

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.