



XXV Congreso Latinoamericano de Fideicomiso



Tertulias Fiduciarias

Nuevas formas de Mercadeo de la Fiducia.

LIC. EDUARDO CARPIZO MACGREGOR.

- **LOS TIEMPOS DIFICILES PONEN A PRUEBA NUESTRA CAPACIDAD PARA REINVENTARNOS.**
- **YA NO TENEMOS TIEMPO, SI HEMOS DE CAMBIAR EMPECEMOS DE INMEDIATO.**
- **HAY QUE TRASNFORMAR LA REALIDAD, TENEMOS UN SUEÑO QUE CUMPLIR.**
- **HAY QUE ABANDONAR LA ZONA DE CONFORT Y ASUMIR RIESGOS.**

- **RECORDAR QUE ENTRE EL QUERER Y EL PODER TIENE QUE HABER ACCION.**
- **LOGRAR ENCONTRAR NUEVAS FORMAS DE MERCADEO DE LA FIDUCIA PARA NO COMPROMETER NUESTRO FUTURO.**
- **TENEMOS QUE REINVENTARNOS TODOS LOS DIAS, IR SIEMPRE ADELANTE.**

- **EL GRAN RETO PARA LOS FIDUCIARIOS LATINOAMERICANOS EN LAS NUEVAS FORMAS DE MERCADEO DE LA FUDICIA, ES APROVECHAR AL MAXIMO SUS VIRTUDES Y BENEFICIO.**
- **OBTENER DE LA GRAN DIFERSIFICACION DE USOS PRACTICOS DE ESTA FIGURA TAN VERSATIL Y DE SU CAMPO PRACTICAMENTE INAGOTABLE DE APLICACIONES SU REINVENCION.**

- **COMO PRIMER PASO, HAY QUE IDENTIFICAR LOS TIPOS DE SERVICIOS DE LA FIDUCIA QUE YA ESTAN OBSOLETOS Y EN CONSECUENCIA SON IMPRODUCTIVOS.**
- **ACEPTAR QUE TODO SERVICIO TIENE UN INICIO, CRECIMIENTO, MADURACION, DECLINACION Y DESAPARICION.**
- **IR SIEMPRE ADELANTE Y PELEAR EL MERCADO CON TALENTO.**

- **EL REINVENTAR LA FORMA DE HACER LAS COSAS, HACE LA DIFERENCIA CON LA COMPETENCIA, A TRAVES DE DISEÑAR SOLUCIONES DE VANGUARDIA INTEGRALES Y ACCESIBLES.**
- **HAY QUE CREAR VALOR A TRAVES DE LA EVOLUCION SIGNIFICATIVA DEL SERVICIO.**
- **ES INDISPENSABLE QUE LA ALTA DIRECCION SEA LA INICIADORA Y PROMOTORA DEL PROYECTO DE CAMBIO.**

- **LA DECISIÓN DEL CAMBIO ES TRASCENDENTE, LO IMPORTANTE ES MANTENERSE FIRMES Y PERSEVERANTES.**
- **REACCIONAR CON OPORTUNIDAD, VER EL ENTORNO COMO UN RETO.**
- **DISEÑAR NUEVOS TIPOS DE SERVICIOS PARA LOGRAR CUMPLIR EL RETO EN NUESTRO TIEMPO.**
- **APRENDER HACER LAS COSAS DE MANERA DIFERENTE CON EL AFAN CONSTANTE POR LA EXCELENCIA.**

- **PARA PODER REINVENTAR LA FIDUCIA Y LOGRAR NUEVAS FORMAS DE SU MERCADEO, HAY QUE TENER MUY PRESENTES LOS CONCEPTOS QUE VAN DE LA MANO DE INNOVACION, LIDERZGO Y SERVICIO.**
- **LA CLAVE PARA LOS FIDUCIARIOS ES INNOVAR BUSCANDO SOLUCIONES A LA MEDIDA PARA LAS NUEVAS GENERACIONES.**
- **ENTENDEMOS POR INNOVACION LA CREACION O MODIFICACION DE UN SERVICIO Y SU INTRODUCCION EN EL MERCADO.**

- **PARA MEJORAR O CREAR NUEVOS SERVICIOS SIEMPRE DEBEMOS ANTICIPARNOS A LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.**
- **SER MAS COMPETITIVOS ES FUNDAMENTAL EN LA INNOVACION DE NUETROS SERVICIOS.**
- **TENEMOS QUE RECONOCER COMO UN PROFESIONAL, QUE SIEMPRE HAY NECESIDADES INSATISFECHAS DE LOS CLIENTES.**

- **DEBEMOS DESARROLLAR UNA CULTURA DE LA INNOVACION Y DE LA CREATIVIDAD.**
- **LA INNOVACION NUNCA DEBE DETENERSE Y MAS EN SERVICIOS QUE HAN PRESENTADO DISMINUCION DE INGRESOS.**
- **PARA INNOVAR UN SERVICIO, SE REQUIERE FORMULAR UNA ESTRATEGIA IDENTIFICANDO LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.**

- **UNA BUENA ESTRATEGIA DE INNOVACION REQUIERE DE UN DIAGNOSTICO INTERNO O AUTO DIAGNOSTICO CON OBJETIVOS CLAROS Y MEDIBLES.**
- **BUSCAR COLABORADORES CON TALENTO, TENACIDAD Y PASION POR LA INNOVACION.**
- **PARA LIBERAR MAYOR INNOVACION, HAY QUE FOMENTAR LA CURIOSIDAD Y BUSQUEDA DE IDEAS.**

- **CONFORME EL MERCADO CAMBIA, COMO INNOVADORES, IDENTIFICAR LAS NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS.**
- **“LA NECESIDAD ES LA MADRE DE LA INVENCION”:
PLATON.**
- **LA MEJOR FORMA DE TENER UNA IDEA, ES PENSAR UNA CANTIDAD DE IDEAS, UNA TORMENTA DE IDEAS.**
- **DE NOSOTROS DEPENDE REINVENTAR LA FIDUCIA Y CAMBIAR LA FORMA DE MERCADEO.**

- **LA INNOVACION SE ENFOCA MAS A CLIENTES POTENCIALES Y MERCADOS INSATISFECHOS.**
- **LA INNOVACION ES UNA FORMA PROACTIVA PARA DEFINIR OFERTA DE SERVICIOS PARA EL MERCADO DEL MAÑANA.**
- **BUSCAR ASEGURAR PROGRAMAS DE INNOVACION A LARGO PLAZO.**

- **LA INNOVACION EXITOSA ES CREAR LO QUE LOS CLIENTES REQUIEREN, CON NUEVAS IDEAS ALINEADAS CON SUS PRIORIDADES.**
- **UN FACTOR FUNDAMENTAL PARA LA INNOVACION ES CONTAR CON RECURSOS SUFICIENTE, HUMANOS Y FINANCIEROS.**
- **UN FACTOR CLAVE PARA UNA INNOVACION FRUCTIFERA, ES EL COMPROMISO DEL LIDER QUE IMPLEMENTE LA ESTRETEGIA.**

- **LA CLAVE PARA LOS FIDUCIARIOS ES INNOVAR BUSCANDO NUEVAS SOLUCIONES A LA MEDIDA DE LAS FUTURAS GENERACIONES.**
- **REPETIR RUTINAS, APLICAR ESTRATEGIAS VIEJAS, HACER LO DE SIEMPRE NO SACARA A LA FIDUCIA ADELANTE.**
- **TODO CAMBIO ESTRATEGICO QUE SUPONGA RUPTURA, PRESENTA ENORMES DIFICULTADES, LA RESISTENCIA AL CAMBIO ES MUY FUERTE.**

- **ES PRECISAMENTE EN LA RESISTENCIA AL CAMBIO DONDE SE HACE SENTIR LA NECESIDAD DE UN FUERTE LIDERAZGO, PARA MOVERSE CON AGILIDAD HACIA EL LOGRO DE UN NUEVO FUTURO.**
- **EL LIDERAZGO ES AQUELLA CAPACIDAD PERSONAL DE CONDUCIR UNA ORGANIZACIÓN HACIA EL FUTURO ELEGIDO, ES LA CUALIDAD QUE HACE POR SI SOLA EL LOGRO DEL PROPOSITO BUSCADO.**

- **LOS LIDERES EXITOSOS, APRENDEN Y PRACTICAN A DIARIO EL ESCUCHAR, MOTIVAR, EJERCER INFLUENCIA E INNOVAR.**
- **EL LIDER TIENE CARISMA, CONSTRUYE UN ENTORNO POSITIVO TIENE UN DESEMPEÑO OPTIMO, EN POCAS PALABRAS EN UN EJEMPLO.**
- **EL LIDER SIEMPRE ESTA EN EL SITIO CONVENIENTE EN EL MOMENTO OPORTUNO, TIENE SENTIDO DE LA ACCION, ES UN VENCEDOR.**

- **“GESTION ES HACER LAS COSAS BIEN, LIDERAZGO ES HACER LAS COSAS”: PETER DRUCKER**
- **EL LIDER ES EL ESTRATEGA EN LAS NUEVAS FORMAS DE MERCADEO DE LA FIDUCIA Y COMPARTE SU VISION CON SUS COLABORADORES.**
- **EL LIDER ESTRETEGA DEBE TENER VISION DIFERENTE, SE SALE DE LO ESTABLECIDO, HACE GRANDES CAMBIOS, TIENE GRANDES IDEAS Y RETA A LA CONTINUIDAD DE LO ESTABLECIDO.**

- **EL LIDER ESTRATEGA INSPIRA NUEVAS IDEAS PROMISORIAS PARA EL EXITOSO MERCADEO.**
- **EL LIDER ESTRATEGA ENTUSIASMA A LA GENTE CON SUS IDEALES Y CON SUS METAS, DE TAL MANERA QUE ELLOS LAS ADOPTEN COMO PROPIAS.**
- **EL LIDER ESTRATEGA ES UN TRANSFORMADOR Y TIENE COMO CARACTERISTICA LA HABILIDAD DE PENSAR HACIA EL FUTURO.**

- **ESTE TIPO DE LIDER TRADUCE LAS NUEVAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO, EN PLANES DE ACCION, HACE QUE LAS COSAS SUCEDAN CON SENTIDO DE URGENCIA Y DISCIPLINA.**
- **EL LIDER ESTRATEGA, VE AL CLIENTE COMO UNICO Y VERDADERO JEFE Y VIVE UNA CULTURA DEL SERVICIO PREDICANDO CON EL EJEMPLO.**
- **EL LIDER ESTRATEGA BUSCA APRENDER ALGO NUEVO TODOS LOS DIAS.**

- **IMPULSAR EL LIDERAZGO DE EXCELENCIA CON SENTIDO DE INNOVACION Y CAMBIO.**
- **PARA LE ÉXITO DE LOS NEGOCIOS DEL FUTURO, DEBEMOS PENSAR EN LOS CLIENTES DEL MAÑANA Y SABER CUALES SON SUS NECESIDADES.**
- **EN ESTAS NUEVAS FORMAS DE MERCADEO, HAY QUE IMPULSAR EL TALENTO Y LA CREATIVIDAD.**

- **“LA CREATIVIDAD NACE DE LA ANGUSTIA, COMO EL DIA NACE DE LA NOCHE OSCURA” : ALBERT EINSTEIN.**
- **ES VITAL PRIVILEGIAR EL TALENTO, QUE ES EL ACTIVO MAS IMPORTANTE DE CUALQUIER INSTITUCION.**
- **LA FORMACION DE TALENTO ES FACTOR RELEVANTE PARA HACER LA DIFERENCIA EN EL MERCADO.**
- **EL BUEN VENDEDOR CON TALENTO, IDENTIFICA LOS NICHOS DE MERCADO NO ATENDIDOS Y DISEÑA CON CREATIVIDAD EL “TRAJE A LA MEDIDA”.**

- **DE LA MANO DEL TALENTO Y LA CREATIVIDAD ESTA LA CAPACITACION INTEGRAL, ES EVIDENTE QUE NADIE VENDE LO QUE NO CONOCE.**
- **ES VITAL ENTRENAR ÁL PERSONAL EN EL ARTE DE VENDER.**
- **HAY QUE DARNOS CUENTA QUE NUESTROS CLIENTES DESEAN MUCHO MAS QUE LOS SERVICIOS QUE LES OFRECEMOS.**
- **DEBEMOS ESTAR MOTIVADOS A INVESTIGAR NUEVAS ESTRATEGIAS PARA CONQUISTAR Y RETENER AL CLIENTE.**

- **DEBEMOS TENER PRESENTE, QUE SOLO HAY UN VERDADERO JEFE, QUE ES EL CLIENTE Y ESTE PUEDE DESPEDIR A TODO FIDUCIARIO, TAN SOLO YENDOSE A LA COMPETENCIA.**
- **LO QUE ES UNA REALIDAD, SI PRETENDEMOS REINVENTARNOS Y DE REHACER NUESTROS NUEVOS SERVICIOS, ES DE IMPORTANCIA LLEVAR ACABO UNA OPTIMIZACION DE NUESTROS SISTEMAS OPERATIVOS.**
- **LOS FIDUCIARIOS ESTAMOS EN EL NEGOCIO O GIRO DE LA ADMINISTRACION PROFESIONAL DE PATRIMONIOS PARA FINES DIVERSOS.**

- **ES ASUNTO DE MAXIMA PRIORIDAD FORTALECER NUESTRO EQUIPO DE TRABAJO.**
- **LA CAPACITACION EFICIENTE DE NUESTROS EJECUTIVOS ES UNA DE LAS TAREAS DE UN MAYOR INTERES EN UNA INSTITUCION.**
- **LA CAPACITACION ADECUADA INCREMENTA LA CALIDAD DE SERVICIO, AUMENTA LA PRODUCTIVIDAD Y FORTALECE A LA INSTITUCION FRENTE A LA COMPETENCIA.**
- **ES PRIORITARIO DESARROLLAR AL PERSONAL QUE ES EL RECURSO MAS VALIOSO DE LA INSTITUCION.**

- **TENER CLARO LOS PASOS A TOMAR PARA ATRAER, EVALUAR, ACRECENTAR Y RETRIBUIR BIEN EL TALENTO DEL PERSONAL.**
- **SELECCIONAR AL PERSONAL MAS ADECUADO PARA LLEVAR ACABO EL CAMBIO.**
- **TRATARLOS BIEN, CON CARIÑO Y SER JUSTOS CON ELLOS.**

- **CONSTRUIR UNA CULTURA DE SERVICIO EN LA INSTITUCION, EL SERVICIO SUPERIOR NO SE IMPROVISA ES UN PROCESO Y UN SISTEMA A DESARROLLAR.**
- **HAY QUE MEJORAR DRAMATICAMENTE LA CALIDAD DEL SERVICIO, ESTO ES EL ARMA SECRETA PARA EL ÉXITO.**
- **HAY QUE LOGRAR FANS EN VEZ DE SIMPLES CLIENTES.**
- **UN ASPECTO MUY RELEVANTE ES LA INVOLUCRACION TOTAL DEL FIDUCIARIO EN EL SERVICIO.**

- **CONTAR CON SISTEMAS OPERATIVOS DE ULTIMA GENERACION, ES UNA IMPORTANTE VENTAJA COMPETITIVA.**
- **LA OPERACIÓN DEBE ESTAR SUSTENTADA EN CRITERIOS DE EFICACIA, EFICIENCIA, HONESTIDAD, PRODUCTIVIDAD Y TRANSPARENCIA.**
- **APLICAR LAS MEJORES PRACTICAS DE ADMINISTRACION Y OPERACIÓN, BUSCANDO SIEMPRE LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO.**

- **CUIDAR LAS CARGAS ADMINISTRATIVAS PARA EL CUMPLIMIENTO DEL FIDEICOMISO.**
- **SIMPLIFICAR LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION, O SEA HACER MAS FACIL LAS TAREAS SIN PERDER LA EXCELENCIA DEL SERVICIO.**
- **NO HAY TIEMPO PARA PENSAR EN OTRA COSA QUE NO SEA LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO.**

- **ES BASICO CONTAR CON POLITICAS FLEXIBLES Y BIEN DEFINIDAS, CON LA ACEPTACION DE NUEVOS NEGOCIOS POR PARTE DEL COMITÉ RESPECTIVO, PARA EVITAR CUELLOS DE BOTELLA Y BUROCRATIZARNOS.**
- **COMO UN BUEN EJEMPLO DE NUEVAS FORMAS DE MERCADEO DE LA FIDUCIA, PODEMOS MENCIONAR A LOS FIDEICOMISOS DE PLANEACION PATRIMONIAL FAMILIAR.**

**MUCHAS GRACIAS
POR SU ATENCION.**

