



El nombre American Express está ligado a valores tales como la confianza, integridad, calidad y servicio al cliente. Estos han sido posicionados por parte de nuestra clientela, empleados y accionistas como piezas claves para el éxito que American Express a lo largo ya de 161 años en el mercado mexicano.

OPERACIÓN BANCARIA 2011

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.

LEGAL Y CUMPLIMIENTO CON AUTORIDADES

Durante el 2011, apoyando la estrategia del Gobierno Federal respecto a la inclusión financiera, American Express continuó implementando, proyectos regulatorios encaminados a este objetivo. Como parte de las modificaciones llevadas a cabo en el marco regulatorio del sistema financiero, de forma proactiva continuó llevando modificaciones a los sistemas de pagos internos con el objeto de adecuarse al nuevo marco del Sistema Electrónico de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI), de igual forma se hicieron cambios al Programa de Prevención de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita, en apego a la reforma a las Disposiciones de carácter general a que se refiere el artículo 115 de la Ley de Instituciones de Crédito, por lo que se refiere a la documentación relacionada con cuentas de bajo riesgo.

Apoyados por una estrategia para desarrollar y fortalecer los canales de pago a través de medios digitales, la Institución decidió cerrar los servicios que se venía ofreciendo en nuestra red de sucursales, manteniendo al mes de diciembre de 2011, sólo la operación en la sucursal Patriotismo. Esto ha permitido tener un importante ahorro en costos operativos, así como fortalecer con nuestra clientela el compromiso de continuar desarrollando herramientas a través de procesos digitales para la recepción de pagos.

En apego a la regulación vigente, la Institución reforzó su programa de Privacidad y Protección de Datos Personales con base en las obligaciones establecidas en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.

Con base en lineamientos corporativos, se reforzó también el programa Anticorrupción con el fin de extender nuevas responsabilidades a funcionarios y empleados de la Institución, en el desarrollo de sus funciones y relación con clientes y proveedores.

Durante el ejercicio se desarrolló la visita de supervisión de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, obteniéndose buenos resultados. Adicionalmente y atendiendo a los requerimientos de autoridad, la Institución continuó llevando con la mayor diligencia, la respuesta a los mismos, colaborando en todo momento con las autoridades correspondientes.

Con el objeto de ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes del segmento de Banca Privada, se realizó durante el ejercicio mejoras a los procesos para prácticas de ventas en la asignación del riesgo asociado al perfil de inversión de nuevos clientes.

En términos de la Comunicación, la Institución continuó reforzando los programas de capacitación y concientización, en materia de cultura de legalidad, cumplimiento, para lo cual se impartieron sesiones durante el año encaminadas a apoyar la formación de funcionarios y empleados altamente capacitados dentro de un entorno de ética profesional. Así fue como también se llevaron importantes campañas de Cero Tolerancia dentro de la Institución, promoviendo una cultura de legalidad.

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 a las diversas autoridades financieras, asimismo, ha instrumentado a través de la Contraloría Interna Financiera mediante un plan anual de trabajo, los controles necesarios en las diversas áreas de la Institución 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 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 de las autoridades.

TESORERÍA

A través de la formulación y monitoreo de estrategias de liquidez y de administración de Activos y Pasivos, la Institución cumplió con los objetivos de mantener el manejo adecuado de los flujos de efectivo, así como de asegurar la liquidez en caso de requerimiento de fondeo o, en su caso invertir adecuadamente los excedentes de liquidez dados por la dinámica constante entre las distintas áreas de negocio.

Derivado de la estabilidad en las condiciones económicas en nuestro país, así como la reactivación gradual del otorgamiento de crédito durante 2011, no se requirió fondeo adicional, por lo que las fuentes de fondeo se mantuvieron estables, entre las que se encuentran, la captación tradicional de clientes y los préstamos a largo plazo otorgados por el Fideicomiso Empresarial, así como el fondeo recibido a través de las Obligaciones Subordinadas.

Dichas fuentes de fondeo continúan garantizando una sana estructura en los vencimientos, proporcionando una adecuada estabilidad al Balance de la Institución, lo cual ha permitido mitigar el riesgo de tasas de interés, mejorar considerablemente el perfil de liquidez, así como el margen financiero.

Durante 2011, se llevaron esfuerzos para 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 del 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 el requerimiento de liquidez de la Institución.

ADMINISTRACIÓN INTEGRAL DE RIESGOS

Durante el año 2011 el Área de Administración de Riesgos continuó con el desempeño permanente de un manejo prudencial de riesgos, coadyuvando a la consolidación de las estrategias y prioridades establecidas por la Dirección General, lo cual se vio reflejado en una sólida estructura de balance en sus rubros de capitalización, adecuados niveles de liquidez y cobertura de reservas.

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

Riesgo Operacional.

- El fortalecimiento de bases de datos internas, ampliación de procesos de autoevaluación tanto en modelos top down como bottom up contribuyeron al fortalecimiento del marco de riesgo operativo, asimismo, el seguimiento de scorings, indicadores de riesgo clave, adición de indicadores y niveles tempranos de alarma han permitido a la Institución construir los fundamentos para migrar a modelos avanzados en términos de cuantificación y modelado de Riesgo Operacional.

Riesgo de Mercado

- Se fortalecieron los modelos de riesgo y valuación, en sus etapas de simulación y stress testing. Este fortalecimiento a las técnicas de Administración de Activos y Pasivos, y Capitalización permiten que la toma de decisiones sobre este tipo de riesgos asumidos sean consistente con los objetivos institucionales y la regulación vigente.

ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

Resumen de las Estrategias

AmexBank México en el 2011, 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.

Por el lado de Tarjetas de Crédito se tomaron las siguientes acciones:

- Aceleración en la captación de nuevos clientes accediendo a la oferta de nuestros productos Gold y Platinum, sin descuidar los procesos y criterios de originación para garantizar un sano crecimiento de la cartera de crédito.
- De manera continua se sigue mejorando la propuesta de valor de los productos, durante el 2011 se incorporó el programa de “Dinning” al producto Gold Elite. Este programa ofrece descuentos entre 10 y 15% en restaurantes con presencia a nivel nacional.
- Optimización del portafolio, a través de estrategias que nos permitieron incrementar el nivel de uso de las tarjetas, utilizando tasas promocionales de manera segmentada, aumento de línea con ofertas y descuentos.
- Utilización de los medios electrónicos para la comunicación y continuamente incursionar en las nuevas tendencias digitales.
- Lanzamiento de la aplicación para dispositivos móviles “Amextogo”, en la cual se puede consultar la propuesta de valor de los productos, así como beneficios exclusivos de cada uno de los productos contando con un sistema de geo-localización para poder ubicar de manera exacta el establecimiento con la promoción o beneficio.

En el negocio de Seguros, con el fin de robustecer el portafolio y la oferta de productos, el objetivo fue enfocarnos en la base de tarjetahabientes vendiendo en canales de telemarketing y servicio a clientes. 2011 fue el año para robustecer nuestro servicio a clientes, medido por nuestras encuestas de satisfacción internas. Adicional a esto tomamos decisiones de incluir beneficios a los productos que tenemos hoy en día para asegurarnos que nuestros clientes tienen claridad de lo que están comprando y reciben valor por su prima pagada. En el producto de Amex Guard, nuestro producto de daños, agregamos cobertura familiar a todas las pólizas, y para nuestro seguro de vida añadimos asistencias para usar en vida.

DETALLE DE LAS ESTRATEGIAS ACTUALES Y FUTURAS

Tarjeta de Crédito

El producto Gold Elite en combinación con la Tarjeta Platinum de Crédito, nos han ayudado a acelerar los niveles de adquisición de manera importante, incrementando la cartera de clientes y a mantener a los existentes.

Para nuestros clientes existentes comenzamos con el programa de tasas promocionales de compras en México y en el extranjero, fomentando el financiamiento con tasas bajas.

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®,
- 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®

La estrategia futura del negocio de tarjetas de crédito seguirá enfocada al servicio superior a nuestros clientes, desarrollo de nuevos productos, mejora continua a nuestros productos existentes y una transformación del negocio en un ámbito digital.

Seguros

El negocio de Seguros aportó un total de \$406 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.

Durante el 2011 se mantuvo 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:

- 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 (Travel 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 52% 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.

Como parte de las regulaciones en 2011 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 2012 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

Presidente

José María Zas

Luis Alba Koeman
Santiago Fernández Vidal
José Vázquez–Méndez

Consejero Propietario y Vicepresidente
Consejero Propietario
Consejero Propietario

Michel Chamlati Salem

Secretario

Gonzalo García Velasco
César Muñoz Aguilera

Consejero Independiente
Consejero Independiente

FUNCIONARIOS

Director General

Luis Alba Koeman

Reyna Mendoza C.

Asistente Ejecutiva

Raphaela Berckemeyer

Director de Tarjetas de Crédito

Eduardo Donnelly
José Ramón Bordes

Director de Seguros
Director de Compliance

Octavio Vallejo

UAIR

Armando Herrera

Director Análisis y Modelos de Riesgo
Crediticio

Marcela Herrera

Gerente de Tesorería

Pedro Vázquez

Contralor General