



knowsquare .

GONZALO SÁNCHEZ URBÓN

17 DE FEBRERO DE 2016

DE CERO A UNO

---

PREMIO KNOW SQUARE 2015 AL MEJOR LIBRO DE EMPRESA

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor  
y Know Square S.L.

Antes de adentrarse en el libro ganador de los Premios Know Square 2015 al Mejor Libro de Empresa es conveniente conocer la trayectoria profesional del autor para comprender en toda su dimensión los planteamientos expresados en él.

Peter Thiel, alemán de nacimiento, es un empresario, emprendedor y "*bussines angel*" curtido en las aguas bravas de los negocios, donde volcar no supone ningún problema e incluso romper el *kayak* es una nueva oportunidad para aprender, remontar de nuevo el río y volver a intentarlo desde otra perspectiva. Probablemente su aventura más conocida sea el hecho de ser cofundador de Pay-Pal, aunque en su devenir profesional existen muchas otras también muy renombradas, entre las que se encuentra Facebook y LinkedIn.

"De cero a uno" nace como consecuencia de las notas que un alumno, Blake Masters, posteriormente colaborador en su redacción, editó en las redes sociales a modo de resumen tras oírlo en una conferencia en Standford; la línea que vertebra y da sentido a todo el libro casi diría que se concentra en las cinco primeras líneas del Prefacio, en el cual Peter Thiel expone las que, a su modo de ver, son las dos posibles formas de crecer: "*ir de cero a n*" (que consiste en hacer, o incluso mejorar lo que ya se ha hecho) o "*ir de cero a 1*", que supone hacer algo diferenciado que nadie haya hecho anteriormente. ¿Qué me deparará el futuro? Esa es la pregunta a la que trata de dar respuesta al comienzo y al final del libro: Por supuesto Thiel no tiene la bola de cristal para apenas intuirlo, pero expone los escenarios y nos da pistas para influir, al menos mínimamente, en él.

El pasado y el futuro van a ser, simplemente, diferentes. No debe darse por sentado que lo que funcionó bien en el pasado, debe ser igual de válido para tiempos venideros. Y en esa línea Peter Thiel nos introduce en cómo crear e influir en el futuro elaborando planes audaces, originales y ambiciosos que nos conduzcan hasta él. En esa búsqueda permanente destaca que las dos características más importantes que un líder debe poseer son el pensamiento propio y el ser diferente a los demás, y por ello nos anima a cuestionar sin miedo a equivocarnos incluso nuestras propias iniciativas, como ejercicio para mejorarlas.

En un paso más allá nos recuerda que nosotros mismos somos los únicos que tendremos la capacidad para influir algo en nuestro futuro y, por lo tanto, podemos darle forma creando cosas nuevas. La clave para ello es pensar diferente, con el objetivo fijado en lo que quieras obtener y de acuerdo con tu particular situación y momento. Y luego actuar, porque el éxito se logra por el esfuerzo; no es accidental, no llamará a tu puerta y tampoco es aleatorio simplemente porque "*no somos billetes de lotería*". El control de ese futuro, la visión de cómo moldearlo y la personalidad de los individuos, da pie a una

interesante catalogación comparativa sobre cómo se puede afrontar. Tú decides dónde te acomodas.

Cuestiona las cuatro grandes lecciones que él considera instauradas en el sistema empresarial, y las sustituye por unos contraprincipios: 1) Es mejor arriesgar por ser audaz que por ser trivial; 2) Un mal plan es mejor que ningún plan; 3) La competencia destruye los mercados; 4) Las ventas importan en la misma medida que el producto. De ellos quizás el más controvertido sea el tercero, y Peter Thiel abunda en él profusamente siendo probablemente esta afirmación la que mejor ayude a comprender su posición y pensamiento empresarial.

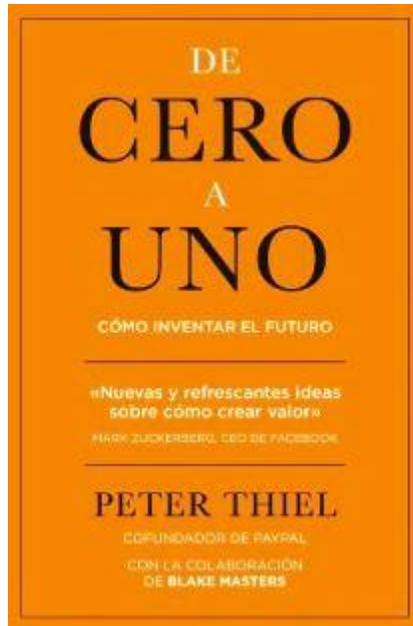
En definitiva, la búsqueda del éxito como objetivo final que, para más detalles, idealmente se alcanzaría de la mano de la que pudiera ser su aseveración más controvertida: creando un monopolio creativo (no estatal). No es lugar esta reseña para profundizar en estas ideas, y animo a todos a sumergirse en los argumentos y claves que justifican esta postura: 1) Tecnología propia; 2) Crea una marca fuerte; 3) Empieza pequeño y luego crece; 4) No seas el primero...

Sin embargo, no solamente el monopolio asegura el éxito; también la competencia lo puede hacer... pero siempre y cuando marques la distancia con el resto de los productos y aquellos sean diez veces peores al tuyo haciendo imposible que los competidores sigan tu ritmo; con lo cual Thiel nos lleva casi al mismo punto de partida y a concluir que la competencia es para perdedores.

Junto a las que en mi opinión son las dos principales ideas que destila el libro: *"construye el futuro"* y *"sé distinto"*, el autor analiza y desgrana un amplio abanico de ejemplos, situaciones y opiniones que ayudan a dar forma a este texto que, según The Economist, *"debe ser leído no solo por aspirantes a empresarios, sino por todos aquellos que busquen una alternativa reflexiva a la penumbra generalizada actual sobre las perspectivas del mundo"*.

En "De cero a uno" cualquier inquieto emprendedor hallará el estímulo necesario para indagar en lo más profundo de su cabeza y extraer de su creatividad aquello que nadie antes ha visto o pensado. Esa es la clave, diferenciarse de los demás; pero no con ideas geniales nacidas en un momento de efímera lucidez, sino teniendo presente también unos consejos prácticos que, a modo de indicadores, nos ayudan a jalonar el camino y a tomar decisiones para que seamos nosotros los que modelemos nuestro porvenir y dejemos huella en el futuro.

Para finalizar, y más allá de la controversia de algunas afirmaciones, creo que "De cero a uno" es un libro rápido, dinámico y en ocasiones cargado de adrenalina, no apto para tibios o lentos de reflejos, que condensa enseñanzas que pueden ser aplicables en muchos ámbitos y que pretende inspirar a los emprendedores de cualquier esfera profesional para ponerlos en la senda del éxito.



*Portada del libro*

© Gonzalo Sánchez Urbón

© Know Square S.L.