

Tomo: Dinero

Mac Kroupensky *presenta un mapa para construir un mundo en el cual nos dará gusto vivir.*

Prólogo de Sergio Sarmiento.

7 principios para generar riqueza en el siglo XXI



Mac

Índice

Introducciónviii

Bienvenidos al futuro.viii

Agradecimientox

¿Por qué Mac Kroupensky?xi

Sección 1: Preguntas trascendentes1

Pregunta: ¿Cuál es la finalidad de una empresa y el quehacer humano?1

¿Por qué hay que destruir su empresa para salvarla?4

Cuesta caro no entender la Ley de Moore5

¿Por qué hay que revisar el Capitalismo?8

Cómo crear un mejor modelo económico10

Capitalismo Siglo XXI13

¿Se aproxima el fin del consumismo?16

¿Por qué fracasan los países?18

Sección 2: Tecnológica para bien y para mal 21

Más tecnología y más humanidad. El binomio del futuro21

Ayuda a que los robots te quiten el trabajo24

Por qué la IA te puede matar26

Cómo amar la tecnología sin caer en su tiranía28

Sección 3: El ser humano al centro de la ecuación31

Tres secretos para construir relaciones vitales31

¿Cómo construir relaciones más profundas con tus clientes?35

¿Cuánto necesitas para ser feliz?38

Cómo ser un gran director41

Los 10 Pecados del Liderazgo Miope42

Cinco cosas que NUNCA debe hacer un Ejecutivo46

Motiva al nuevo colaborador a dar el 110%48

La mejor forma de disparar productividad es inspirando propósito 51

Sección 4: Empleos de futuro54

Carreras del futuro54

Cómo enfrentar el desempleo en la era de la Inteligencia Artificial 56

Nuevos empleos con futuro59

¿Cómo aprender a aprender?62

La tecnología disruptiva arrollará a la educación64

Usa la adversidad como trampolín al Éxito67

Cómo conseguir y conservar un gran empleo69

Atención: no pongas en riesgo tu carrera por falta de creatividad. 72

Crowdsourcing: el futuro del empleo ya llegó74

Ocho aptitudes para revolucionar tu vida76

Sección 5: Estrategia de negocios80

El que transa no avanza80

¿Es buen negocio el fracaso?82

Cada fracaso es un peldaño al Éxito85

El riesgo de no innovar87

¿Por qué tiene que evolucionar la Planeación Estratégica?90

¿Cómo tomar mejores decisiones?92

¿Cómo hacer preguntas que te liberan, impulsan y transforman? 95

¿Por qué te conviene preguntar cinco veces por qué?97

¿Cómo integrar equipos de innovación de alto desempeño?100

Tres Pasos para volverte el líder de opinión de tu industria103

¿Por qué las impresoras 3D van a disparar la próxima Revolución Industrial?106

Cómo ganar dinero haciendo lo que amas108

Cómo usar los neurotransmisores para construir una gran empresa ..

[110](#)**Sección 6: Táctica comercial113**

¿Qué se requiere para ser un gran mercadólogo en la actualidad?	113
Plataformas: El negocio del siglo	116
Cómo capitalizar el Correo Electrónico	118
Aprende a usar la herramienta comercial más poderosa del momento: “La gamificación”	120
Los lentes de realidad aumentada desplazarán al teléfono inteligente. 123	
Cómo hacer publicidad con sentido humano	125
Del AIDA al ESOI	128
El neófito quiere vender rápido, el maestro construye una relación	130
Los Siete Pasos para vender en Internet HOY	132
¿Como fondear tus proyectos a través de clientes potenciales? ..	135
¿Por qué algunos comerciales se vuelven virales?	138

Sección 7: Visión universal143

Descubre el verdadero costo de una hamburguesa	143
La sustentabilidad es el gran negocio	147
Finalmente, la energía solar es más barata que el petróleo	153
Emprendamos YA un movimiento nacional hacia la reconstrucción de la confianza	155
Ya inicia la población humana del Universo	157
El futuro brillante para la Humanidad	161

Credenciales165

¿Quién es Mc Neely (Mac) Kroupensky?	165
--	---------------------

Contacto:167

Página en blanco



7 principios para generar riqueza en el siglo XXI

Tomo 2: Dinero

Un mapa para construir un mundo en
el cual nos dará gusto vivir

Por Mac Kroupensky

Página en blanco

Julio, 2020



Introducción

Bienvenidos al futuro.

Estamos ante el momento más importante de nuestras vidas. Nos toca determinar que calidad de vida queremos vivir y que tipo de mundo queremos heredar a nuestros hijos y nietos.

Este libro busca reunir un conjunto de temas críticos de éxito para ayudarnos a normar nuestro criterio y contar con materia prima para avanzar en la dirección correcta.

Iniciamos planteando una serie de preguntas básicas como cuál es la finalidad de una empresa y el quehacer humano. Porqué, hay que revisar el capitalismo, y por qué fracasan los países.

Continuamos con una serie de ensayos que se denominan tecnología para bien y para mal. El primero desarrolla uno de los fundamentos central de este libro, porque más tecnología y más humanidad, debe ser el binomio del futuro. Después vemos porque la inteligencia artificial nos puede matar, al igual que porque hay que ayudar a los robots a que nos quiten el trabajo.

En la tercera sección vemos la importancia de poner al ser humano al centro de la ecuación para poder erigir un futuro promisorio. Aquí aprendemos, entre muchas cosas mas, tres secretos para construir relaciones vitales. Como ser un gran director. Y porque la mejor forma de disparar productividad es inspirando propósito.

Seguimos con empleos del futuro. Vemos cuales son las carreras con mayor porvenir, que nuevos tipos de empleos ya tienen y tendrán gran demanda, y porque hay que usar la adversidad como trampolín para el éxito.

En la sección cinco, nos metemos a las estrategias de negocios del siglo XXI. Iniciamos con un ensayo sobre porque el transa hoy ya no avanza. Vemos el eminente riesgo de no innovar y porque cada fracaso es un peldaño al éxito. Aprendemos como tomar mejores decisiones, y como hacer preguntas que liberan, impulsan y transformen.

Aquí también vemos temas de tecnologías del presente y futuro que transformarán para siempre lo que significa ser humano. Al igual que aprendemos cómo ganar dinero haciendo lo que amamos. ¡Sin duda un tema importante!

Continuamos con la sección sobre táctica comercial. Aquí vemos que se requiere para ser un gran mercadólogo en la época actual. Porque las plataformas son el negocio del siglo. Los seis pasos para vender en Internet hoy. El uso de la realidad aumentada y la gamificación, al igual de cómo fundear proyectos a través de clientes potenciales. Fascinante.

Finalmente, en la sección 7 abrazamos visión universal. Explicamos como disparar un gran movimiento para la reconstrucción de la confianza. Porque la sustentabilidad es el gran negocio. Y ahora que podemos re-programar la vida, porque hay que hacerlo en sabiduría.

Continuamos, con la conquista del espacio y la trascendencia de la población del universo en los años porvenir para el futuro de la raza humana . Y para cerrar con broche de oro, concluyo con un ensayo de porque tengo fe en un futuro brillante para la humanidad.

Es sin duda un recorrido apasionante que revisa temas fundamentales para construir un futuro en el cual nos dará gusto vivir y heredar a futuras generaciones.

Te agradezco del fondo de mi corazón el haber adquirido este libro y que me permitas ser tu guía en esta apasionada travesía hacia la generación de riqueza sustentable en el siglo XXI.

Mac Kroupensky CDMX; 2020.



Agradecimiento

Escribir un libro es sin duda un gran esfuerzo de colaboración en el cual intervienen literalmente cientos de personas. Desde los autores que me han inspirado con su sabiduría, visión y humanidad, hasta todas las personas que me han ayudado con la revisión y depuración del libro, tanto en su formato escrito como grabado.

Puntualmente, quiero agradecer a Marco Antonio González de la Concha en funnel.mx por valioso apoyo con el diseño y revisión del libro y a Itzel Quiterio Sánchez por su apoyo en la edición del audiolibro. Al igual quiero reconocer la incansable labor de mi joven y talentoso asistente Juan Daniel Reyes Cruz, por siempre estar ahí ayudando con todos mis ocurrencias.

Un agradecimiento nunca estará completo sin el reconocimiento de las dos maravillosas mujeres en mi vida, mi esposa Francoise y nuestra hija Natasha. Gracias por quererme, aguantarme e inspirarme todos los días de mi vida. Sin ustedes no sería quién soy.

¿Por qué Mac Kroupensky?

Porque es un hombre inteligente que nos hace reflexionar sobre los temas más importantes. Si bien lo conocí originalmente como un especialista en temas de administración y organización de empresas, su amplitud de visión lo ha llevado a abordar con los mismos instrumentos temas muy diversos de la actividad humana. Si hubo gente que en algún momento lo calificaba de un filósofo de la empresa, hoy se ha transformado en un verdadero filósofo del ser humano.

¿Por qué Mac Kroupensky? Porque es un hombre dispuesto a ver los temas desde puntos de vista inusitados. No se conforma con repetir lugares comunes. Escarba en la información para obtener ese dato especial que nos permite darle una dimensión especial a aquello que todo el mundo se había acostumbrado a ver de alguna manera. Porque no se conforma con la sabiduría heredada que se convierte en dogma. Porque es un innovador.

¿Por qué Mac Kroupensky? Por su sentido del humor. Por su negativa a darse a sí mismo la importancia que los gurús del mundo de los negocios se dan a sí mismo como coraza protectora. Por su capacidad para escuchar y seguir aprendiendo a pesar de ser un experto reconocido.

¿Por qué Mac Kroupensky? Por su forma amena de expresar sus puntos de vista sobre los temas serios y profundos. Por hacernos sonreír en asuntos en que quizá las lágrimas o la exasperación serían más comunes.

¿Por qué Mac Kroupensky? Porque es un gran maestro. Porque estudia a fondo los temas que toca. Porque acude siempre a una bibliografía actualizada e interesada. Porque en un mundo de publicaciones sabe encontrar siempre esos pocos libros, esos pocos artículos, que son realmente originales.

¿Por qué Mac Kroupensky? Porque es un pensador de una inteligencia excepcional. Porque es un hombre del Renacimiento que con facilidad asombrosa se mueve de un campo a otro del conocimiento. Porque en un tiempo de especialización, y a pesar de su propio conocimiento concreto, sabe reconocer la importancia del generalista.

¿Por qué Mac Kroupensky? Porque es humano, profundamente humano. Porque es un hombre que se preocupa por sus seres queridos, por sus amigos, por sus colegas. Porque es un hombre que entiende el sentido del amor y de la amistad.

¿Por qué Mac Kroupensky? Simplemente porque se me antoja. Porque me gusta. Porque no hay momento en que al escucharlo o leerlo no haya aprendido algo importante de él.

Sergio Sarmiento



Sección 1: Preguntas trascendentes

Pregunta: ¿Cuál es la finalidad de una empresa y el quehacer humano?

Cada vez escuchamos más acerca de cómo las computadoras van a desplazar al trabajador del futuro. Aquí la pregunta que nos tenemos que hacer es, cuál es la finalidad de la empresa. ¿Extraer valor del mercado y repartirlo entre una pequeña élite de inversionistas, o crear modelos que añadan valor real, profundo y duradero a los seres humanos?

Esta es la gran pregunta. Es fácil enamorarse de la tecnología y ver el desplazamiento del ser humano como una consecuencia inevitable de un proceso natural de incremento en eficiencia.

Sin embargo, ¿para qué queremos la eficiencia? ¿Cuál es la finalidad de la empresa y del quehacer humano?

Nuestro gran reto hacia futuro es la creación de valor en todos los sentidos. Este debe ser la regla que rija toda la actividad humana y la medida por la cual se evalúe la verdadera rentabilidad de una empresa.

Lo que estamos viendo en este momento es que cada vez más riqueza se está concentrando en menos manos. Y conforme avanza la tecnología, cada vez más se va a poder desplazar al ser humano de la ecuación, y se logrará producir los bienes y servicios en forma más eficiente y barata.

Aquí la gran pregunta es, ¿qué pasará cuando nos volvamos tan eficientes que hayamos desplazado a la gran mayoría de los trabajadores y la creación de riqueza se vaya concentrando en menos y menos manos?, ¿es este el mundo que añoramos?

Hablemos de Google, que es un motor de cambio en la Era Digital. Ellos nacieron con el lema: “Do no evil”; no hagas maldad, y la promesa de la democratización de la sociedad. Y durante varios años ayudaron a la democratización del poder. Pero, luego los descubrió Wall Street y les asignó evaluaciones absurdas de valor que les ha presionado a jugar el juego corporativo de la extracción de valor.

Hoy ya no es el talento el que manda, sino la publicidad. Las redes sociales ya no están estructuradas para liberar y habilitar a las masas, sino para manipularlas y someterlas a los intereses de los anunciantes, cuyo grito de guerra es vender más cosas, a más gente, por más dinero, más rápidamente. Una realidad que nos ha llevado al 90% de que todo lo que se tira en los basureros municipales, son cosas que fueron creadas en los últimos 90 días.

Con esta actitud, apoyada en los avances exponenciales en tecnología, vamos a convertir al mundo en un inmenso basurero, en el cual hay cada vez mayor marginación por menor empleo.

¿Es realmente este el mundo al que aspiramos?

Es el momento que los grandes capitanes de la industria de la nueva economía que han sido integrados al sistema voraz del capitalismo a ultranza, se pregunten qué tipo de mundo le quieren heredar a sus hijos.

Ha llegado el momento de hacer un hito en el camino. A realmente preguntarnos para qué trabajamos y cuál es el sentido profundo de nuestra vida. Si lo hacemos con honestidad, surge una respues-

ta clara; Servir. Servir en todos los sentidos y generar riqueza en forma responsable.

El generar coherencia al sistema no será fácil. Hay muchísimos intereses que no quieren que cambien.

Sin embargo, estamos luchando por nuestras vidas. Por las vidas de nuestros hijos y la dignidad humana, al igual que la sustentabilidad del planeta. No es asunto menor.

Ha llegado el momento de asumir responsabilidad. De ver cómo crear más empleos en lugar de destruirlos. De construir un modelo económico-social que genere empleo y desarrolle un profundo sentido de dignidad. Este mundo está a la mano, pero para alcanzarlo necesitamos detener la locura del crecimiento a cualquier costo. Sí, sé que duele cambiar cuando uno está arriba y aparentemente tiene cada vez más. Pero no es un modelo sano, humano y sustentable. Por lo tanto, hay que iniciar un mecanismo de la redistribución de la riqueza, no en forma de limosna social, sino a través de la productividad. Habilitemos a los que estamos marginando. Produzcamos empleos locales que le den viabilidad a nuestras comunidades.

Ahora quiero hacer una aclaración muy importante. No es que no haya suficiente para todos, es que está mal repartido. Es un absurdo que los cofres de las grandes corporaciones estén repletos de dinero, que, en vez de estarse re-inyectando a la sociedad para generar más riqueza, se están acaparando y generando más pobreza.

Hay la posibilidad de crear el empleo digno y bien remunerado que el mundo requiere para generar un desarrollo más justo, próspero y sustentable. Pero para ello tenemos que crear un sistema híbrido que fomente el desarrollo de las grandes corporaciones, respaldado y sustentado en crecimiento de las microempresas de la comunidad.

¿Por qué hay que destruir su empresa para salvarla?

Como directores, probablemente uno de los retos más importantes que enfrentamos es, cómo motivar a nuestra gente a salir de su zona de confort, asumir responsabilidad y arriesgarse a innovar.

Para ello necesitamos entender cómo funciona el instinto de preservación y nuestra aberración natural a perder lo que tenemos. Para verlo en acción, haz el siguiente experimento: Pregúntale a un amigo si quiere echar un volado contigo por cien pesos. Si sale águila él gana 100 pesos, si sale sol los pierde. Vas a ver que casi nadie le va a querer entrar, aunque numéricamente tienen la misma probabilidad de ganar que de perder. Básicamente le tendrías que ofrecer ciento cincuenta o doscientos pesos para que se anime. No es racional, pero así es.

Debido a este fenómeno, si queremos que una persona cambie su comportamiento e intente algo nuevo necesitamos entender si él, o ella, percibe el cambio como algo seguro o arriesgado.

Si percibe el cambio como algo seguro, como un acenso, entonces simplemente hay que explicarle todo lo que va a ganar si asume la nueva responsabilidad, y se motivará a cambiar. Pero si percibe el cambio como algo arriesgado, entonces hablarle de lo que va a ganar, por atractivo que sea, no servirá de nada. Su instinto al arraigo lo paralizará.

En este caso, si queremos motivarlo a cambiar tenemos que poner su entorno de cabeza y enfatizar todas las cosas malas que sucederán si no actúa.

Como explica el Premio Nobel de Economía, Daniel Kahneman, todo tiene que ver con perspectiva y cómo planteamos las cosas. Al igual que uno no se cuestiona y actúa ante una ganancia segura, uno tampoco se cuestiona y actúa ante una pérdida inminente. Es el mismo mecanismo de preservación, pero al revés.

Déjame darte un ejemplo de la vida real que sucedió en la gigantesca empresa farmacéutica MDS. Su director, Kenneth Frazier, está desesperado. Sus ejecutivos están demasiado cómodos. No se les ven las ganas de innovar, aunque hay una verdadera amenaza en el mercado. ¿Qué hace Ken? Decide intentar algo radical. Les pidió a sus ejecutivos hacer un ejercicio de cómo matar a la empresa.

Sí, me escuchaste bien. Hacer un ejercicio para ver cómo pueden acabar con ella. La indicación es pensar como competidor e identificar todas sus debilidades y ver cómo usarlas en su contra para sacarles del mercado.

A lo largo de las próximas dos horas surgen ideas de nuevos medicamentos que pueden aplastarlos y mercados clave que no están atendiendo. Al concluir el ejercicio tienen una visión totalmente nueva de lo vulnerable que en realidad están.

Después, Ken les pide invertir su papel y definir cómo protegerse de estas amenazas. Desde esta perspectiva es evidente que no tienen tiempo que perder y los ejecutivos aceleran el paso para contrarrestar a la competencia.

En conclusión:

Si manejas un gran negocio y tus ejecutivos están demasiado cómodos y no quieren arriesgarse a innovar, te invito a ponerles el ejercicio “cómo matar a la empresa”. Al poner de cabeza el sentido de preservación, perderá sentido permanecer igual y se motivarán a hacer todo lo necesario para preservar lo que ya tienen.

Cuesta caro no entender la Ley de Moore

Probablemente el fenómeno más importante, disruptivo y difícil de entender de la Era Digital, es lo que se conoce cómo la “Ley de Moore”. Esta estipula que cada dos años se duplican el número de transistores en un circuito integrado, al mismo tiempo que se reduce su precio a la mitad. Y digo que es difícil de entender porque nuestra mente está programada para pensar en forma lineal, no exponencial. Pensemos en la historia de la humanidad; hasta hace muy poco todas nuestras interacciones con el mundo

eran locales y lineales.

La vida de nuestros antepasados era muy local, casi todo sucedía en un pequeño radio de unos cuantos kilómetros de donde habían nacido, y no se enteraban de lo que pasaba del otro lado del mundo. Era un entorno muy lineal donde casi nada cambiaba a lo largo de los años e incluso de los siglos.

Luego llega la Era Digital caracterizada por la Ley de Moore, y todo cambia. Hoy nuestras vidas ya no son ni locales, ni lineales, sino que son globales y exponenciales. Hoy nos enteramos a la velocidad de la luz, o por lo menos a la velocidad de la Internet, de lo que está pasando en cualquier parte del mundo, y el ritmo del cambio se acelera día con día.

Tomemos por ejemplo la vigencia de las empresas. De acuerdo con el Profesor Richard Foster, de la Universidad de Yale, las empresas que formaban parte del índice de la Bolsa en 1920 permanecían ahí durante unos 67 años. Hoy esa vigencia es de apenas unos 15 años, y él estima que para el año 2020, tres cuartas partes de las empresas que formarán parte del índice de la Bolsa de Valores serán empresas nuevas que hoy no conocemos. Sin duda un cambio exponencial.

¿Entonces de dónde viene la Ley de Moore? Pues realmente no es una ley sino una observación que hizo el cofundador de Intel, Gordon Moore. Hace 60 años, él notó que el número de transistores en unos circuitos integrados se estaban duplicando cada año, y predijo que esta tendencia continuaría durante los próximos 10 años. Cosa que sucedió. Después, en el 1975, revisó su estimación y predijo que el número de circuitos integrados por transistor se duplicarían cada 24 meses, cosa que hasta la fecha sucede. Aquí la palabra clave es “duplican”.

A diferencia del crecimiento lineal, donde los números progresan de uno en uno, y que es fácil de visualizar, en el ámbito exponencial los números no se suman, sino que se multiplican y crecen en forma exponencial, lo cual es mucho más difícil de captar.

Para ver la engañosa que puede ser la Ley de Moore, al que sigue viendo el mundo en forma lineal, le invito a que haga un pequeño ejercicio mental. Visualicemos un lago y un lirio acuático. Digamos que hoy es el primer día de junio y que ponemos este lirio acuático en el agua. Ahora este lirio no es un lirio cualquiera, sino que es un lirio especial, que crece en forma exponencial. Esto es, cada

día duplica de tamaño y su crecimiento va a ser tan rápido y prodigioso, que para el último día del mes habrá cubierto todo el lago. ¿De acuerdo?

Ahora, para empezar a entender la diferencia entre el pensamiento lineal y la realidad exponencial, te hago la siguiente pregunta: ¿Para el día 20 qué porcentaje del lago ya habrá cubierto el lirio? Recuerda, el mes de junio tiene 30 días y ya vamos al día 20.

Si eres como la mayoría de nosotros, haz hecho una suma rápida en tu cabeza aplicando la lógica lineal, que va algo así: si el mes de junio tiene 30 días y ya vamos al día 20, y el lago tiene que estar totalmente cubierto con lirios para fin de mes, que es en 10 días, pues entonces dos tercios del lago ya tendrían que estar cubiertas con lirios. ¡¿Verdad?!

Pero en el escenario de la realidad exponencial no es así. Es el día 20 y los lirios sólo han cubierto el 0.01% de la superficie del lago, o sea, un décimo de un por ciento del área. Todavía su efecto sobre el lago es imperceptible. Sin embargo, lo que sucede durante los próximos 10 días es asombroso y muy difícil de comprender a través de nuestra mente lineal. ¡El lago se llena! Y lo que tenemos que entender es que estamos ante un fenómeno exponencial y que por lo tanto el momento en el cual el lago se encuentra al 50% lleno, no es el día 15, sino el día 29.

Hoy el mundo se encuentra en el día 27 o 28 del mes de la disrupción digital. El efecto todavía no se ve en forma contundente. Sin embargo, ya se percata que algo está pasando. Por eso es importante hacer un gran esfuerzo mental para ubicarnos en la realidad.

La Ley de Moore está aquí. Simplemente ve el crecimiento exponencial en potencia y reducción en el costo del iPhone que hoy tenemos en el bolsillo. Es mil veces más rápido y un millón de veces más barato que la súper computadora de los años 70.

Y Ley de Moore está a punto de irrumpir en todos los ámbitos habidos y por haber.

¡Prepárate!
