

ÍNDICE

CAPÍTULO 1

Un hombre llamado Ma Huateng.....	9
La adolescencia de Ma Huateng en Shenzhen....	10
Shenzhen: Un líder nacional en Innovación en Internet	11
Como ingeniero en Runxun Communications...	13
Un estilo de liderazgo sutil	14
De cómo encontró su media naranja en QQ	17

CAPÍTULO 2

Colegas y amigos de Ma Huateng	21
“Ponysoft” en CFido	21
Qiu Bojun y Ding Lei.....	24
Zhang Zhidong: técnico genial y graduado en la Universidad de Shenzhen.....	26
Zeng Liqing, el genio de la comunicación.....	27
Los mejores talentos especializados: Xu Chenhua y Chen Yidan	29
Otros accionistas fundadores en Tencent.....	31
Empleados iniciadores que migraron a Tencent	34
Un grupo de toma de decisiones con cinco miembros	37

CAPÍTULO 341

Los adversarios de Ma Huateng.....41

Pang Shengdong:
de “Misterios de Mujeres” a 51.com41

Lo que sucedió entre Tencent y Thousand Oaks45

Ma Yun y Ma Huateng48

CAPÍTULO 4

Inversionistas que apoyaron a Ma Huateng51

Lin Xiaosong y Lin Jianhuang:
dos “Inversores angelicales”51

20% de acciones para IDG y PCCW53

MIH debuta como accionista de Tencent.....54

Cotización en el Mercado de Hong Kong.....56

Goldman Sachs Bank hace su entrada57

Lin Zhiping desciende en paracaídas59

CAPÍTULO 5

El Gerente principal de productos, Ma Huateng ... 63

Tres Preguntas para garantizar
una “Respuesta medida” 64

Cara a cara con el Gerente de Productos66

El efecto dominó.....69

La Academia Tencent.....71

CAPÍTULO 6	75
De OICQ a QQ	75
OICQ: Un producto concebido por causa de un pedido fallido	75
Una revisión sinófona de OICQ	77
Se implanta la QQ manía.....	79
El nombre QQ.com adquirido por \$ 100.000 en Estados Unidos	83
 CAPÍTULO 7	 85
La Mensajería de Texto ayuda a Tencent a convertirse en la Primera Compañía rentable de Internet	85
Publicidad en Internet y cuotas de participación	85
La última fantasía de operaciones virtuales de Telecomunicaciones	87
Mobile QQ.....	90
Fetion QQ verus Cell Phone QQ.....	92
 CAPÍTULO 8	
Un imperio de consumo virtual con casi 100 mi- llones de usuarios	95
Acuñaación excesiva de QQ-Cash.....	97
Ataques de <i>hackers</i> y cuentas asaltadas.....	100

CAPÍTULO 9

La batalla contra Microsoft.....	105
---	------------

CAPÍTULO 10

Incorporando un portal y un motor de búsqueda.111	
--	--

QQ.com	111
--------------	-----

Trasladándose hacia el corazón de Internet	116
--	-----

CAPÍTULO 11

La gran batalla de Tencent en el mercado de los juegos	121
---	------------

CAPÍTULO 12

Innovación en Tencent.....	125
-----------------------------------	------------

¿Imitador o Innovador?	126
------------------------------	-----

“Imitación de <i>sorpasso</i> ”	127
---------------------------------------	-----

Innovación que satisface las Necesidades de los clientes.....	128
--	-----

Atesorando para el futuro	129
---------------------------------	-----

Estrategia de patentes.....	132
-----------------------------	-----