

# EXPERIENCIAS DE ÉXITO EN UN CONTEXTO DE ESCASEZ DE RECURSOS



EXPERIENCIA INSTITUCIONAL

# FAMA OPDF

OPDF regulada desde 2005

Origen en Olancho – sobre la base de experiencia 1993

Área Rural

Julio:

Activos por L. 247,546,478.38

Cartera por L. 215,813,467.90

Depósitos por L. 60,322,663.54

Patrimonio por L. 84,514,485.75

Utilidad por L. 6,467,037.39

Agencias 13

Personal 117

- 57 Oficiales de Negocios

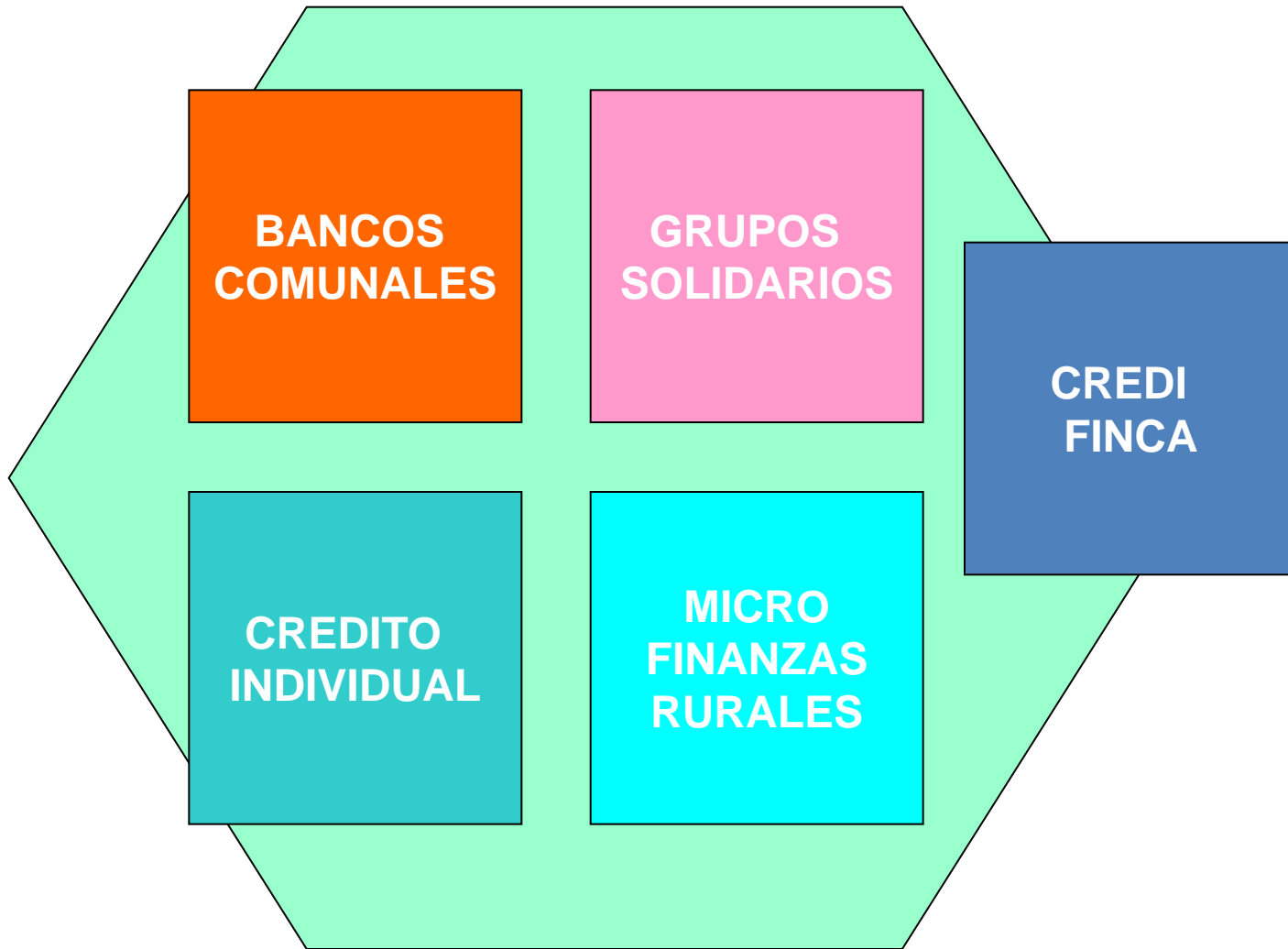
# Estamos en 10 Departamentos Y contamos con 13 Agencias



# Descentralización



# Metodologías de Créditos



# Empresa Financiera con Responsabilidad Social



Brigadas Medicas orientadas a la poblaciones de las comunidades en donde esta presente FAMA y que no tienen acceso a servicios de Salud.




Reconocimiento a las Clientas y Clientes Exitosos que son buenos Pagadores



Búsqueda e Impulso a la igualdad de Oportunidades



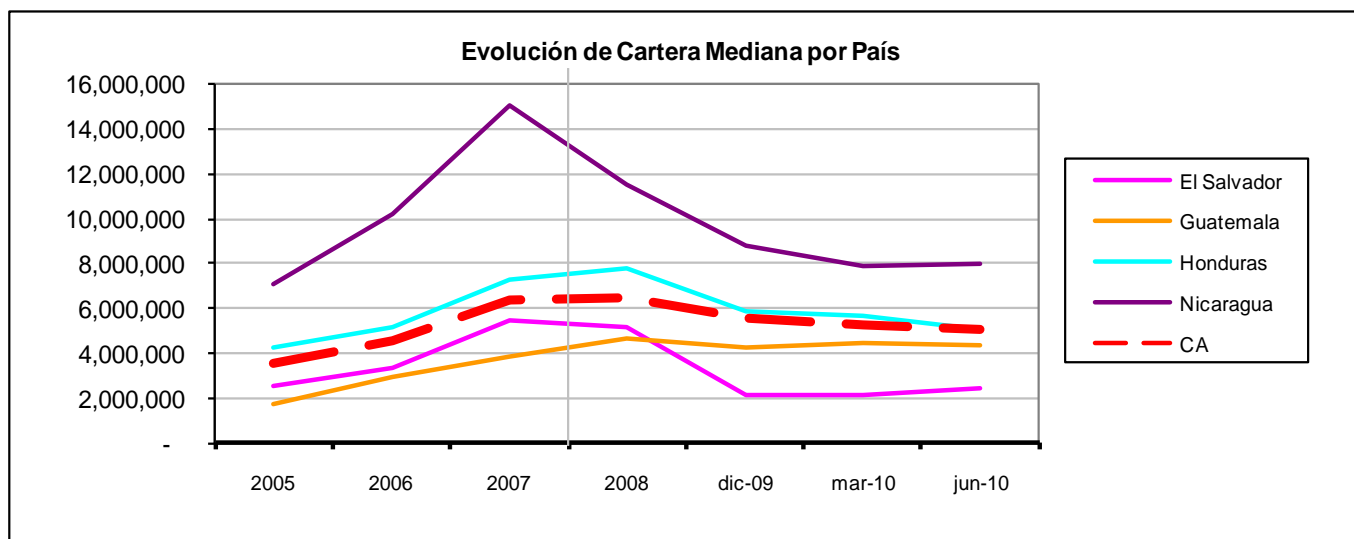
Responsabilidad social con el Personal, capacitación y sueldos adecuados.



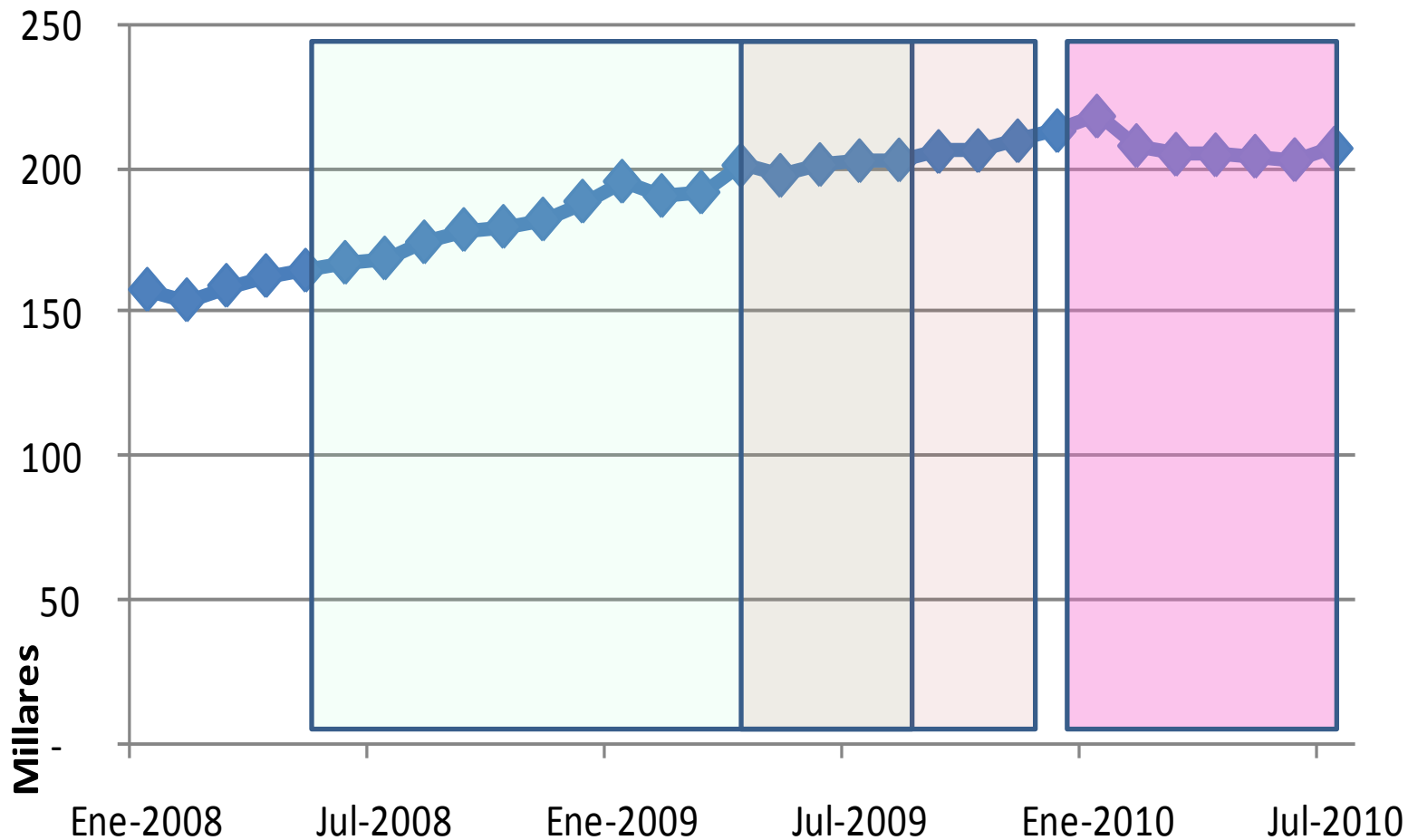
**Efectos de la Crisis,  
Factores críticos y  
resultados**

# Evolución de la Cartera Mediana Por País

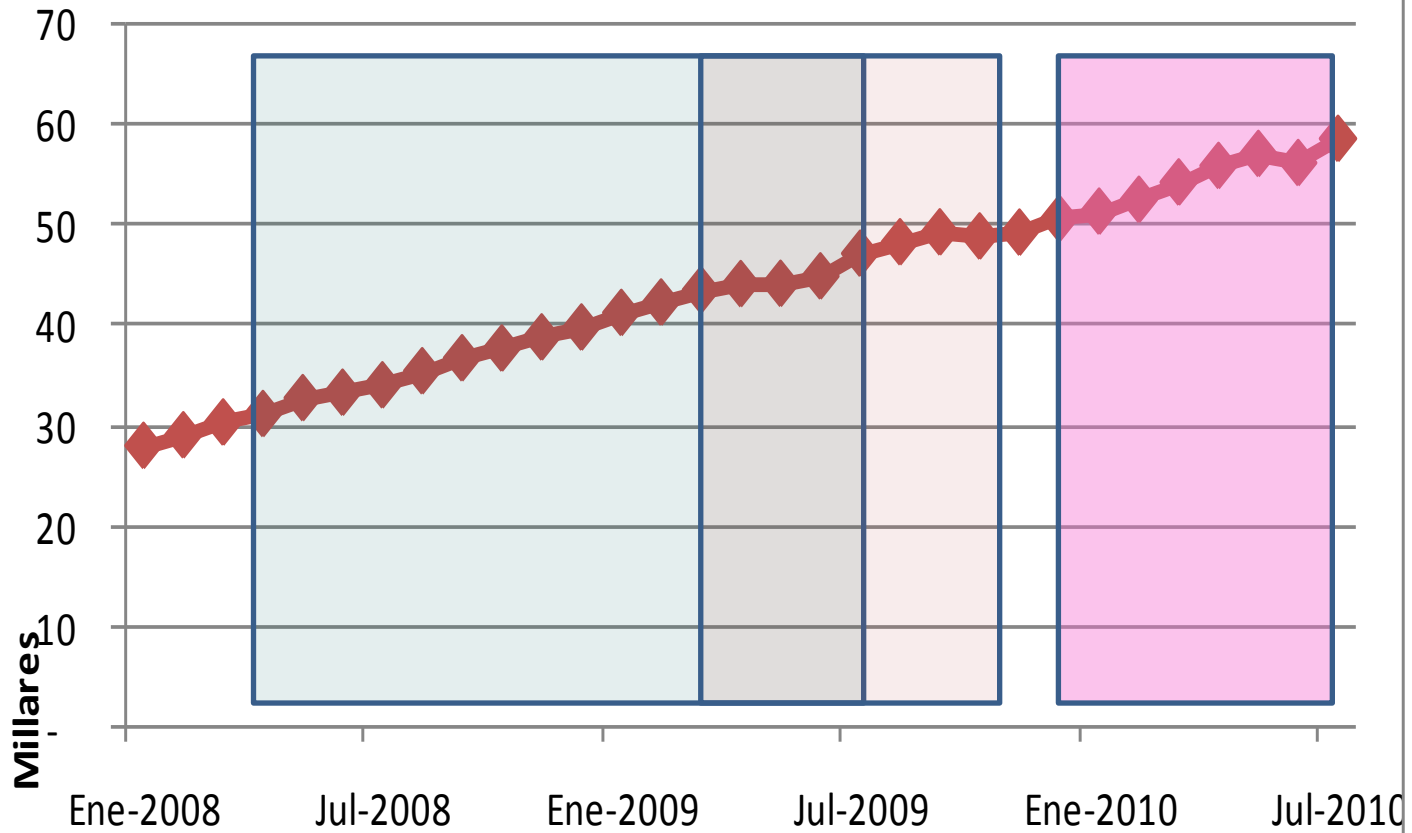
Evolución de Cartera Mediana por País USD					
Países	Cartera	Cartera	Cartera	Cartera	Cartera
	2007	2008	dic-09	mar-10	jun-10
Costa Rica	2,062,554	2,346,655	2,978,922	2,570,610	2,452,096
El Salvador	5,514,777	5,190,162	2,115,802	2,100,546	2,386,379
Guatemala	3,885,178	4,631,008	4,240,825	4,444,960	4,315,404
Honduras	7,258,094	7,789,201	5,916,563	5,665,805	5,048,314
Nicaragua	15,025,416	11,567,587	8,847,941	7,932,140	8,037,940
<b>CA</b>	<b>6,362,676</b>	<b>6,451,917</b>	<b>5,587,489</b>	<b>5,276,822</b>	<b>5,048,314</b>



# FAMA: Evolución de la Cartera Bruta



# FAMA: Evolución de los Depósitos



# EFECTOS DE LA CRISIS EN ENTIDADES MICROFINANCIERAS

Limitaciones en la oferta de recursos

Incremento de la tasa de interés por la crisis política y el riesgo País.

Nerviosismo de los Depositantes

Cambios en el comportamiento de las clientas y clientes

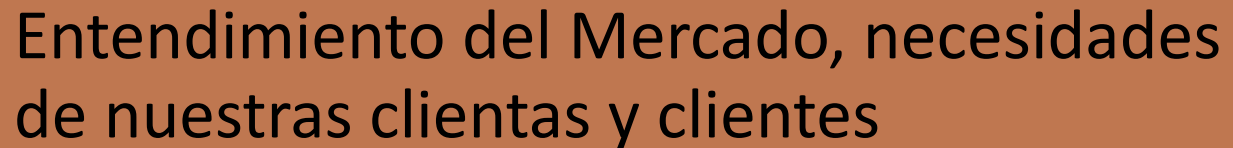
Recesión de los Mercados

Incremento de la Mora

# Acciones Orientadas a Fortalecer la Cartera



Reforzamiento de Procesos



Entendimiento del Mercado, necesidades de nuestras clientas y clientes



Diseño de Productos



Apertura de Nuevas Agencias



Campaña de Fidelización

# Acciones Orientadas a Fortalecer el Fondo



Nuevos Productos de Captación



Campañas de Mercado de los Depósitos de Ahorro y a Plazo



Programa de Diversificación de las Fuentes



# Resultados

## Limitaciones en la Oferta de recursos

- Incrementamos Depósitos
- Diversificamos fuente  
FAMA NO TUVO PROBLEMA DE LIQUIDEZ

## Incremento de Tasas de Interés

- Diversificación de Fuentes
- Incremento de la Participación de los depósitos en el Balance  
FAMA LOGRA MANTENER SUS COSTOS FINANCIEROS EN LOS NIVELES DEL 2007

# Resultados

## Nerviosismo de los Depositantes

- Diseño de nuevos productos de Captación
- Campañas de Mercadeo
- FAMA REGISTRA INCREMENTO EN SUS DEPÓSITOS Y EN EL NUMERO DE DEPOSITANTES

## Cambios en el Comportamiento de Clientas y Clientes

- Análisis de Deserción de clientes
- Encuestas de Salida
- Encuestas de Satisfacción al Cliente
- FAMA REVISAS POLÍTICAS Y PROCESOS DE CRÉDITO PARA ADAPTARLOS A LA NUEVAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES

# Resultados

## Recesión en los Mercados

- Apertura de Agencias
- Incentivos a los Oficiales de Negocios  
FAMA LOGRA CRECER EN EL 2009 24%

## Incremento de la Mora

- Análisis de la Mora, concentración y entendimiento de su origen
- Revisando procesos de cobranza y recuperaciones  
FAMA ESPERA REVERTIR LA TENDENCIA DE LA MORA Y RECUPERAR SUS NIVELES PRE-CRISIS



**Lecciones  
Aprendidas**

# LECCIONES APRENDIDAS

En época de crisis es necesario buscar nuevas alternativas o desarrollar nuevas capacidades para lograr las estrategias de la institución.

Tener un cuerpo de gobernabilidad y un comité Ejecutivo comprometido que responda a las necesidades de la institución

# LECCIONES APRENDIDAS

Relación estrecha con las clientas y clientes

Fortalecer la profesionalización del personal

Capacitación sistemática para todo el personal.

Lograr una actitud positiva hacia el cambio

Segmentación de mercados

Investigación de la Competencia

# Resultados de la Aplicación de Herramientas GALS



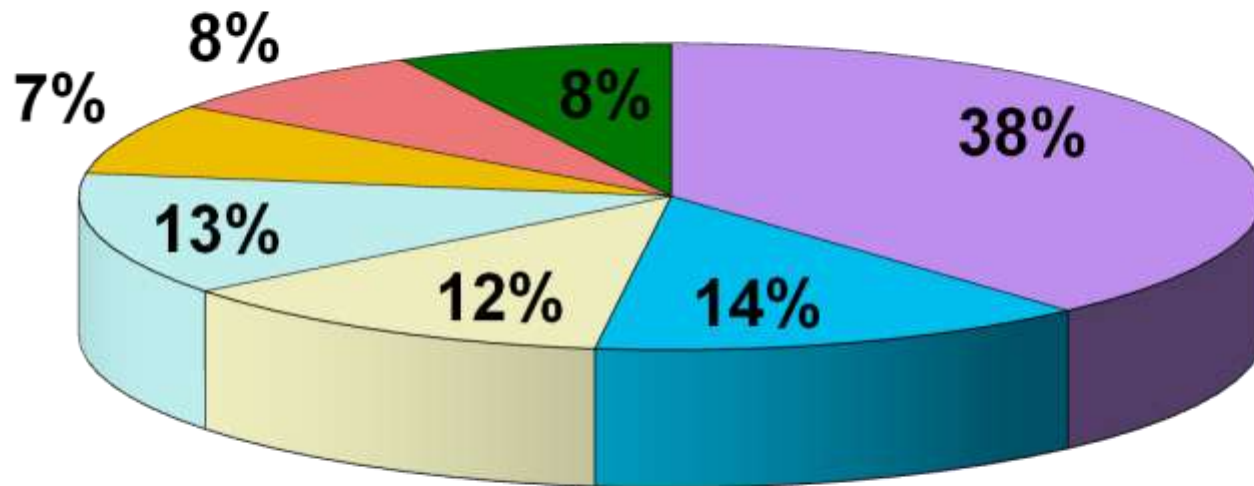
**BANCOS COMUNALES: 16**  
**GRUPOS SOLIDARIOS: 10**

**TOTAL PARTICIPANTES: 245**  
**MUJERES: 235**  
**HOMBRES: 10**

**HERRAMIENTA APLICADA: “EL DIAMANTE”**

**“Lo que me gusta y no me gusta de mi Banco Comunal”**

## ¿Que es lo que me Gusta de mi B/C?

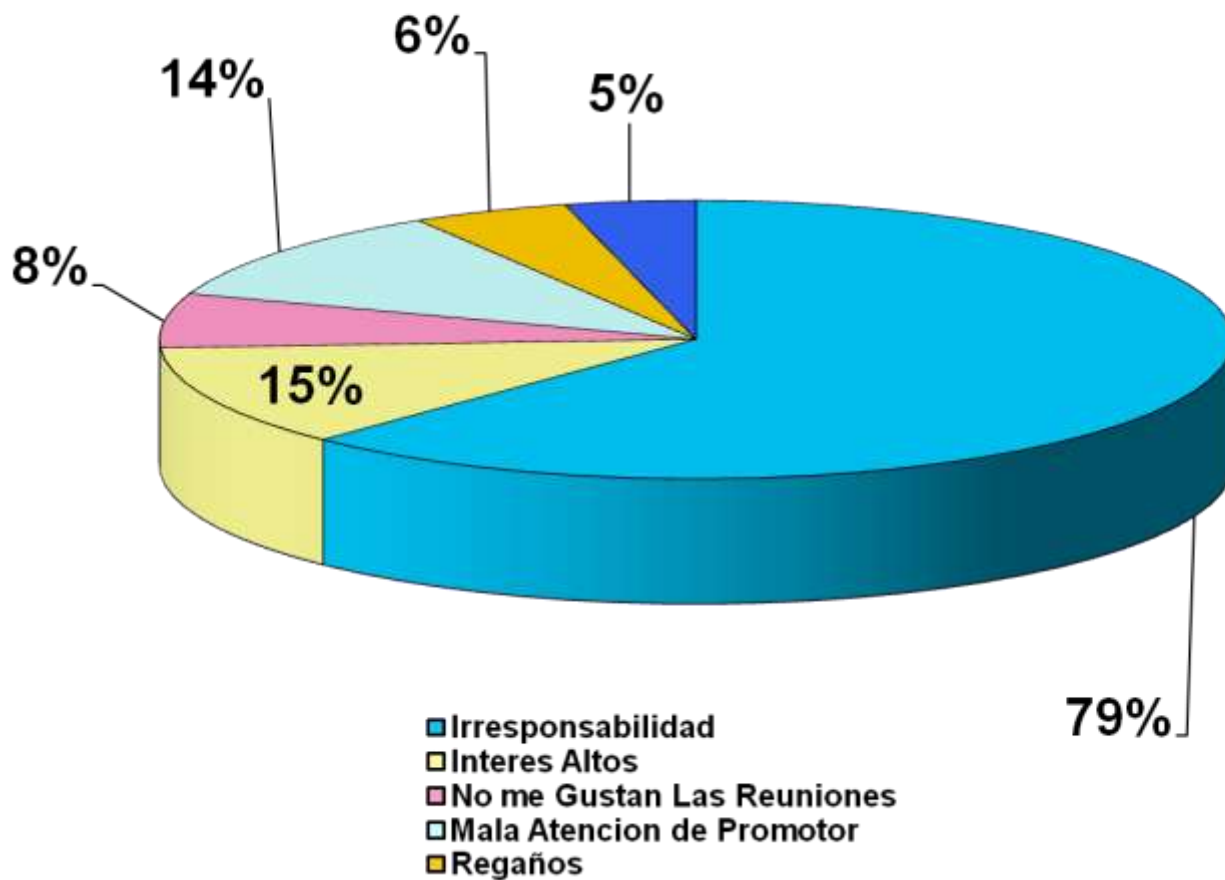


■ Responsabilidad  
■ Buenos Beneficios

■ Promotor Excelente  
■ Premiaciones

■ Unidad en el Grupo  
■ Compañerismo

## ¿Que es lo que no me gusta de mi B/C?



Administrar FAMA OPDF ha sido un hermoso desafío que aun no termina.

El periodo de crisis nos a recordado que son nuestras clientas y clientes nuestro objetivo.

Solo comprendiendo sus necesidades, realizando actividades de responsabilidad social con nuestras clientas y clientes y nuestro personal, hemos podido sobrellevar la crisis y lograr fortalecer nuestros indicadores



**¡Gracias  
Por su  
Atención!**