que el cliente decide a donde y cuando viajar con los boletos de avión que otorga por el volumen de cargos realizados a la tarjeta, acumulando boletos 25% más rápido que con las Tarjetas que ofrece la competencia. Esta tarjeta requiere de un gasto anual equivalente a \$15,000.00 dólares americanos, siendo que la competencia lo ofrece con un gasto anual de \$20,000 dólares.

Debido a nuestra estrategia de captar clientes afluentes y a la diversidad de productos de Tarjeta de Crédito que mantiene la Institución, se logró captar nuevos clientes a través de la oferta de:

- **La Tarjeta de Crédito American Express,**
- **La Tarjeta Blue de American Express,**
- **La Tarjeta de Crédito American Express Aeroméxico,**
- **La Tarjeta Gold Credit Card de American Express,**
- **La tarjeta Gold Cashback de American Express**
- **The Platinum Sky Plus Credit Card de American Express y**
- **La Tarjeta Platinum Credit Card de American Express**

Siendo esta última el mayor motor de crecimiento de clientes afluentes que ingresaron a la franquicia.

Hemos crecido nuestro programa Membership Rewards, adicionando socios de negocios y añadiendo productos relevantes para nuestros tarjetahabientes. Esto aunado a nuestros beneficios como: transferencia de saldos, Express Cash, Garantía Plus, Vida Crédito, Seguro contra robo y daños materiales para autos rentados en Estados Unidos y Canadá, han permitido fortalecer la lealtad de nuestros clientes hacia nuestra marca.

Fueron implementadas nuevas estrategias de negocios a lo largo del año con el fin de mantener nuestra propuesta de valor en donde buscamos enfocar el crecimiento mediante el gasto en los establecimientos comerciales.

Seguiremos con nuestra filosofía de reconocer el buen comportamiento de pago de nuestros clientes, ofreciendo la mejor tasa posible desde el primer día dependiendo del producto que elijan y brindando un servicio superior.

PLAN PARA ELEVAR LA CALIDAD DEL CAPITAL DE LA INSTITUCIÓN

De acuerdo con lo establecido en el artículo 19 de la Ley de Instituciones de Crédito y según se ordena en la “Resolución por la que se modifican las disposiciones de carácter general aplicables a las Instituciones de Crédito” publicada el 23 de marzo del 2007 en el Diario Oficial de la Federación, y en virtud de que el capital social de American Express Bank (México), S.A. sería inferior al mínimo requerido al 31 de diciembre de 2007, la Asamblea de Accionista aprobó el 15 de octubre de 2007 el incremento en el capital social de American Express Bank (México), S.A. en la cantidad de \$93,308,000.00 pesos mediante la emisión de 93,308 acciones, divididas en 47,586 acciones serie “F” y 45,722 acciones serie “B”, para tener un Capital mínimo total de \$409,362,000.00, mismo que quedó íntegramente suscrito y pagado.

DOMICILIO SOCIAL

Av. Patriotismo 635, 4 Piso
Col. Cd. de los Deportes
México D.F. C.P. 03710

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Consejero Propietario y Presidente

Helio Magalhães

Consejero Propietario y Vicepresidente

Manuel Armendáriz Morales

Consejero Propietario

Humberto Romero Lois

Consejero Propietario

Luis Alba Koeman

Consejero Independiente

César Muñiz Aguilera

Consejero Independiente

Gonzalo García Velasco

Secretario

Michel Chamlati Salem

FUNCIONARIOS

Director General

Manuel Armendáriz Morales

Asistente

Reyna Mendoza

Director de Adquisiciones

Gerente de Riesgos

Director de Mercadotecnia

Auditor

Gerente de Tecnologías

Gerente de Contraloría

Director de Crédito

Director de Crédito

Director de Operaciones

Director de Compliance

Gerente de Finanzas

Gerente de Servicios Bancarios

Gerente de Cuentas Nuevas

Rosa Alicia Jiménez de Alba

Ricardo Caballero

Humberto Romero

Manuel Valadez

Daniel Gómez

Pedro Vázquez

Ricardo Medina

Rodolfo Orfila

Salvador Salgado

José Ramón Bordes

Luis Vega de Llergo

Jorge Mata

Gustavo Planter