



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 un servicio superior.

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 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 renombrada 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 Travel Related Services Company, Inc. 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 2009

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 ofrecemos productos con tasas de interés y líneas de crédito muy competitivas en nuestros segmentos de 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 le 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 2009, AmexBank continuó teniendo como prioridad de negocio el total apego al Cumplimiento Normativo de la Institución; por lo que se trabajó, 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.

Durante 2009, el área de Compliance y Legal coordinaron la implementación de nuevas regulaciones, con el objeto de asegurar el cumplimiento normativo de la Institución en todo momento.

En cumplimiento a lo establecido en el capítulo XI de las Disposiciones de Carácter General aplicables a las instituciones de crédito, la Institución obtuvo autorización por parte de la CNBV para poder celebrar contratos de comisión mercantil con los socios de negocio que reciben pagos de las tarjetas de crédito emitidas por la Institución en los establecimientos de dichos socios (corresponsales bancarios), para lo cual se prepararon los contratos de comisión mercantil correspondientes, el plan estratégico de negocios y la adecuación a los sistemas aplicables.

La Vicepresidencia Legal continúa manteniendo una participación muy activa en el cumplimiento de los cambios a diversas leyes entre las que se encuentran la “Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros” y sus respectivas Disposiciones así como las ya mencionadas, Disposiciones de Carácter General aplicables a las Instituciones de Crédito. Dicha área ha mantenido una estrecha comunicación con las diversas líneas de negocio involucradas para la debida implementación de los requerimientos que establecen dichas Leyes 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.

Adicionalmente y con el fin de mantener vigente una cultura de legalidad, durante el 2009 se impartieron cursos relativos al Código de Conducta de la Institución, programas de entrenamiento enfocadas a prácticas anti-corrupción y seguridad de la información, reforzados todos ellos por un programa de comunicación constante por parte de la Alta Dirección.

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 y contable, así mismo ha instrumentado los controles necesarios para asegurar que la información financiera sea confiable, veraz y oportuna; asignando 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

A pesar de la complejidad de 2009, derivado de la alta volatilidad en los mercados, la prioridad fue mantener la sustentabilidad y consolidación financiera de la Institución a largo plazo, la cual está basada en un estricto control de riesgo, por lo que se generaron permanentemente estrategias de gestión de liquidez.

Una parte estratégica de la planeación de 2009 fue la habilidad de absorber y determinar el precio de activos y riesgos financieros, por lo que se modificaron las dinámicas de fondeo a través de una diversificación importante en cuanto a plazos y fuentes, las cuales estuvieron basadas en Captación Tradicional.

Al cierre del año, el perfil de liquidez incluía tanto recursos en caja como valores los cuales representaban el 50% de la base de fondeo a largo plazo, lo cual garantizaba hacer frente a los retos y cambios en el mercado.

Así mismo, a fin de mejorar el perfil de capitalización durante el mes de abril se realizó una infusión de capital por 250 MM MXP.

Con esta orientación estratégica y dada su extraordinaria posición de liquidez American Express Bank se consolidó una vez más como un participante importante en el mercado financiero, siendo pieza importante dentro del mercado interbancario.

Administración Integral de Riesgos

Durante el 2009 se reforzaron los modelos existentes, lo que permitió mejorar la posición del Banco ante un ambiente de mercado cada vez más complejo.

Entre las iniciativas de mejora más importantes llevadas a cabo durante el año podemos mencionar las siguientes:

- Se robusteció la administración del Riesgo Operacional mediante la creación de la posición del Oficial de Seguridad de la Información.
- Se publicó la Política y Estándares de Seguridad de la Información lo que impulsará, entre otras, las mejores prácticas para la protección y manejo de los recursos de información de la Institución.
- Como resultado del cambio en las disposiciones para la creación de reservas crediticias por tarjeta de crédito, se realizaron modificaciones a los modelos que pronostican la evolución del Índice de Capitalización (ICAP), lo cual permitió determinar el impacto que se tendría en estas nuevas reservas y así asegurarse de mantener niveles de capitalización adecuados.
- Se realizó la revisión de los factores que integran a los modelos de Riesgo de Mercado y Liquidez.
- Se coordinaron los planes de contingencia de la Institución para hacer frente a la crisis de salud derivada de la pandemia provocada por la influenza durante el 2do y 3er trimestre del año.
- Se reforzaron los controles y límites de inversión de los excedentes de la tesorería con contrapartes.

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, se mantuvo 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 productos de inversión no transaccional, altamente competitivo. Siendo fundamental en el modelo de negocio, la asesoría al segmento objetivo basada en el conocimiento del perfil de inversionista para ofrecer un portafolio de productos diversificado.

Como resultado en los esquemas de captación y distribución de fondos, para finales de 2009 la captación tradicional alcanzó \$6,755 millones de pesos mientras que el monto en administración en Sociedades de Inversión que distribuye el banco fue de \$4,180 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.

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.

ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

Resumen de las Estrategias

AmexBank México en el 2009, continuó creciendo su oferta de productos de crédito, seguros y servicios financieros enfocados principalmente en las personas físicas de nivel socioeconómico A, B y C+ con necesidades de inversión, crédito y protección.

Durante el ejercicio se implementaron estrategias que lograron estipular las bases para realizar una transformación de nuestros negocios, principalmente buscando reducir la volatilidad de la utilidad y mantener mayor certidumbre en los ingresos.

En Banca Patrimonial, 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”.

La estrategia abarcó los siguientes pasos:

- a. Especializar productos de depósito e inversión como “Banca Patrimonial” con un enfoque especial en:
 - 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.

Por el lado de crédito, fueron implementadas nuevas estrategias de negocio 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.

No obstante la contracción generada en el mercado de crédito al consumo American Express Bank decidió lanzar en el mes de julio la Tarjeta Gold Elite Credit Card, la cual está enfocada en recompensar el gasto diario de los clientes. Este producto en combinación con SkyPlus nos ha ayudado a incrementar nuestra cartera de clientes.

En el negocio de Seguros, con el fin de robustecer el portafolio y la oferta de productos, durante el 2009 se diseñó y lanzó al mercado un seguro de AXA Seguros exclusivo para nuestros Tarjetahabientes, “Amex Guard”. Dicho producto ofrece protección a los bienes del Cliente contra robo con violencia (con coberturas de reembolso en caso de: retiro forzado en cajero automático, compras que haya realizado de manera forzada durante el robo, el valor de objetos personales que hayan sido robados o dañados durante el asalto; y robo de llaves de casa y/o automóvil).

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 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. 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 y Gestión Santander México, 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 de inversión 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, contamos con 2 sucursales bancarias en las ciudades de México y Monterrey, así como 7 módulos bancarios ubicados dentro de las tiendas de “El Palacio de Hierro”.

Ampliamos nuestra red de servicios bancarios a través de once sucursales ubicadas en los siguientes puntos: Ciudad de México: dos en el Aeropuerto Internacional, en las salas Centurion; y una en cada una de las siguientes localidades (Santa Fe, Hotel Nikko, Hotel Camino Real y en Cd. Satélite). En provincia, también ampliamos nuestra red de servicios, con dos oficinas en Guadalajara, dos en Monterrey y una en Puebla.

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 está 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.

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 de acuerdo a su perfil y necesidades de inversión.

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

Los canales se continuarán impulsando para volverlos cada vez más 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, el proceso continuo de mejora en la calidad y servicio, basado fundamentalmente en el enfoque de procesos “Six Sigma”, asegurará 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
 - Indexados a la Bolsa Mexicana de Valores
 - Indexados 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 dicho proceso 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.

TARJETA DE CRÉDITO

En el año de 2009 el enfoque fue estar en línea con la situación del entorno macroeconómico, y así ofrecer beneficios que los clientes buscaban en ese tiempo, atendiendo sus necesidades primarias, y así concentrar el gasto diario de los Tarjetahabientes en una sola tarjeta.

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®,
- Blue de American Express®,
- La Tarjeta de Crédito American Express ®Aeroméxico,
- The Gold Credit Card American Express®,
- The Gold Cash Back de American Express
- The Gold Ellite Credit Card American Express®
- The Platinum SKYPLUS® Credit Card American Express y
- The Platinum Credit Card American Express®

The Gold Ellite Credit Card American Express fue el motor de crecimiento de nuestra cartera en 2009. Este producto ofrece la oportunidad de acumular puntos Membership Rewards más rápido al permitirle al Tarjetahabiente concentrar sus compras diarias en una misma Tarjeta, ya que cuenta con aceleradores especiales por los primeros 18 meses para consumos en gasolineras (30% más puntos), restaurantes (20% más puntos) y supermercados (10% más puntos). De esta forma, el Cliente acumula puntos más rápido, los cuales puede intercambiar por diversos productos y servicios. En resumen es La Tarjeta que da más recompensas por los gastos que el Tarjetahabiente ya realiza en el día a día.

Se han adicionado socios de negocio al Programa Membership Rewards, brindando, así una gama más amplia de opciones para nuestros Tarjetahabientes. Este tipo de cambios aunados a nuestros beneficios como: Garantía Plus, Vida Crédito, Seguro contra robo y daños materiales para autos rentados en EU y Canadá, han permitido fortalecer la lealtad de nuestros clientes hacia nuestra marca, permitiéndonos ofrecer a estos mismos clientes y, dado su comportamiento, productos enfocados a un segmento "Premium".

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.

SEGUROS

El negocio de Seguros aportó un total de \$214'176,000.00 de pesos a la utilidad neta de la Institución, lo cual fue generado principalmente por un importante incremento en el número de pólizas tanto nuevas como vigentes, con respecto al plan estratégico definido para el año. Adicionalmente y derivado de la revisión de programas para incentivar la venta de estos productos a nuestros clientes.

Durante el 2009 se continuó teniendo una estrategia para complementar la oferta de productos a los clientes de la Institución, por lo que en el año la venta de seguros se focalizó en los siguientes productos que son complementarios a la tarjeta de crédito American Express, los cuales se enlistan a continuación:

- Plan de Vida
- Protección de Crédito (Credit Protection)
- Accidentes Personales (Accident Cash)
- Gastos de Hospitalización (Hospital Cash)
- Protección de Bienes Personales (Amex Guard)
- Salud Familiar (Family Protection)
- Seguro de Viaje en Cruceros (Tavel Plus)

Por lo que corresponde al proceso operativo en la venta de Seguros, American Express continuó operando a través de un esquema en el que terceriza esta operación en la administración de los diferentes productos en el 90% de los casos con las siguientes aseguradoras afiliadas: AXA Seguros, ACE Seguros y Metlife.

Adicionalmente y en la venta de seguros de otros operadores como lo son Assurant, GNP, Inbursa y AXA Assistance, es la propia aseguradora quien los opera por su cuenta propia con la supervisión, controles y niveles de servicio de American Express Bank México.

Los resultados del 2009 indican el crecimiento y potencial del negocio de Seguros, comparado con 2008 hubo un incremento del 26% en Primas, 44% de incremento en comisiones y 36% en Utilidad antes de impuestos.

Como parte de las regulaciones en 2009 para dar opciones a nuestros Clientes para recibir información sensible sobre su seguro, comenzamos el proceso de envío de póliza y términos y condiciones por correo electrónico (adicional al envío en papel por mensajería). Adicionalmente, hubo una mejora y un mayor enfoque en el proceso de retención de póliza, reforzamiento en la calidad de las ventas y control de las encuestas de calidad de los clientes.

El 2010 representará un año de grandes retos e importantes perspectivas de crecimiento, por lo que respecta a seguros. Ante una mejora en los indicadores macroeconómicos, se prevé una mejora en el comportamiento crediticio, así como un aumento de gasto, estando American Express preparado para hacer frente a las demandas y necesidades de nuestros clientes en este tipo de productos.

CAPITAL DE LA INSTITUCIÓN

Durante el mes de mayo de 2009, la Asamblea de Accionistas aprobó el incremento en el capital social de American Express Bank (México), S.A., en la cantidad de \$328'250,000.00 (trescientos veintiocho millones doscientos cincuenta mil pesos 00/100 M.N.), con lo cual el capital social de la Institución asciende a \$1,499,837,000.00 (mil cuatrocientos noventa y nueve millones ochocientos treinta y siete mil pesos 00/100 Moneda Nacional) representado por 507,367 acciones serie "F", y 487,470 acciones serie "B", y 505,000 acciones de tesorería que respaldan la conversión de obligaciones. Cada una de las acciones mencionadas tiene un valor de \$1,000.00.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Consejero Propietario y Presidente

Hélio Magalhães

Ricardo Medina Hernández	Consejero Propietario y Vicepresidente
Rosa Alicia Jiménez de Alba	Consejero Propietario
Luis Alba Koeman	Consejero Propietario
Juan Manuel Noya	Consejero Propietario
César Muñoz Aguilera	Consejero Independiente
Gonzalo García Velasco	Consejero Independiente
Michel Chamlati Salem	Secretario

FUNCIONARIOS

Director General

Ricardo Medina Hernández

Reyna Mendoza C	Asistente Ejecutiva
Rosa Alicia Jiménez de Alba	Director de Adquisiciones
Raphaela Berckemeyer	Director de Tarjetas de Crédito
José Ramón Bordes	Director de Compliance
Manuel Valadez	Auditor
Juan Ramírez	Director Análisis y Modelos de Riesgo Crediticio
Octavio Vallejo	Gerente de Tesorería
Pedro Vázquez	Gerente de Contraloría