

- 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.