

60

AMERICAN EXPRESS

JOSE MARIA ZAS

Recortes y mejoras

AMERICAN EXPRESS

A fines de 2008 y como preludio de un 2009 que se presentaba complicado, American Express llevó adelante una serie de recortes en varias líneas de posiciones jerárquicas. Pero las previsiones fallaron y el negocio fue más rendidor de lo que pensaron: en la Argentina creció un 25%, según expresa José María Zas, presidente de American Express.

“Los volúmenes facturados por nuestras tarjetas de consumo seguirán creciendo. La tarjeta corporativa ya está reflejando el recupero de la actividad de las empresas, del mismo modo que los viajes de negocios están aumentando”, puntualiza.



José Zas. Hizo ajuste, luego reactivó.

American Express suele no participar de las promociones de descuentos de supermercados y shoppings. A cambio, ofrece recompensas en restaurantes y otros beneficios ABC1.