

# **Cuadro sinóptico**



**nombre del alumno: Mariam de los ángeles  
Martinez Villagrán**

**tema: de cero a uno (Peter thiel)**

**asignatura: taller del emprendedor**

**docente: Eduardo Enrique Arreola Jiménez**

**Licenciatura: nutrición**

**cuatrimestre: 9°**

**lugar y fecha: Tapachula Chiapas 15/06/24**

# De cero a uno

Cómo inventar el futuro

Libro de Peter Thiel

## Introducción

Este libro aborda cómo construir compañías que creen cosas nuevas y se basa en lo que he aprendido como fundador de PayPal y Palatir, y como inversor de cientos de startups.

## Competitividad y monopolio

Los monopolistas mienten intentando definir su empresa como lo que no es en un mercado formando por la Unión de varias y en el que no tiene una posición dominante.

## Tecnología propia

Es el más importante por qué hace que tu propio producto sea difícil o imposible de copiar.

### Definición

El patrón más poderoso que he constatado es que la gente de éxito encuentra el valor en lugares insospechados, y lo hacen pensando en la empresa desde principios básicos.

### Características

Para triunfar en los negocios hay que hacer lo mismo en un startup, que es cuestionar las ideas recibidas y repensar en el negocio desde cero.

### Características

En cambio los no monopolistas hacen lo contrario, dicen que están en una liga a la que no pertenecen y se subestiman a la competencia.

### Características

Está es la tentación fatal de un startup, definir su mercado de un modo tan restrictivo que por definición siempre lo domine.

### Definición

Una buena regla general es que la tecnología propia deba ser al menos diez veces mejor que la de tu competidor más cercano en una faceta importante.

### Características

Lo mejor para lograrlo es inventar algo totalmente nuevo o mejorar radicalmente una solución existente.

## Ejemplos

Aunque la mayoría piense que el futuro estará definido por la globalización, y la verdad es que la tecnología suele provenir de las startups, ya que es difícil desarrollar cosas nuevas en una gran organización.

## Ejemplos

La realidad es que los monopolios creativos no solo son buenos para el resto de la sociedad, si no que constituye potentes motores para mejorarla.

## Ejemplos

Paypal redujo los siete días que tarda en llegar un cheque a un instante. Por su parte Amazon ofreció al menos diez veces más libros que cualquier otra librería.

# De cero a uno

como inventar el futuro

Peter thiel

## Efectos de red

Consiste en que el producto sea más útil a medida que más gente lo utiliza.

## Economías de escala

Muchas compañías obtienen ventajas limitadas a medida que abrazan la gran escala, pero una buena startup debería tener el potencial de la gran escala.

## Marca

Crear una marca potente es una poderosa manera de reclamar un monopolio.

### Definición

Las empresas con efecto de red deben empezar con mercados especialmente pequeños.

### Característica

Los negocios exitosos de red rara vez se han creado por personas con un MBA; los mercados iniciales son tan pequeños que ni siquiera parecen oportunidades de negocio.

### Ejemplos

Twitter ya cuenta con más de 250 millones de usuarios y no tiene que añadir más características personalizadas para conseguir más.

### Ejemplos

Sin embargo, empezar por la marca antes que por la sustancia es peligroso. Para que estas ventajas funcionen se debe elegir con cuidado el mercado y crecer deliberadamente.

### Ejemplos

Facebook comenzó únicamente con estudiantes de Harvard; el primer producto de Mark Zuckerberg se diseñó para que se apuntaran todos sus compañeros a clases, no para atraer a más gente del mundo.