



El nombre American Express está ligado a valores tales como la confianza, integridad, calidad y servicio al cliente.

OPERACIÓN BANCARIA 2010

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

El ejercicio del 2010 representó importantes retos al sector en materia regulatoria, principalmente por el número de nuevas obligaciones establecidas principalmente por Banco de México y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, lo cual requirió de las Instituciones, importantes inversiones en las plataformas bancarias.

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, incluyendo los siguientes requerimientos regulatorios:

- Implementación a las modificaciones realizadas al Capítulo X de las Disposiciones de Carácter General aplicables a las Instituciones de Crédito (CUB) relativa a medios electrónicos publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 27 enero 2010.

- Implementación a lo establecido en la Circular 2/2010 emitida por Banco de México en la que se establecen los requisitos que se deben de cumplir respecto a la domiciliación en cuentas de depósito bancario de dinero publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 18 de enero de 2010.
- De igual forma en apego a lo establecido en la Circular 22/2010 de Banxico sobre las Disposiciones de carácter general que establecen prohibiciones y límites al cobro de comisiones de 26 de julio de 2010 se dejaron de cobrar las comisiones estipuladas en la misma y se informó de tal situación a los clientes.
- Se adecuaron los (i) contratos, (ii) estados de cuenta, (iii) comprobantes de operación y (iv) publicidad de conformidad con lo estipulado en la Disposición Única de CONDUSEF aplicable a las entidades financieras publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de agosto de 2010.
- Se modificaron los contratos de apertura de crédito en cuenta corriente que regulan el uso de las Tarjetas de crédito de la Institución con objeto de dar cumplimiento a lo establecido en la Circular 34/2010 de Banxico dirigida a las instituciones de banca múltiple, sociedades financieras de objeto limitado y sociedades financieras de objeto múltiple reguladas relativas a las Reglas de Tarjetas de Crédito publicada el 12 de noviembre de 2010, así como sus modificaciones.
- Se realizaron las actividades correspondientes para dar cumplimiento a lo establecido en la Circular 35/2010 dirigida a las instituciones de crédito, sociedades financieras populares y sociedades cooperativas de ahorro y préstamo relativa a las Disposiciones de carácter general que establecen la metodología de cálculo, fórmula, componentes y supuestos de la GAT publicada el 12 de noviembre de 2010 y poder publicar dicha Ganancia al público conforme a lo establecido en la mencionada circular.
- Se dio cumplimiento a lo establecido en la Circular 36/2010 de Banxico relativa a las disposiciones de carácter general en materia de registro de comisiones publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de noviembre de 2010.
- Se implementaron las nuevas obligaciones establecidas en las Disposiciones de carácter general a que se refiere el artículo 115 de la Ley de Instituciones de Crédito.
- Se han estado tomando las medidas necesarias para implementar los derechos y obligaciones de la Institución establecidos en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares publicada en el Diario Oficial de la Federación en julio de 2010.

La Vicepresidencia Legal y Dirección de Compliance continúan manteniendo una participación muy activa en el cumplimiento de los cambios a diversas regulaciones. Dichas áreas han 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.

Adicionalmente, el área de Compliance continuó desarrollando un programa de supervisión interna apoyado por el negocio, con el fin de detectar de forma preventiva posibles desviaciones a procesos o lineamientos internos, con el fin de detectarlos de forma oportuna. Este proceso de valoración de riesgos regulatorios “risk assessment”, estará siendo completamente implementado durante el ejercicio de 2011.

La importancia de la capacitación y el cumplimiento al programa anual, tuvo mayor relevancia al aumentar la base de empleados significativamente, habiendo una contratación masiva en las áreas de soporte operativo para la Institución. Especial énfasis se dio a programas de Anti-corrupción, Prevención de Operaciones con recursos de procedencia ilícita y financiamiento al terrorismo, así como a nuestro Código de Conducta.

Por otra parte tanto la Vicepresidencia Legal y la Dirección de Compliance, contribuyeron de forma importante en capitalizar los esfuerzos para lograr la autorización de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores para operar contratos de comisión mercantil, los cuales se orientaron a ampliar la red de canales de pagos de tarjeta de crédito, emitidas por la Institución, facilitando así la operatividad en este tipo de transacciones, logrando trabajar en pro de los esfuerzos del sector en ampliar la bancarización en el país.

CONTRALORÍA GENERAL

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, el adecuado envío y entrega de los Reportes Regulatorios así mismo ha instrumentado a través de la Contraloría Interna Financiera 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. Por otra parte la Contraloría General ha coadyuvado en la estrategia de negocios al dar soporte a la amplia gama de servicios y productos bancarios que satisfacen las necesidades de financiamiento de nuestros clientes, Finalmente 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 través de la formulación de estrategias de liquidez y de Administración de Activos y Pasivos, la Tesorería cumple con sus objetivos de riesgos de mercado, así como de liquidez en términos de requerimientos o excedentes de fondeo de recursos dados por la dinámica constante entre las distintas áreas de negocio del Banco.

Dada la astringencia en el otorgamiento de crédito durante 2010, se modificaron las dinámicas de fondeo mediante la diversificación de fuentes, éstas directamente relacionadas a Captación Tradicional.

Estas nuevas fuentes de fondeo a corto plazo en combinación con las ya existentes a mayor plazo garantizan una sana estructura en los vencimientos proporcionando una adecuada estabilidad al Balance de institución, lo cual ha permitido mitigar su riesgo de tasas de interés, mejorar considerablemente su perfil de liquidez, así como su margen financiero.

Se continuó con la revisión de políticas, y procedimientos de administración de Riesgo de liquidez y contraparte con la finalidad de mantener las mejores prácticas de Riesgos de Mercado. Un punto relevante para una mejor administración del riesgo de contraparte ha sido la apertura de contratos con más contrapartes de Sistema financiero. Por otro lado respecto al Riesgo de Liquidez se mantiene monitoreado el Plan de contingencia de fondeo para estar al pendiente, a través de alertas tempranas, de situaciones que pudieran afectar la liquidez necesaria de la Institución.

ADMINISTRACIÓN INTEGRAL DE RIESGOS

Como resultado del desempeño y manejo prudencial de riesgos de la Institución, durante el año 2010 en el Área de Administración de Riesgos, se establecieron metodologías a fin de consolidar las estrategias y prioridades definidas por la Dirección General, lo cual contribuyó a una sólida estructura de balance, fuerte nivel de capitalización y adecuados niveles de cobertura de reservas y liquidez.

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

Riesgo Operacional

- La gestión y proceso de riesgo operativo se robusteció en su marco de tratamiento, en términos de bases de datos internas, procesos de autoevaluación a través de modelos top down y modelos bottom up, construcción de scorings, indicadores de riesgo clave, así como agregación de indicadores y niveles de alarma. Con éstas acciones la Institución tendrá los fundamentos para migrar a modelos avanzados a fin de cuantificar y modelar éste tipo de riesgo.

Riesgo de Mercado

- Se modificaron los modelos de riesgo y valuación, en cuanto a simulación y modelos de stress. Estas modificaciones a las técnicas de Administración de Activos y Pasivos aseguran que la toma de decisiones, tipos de riesgo sumidos y medición de desempeño sean consistentes con los objetivos institucionales y la regulación vigente.

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.

Como resultado en los esquemas de captación y distribución de fondos, para finales de 2010 la captación tradicional alcanzó \$6,385 millones de pesos mientras que el monto en administración en Sociedades de Inversión que distribuye el banco fue de \$5,423 millones de pesos.

ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

Resumen de las Estrategias

AmexBank México en el 2010, 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 basada en los siguientes proyectos:

- 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.
Durante 2010 incluimos 3 nuevos fondos de Inversión ING-Real, Stder-4 y GBM-AAA y para este 2011 estamos evaluando nuevas sociedades de inversión así como algunos Fondos de Fondos.

- 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.

Para el 2011 nuestra estrategia se mantiene con un mayor enfoque hacia la captación en Fondos de Inversión una vez que se tienen cubiertas las necesidades de fondeo para el portafolio de la tarjeta de Crédito.

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.

Se relanzó el producto Platinum Credit Card no sólo con el fin de atraer nuevos tarjetahabientes sino además de extender los nuevos beneficios a los tarjetahabientes actuales como reconocimiento a su lealtad. Este producto en combinación con Gold Elite nos ayuda a incrementar nuestra cartera de clientes y mantener a los existentes.

En el negocio de Seguros, con el fin de robustecer el portafolio y la oferta de productos, durante el 2010 se diseñó y lanzó al mercado un seguro de AXA Seguros exclusivo para nuestros Tarjetahabientes, “Travel Protection”. Dicho producto ofrece protección a los cobertura completa de viaje en gastos médicos, pérdida y demora de equipaje, responsabilidad civil en el extranjero, y concerge.

Esta oferta completa la gama de productos con tenemos para brindarle un servicio a nuestros tarjetahabientes que cumpla con todas sus necesidades. Finalmente también lanzamos una cotizadora en línea para este producto para facilitar a nuestros clientes la compra de Travel Protection.

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 y una Cuenta de Ahorro de Alto Rendimiento
 - 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 se 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 sucursales bancarias en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara y Puebla. Adicionalmente, a estos canales “tradicionales”, contamos con un Centro de Atención Telefónico además de una página de Internet (www.americanexpressbank.com.mx) con información sobre los productos y servicios.

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, así como su actualización para conocer las modificaciones del perfil de los clientes y hacer nuevas ofertas de acuerdo con el resultado del mismo.

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), Cuentas de Cheques Básicas y Nómina.
- 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.

TARJETA DE CRÉDITO

Con el fin de mantener nuestros productos competitivos y relevantes, así como generar aún mayor lealtad entre nuestros tarjetahabientes relanzamos el producto Platinum Credit Card. Este relanzamiento de la propuesta de valor fue realizado tanto para la nueva adquisición como para el portafolio existente. Esta nueva propuesta de valor está enfocada a otorgar mayores recompensas a los tarjetahabientes por su gasto diario además de complementar su estilo de vida con beneficios de viaje y restaurantes:

- Incluye el programa de Membership Rewards® sin costo de por vida
- 60%, 40% y 20% más de puntos Membership Rewards en sus compras en gasolineras, restaurantes y supermercados respectivamente por los primeros 18 meses desde su adquisición
- Dining Program: 15% de descuento permanente en más de 50 restaurantes afiliados al programa
- Acceso a la membresía básica de Priority Pass™ sin costo de por vida
- 15% de descuento en todas los boletos y destinos de Interjet

Este producto en combinación con Gold Elite nos ayuda a incrementar nuestra cartera de clientes y mantener a los existentes.

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 a través de los siguientes productos:

- La Tarjeta de Crédito Básica American Express
- La Tarjeta de Crédito American Express®
- Blue de American Express®
- The Gold Credit Card American Express®
- Gold Cash Back de American Express
- The Gold Elite Credit Card American Express®
- The PLATINUM SKYPLUS Credit Card American Express®
- The Platinum Credit Card American Express®

SEGUROS

El negocio de Seguros aportó un total de \$340 millones de pesos a la utilidad neta de la Institución, lo cual fue generado principalmente por un importante incremento en el número pólizas tanto nuevas como vigentes, con respecto al plan estratégico definido para el año. Derivado de la revisión de programas para incentivar la venta de estos productos a nuestros clientes.

Durante el 2010 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)
- Seguro de Viaje (Travel 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 94% 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 2010 indican el crecimiento y potencial del negocio de Seguros, comparado con 2009 hubo un incremento del 15% en Primas, 1% de incremento en comisiones y 19% en Utilidad antes de impuestos.

Como parte de las regulaciones en 2010 para dar opciones a nuestros Clientes para recibir información sensible sobre su seguro, continuamos 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 2011 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.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Consejero Propietario y Presidente

José María Zas

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

FUNCIONARIOS

Director General

Ricardo Medina Hernández

Reyna Mendoza C.	Asistente Ejecutiva
Rosa Alicia Jiménez de Alba	Director de Adquisiciones
Raphaella Berckemeyer	Director de Tarjetas de Crédito
Eduardo Donelly	Director de Seguros
José Ramón Bordes	Director de Compliance
Armando Herrera	Director Análisis y Modelos de Riesgo Crediticio
Marcela Herrera	Gerente de Tesorería
Pedro Vázquez	Contralor General
Octavio Vallejo	UAIR