

ELS 15 LLIBRES DE CREACIÓ D'EMPRESES

Sumari

- 1. Introducció*
- 2. Els 15 llibres de la creació d'empreses*

1. Introducció

La literatura existent al voltant de la creació d'empreses és actualment prou abundant, amb nombrosos llibres que tracten la temàtica des de diferents àmbits. En aquest informe es presenten quinze d'aquests llibres, que poden ser de gran utilitat per a qualsevol persona emprenedora, durant el procés de creació de la seva empresa. D'utilitat no tant per què es tractin de manuals o llibres de consulta tots d'ells, sinó per les experiències i vivències que transmeten els seus autors o per la visió diferent de la creació d'una empresa que proposen alguns d'ells.

2. Els 15 llibres de la creació d'empreses

1. *Beautiful PYME. Ideas prácticas de márketing y comunicación para pequeñas y medianas empresas.* Julio Pérez-Tomé / Christopher Smith

- *Editorial: McGraw-Hill*
- *Temàtica: Màrqueting*

Aquest llibre recull pràctiques provades sobre màrqueting i publicitat per a petites empreses. Els autors ofereixen un equilibri entre teoria i pràctica en àmbits del màrqueting i la comunicació empresarial com la imatge corporativa, el màrqueting directe i promocional o les relacions públiques. Aquest llibre està pensat com una guia per a qualsevol petita o mitjana empresa, de qualsevol sector, que vulgui comptar amb un recolzament a l'hora de crear i desenvolupar la seva marca. El llibre es nodreix de casos reals fruit de l'experiència dels propis autors.

2. *Bienvenido al mundo real.* Sandro Rosell

- *Editorial: Destino*
- *Temàtica: Economia i empresa*

Aquest no és un llibre on només es parla de futbol i negocis, o en el qual s'expliquen interessants i divertides històries i anècdotes sobre la vida empresarial i esportiva. L'autor exposa tot allò que creu que l'ha ajudat a enfrontar-se al món del màrqueting. A partir de les seves pròpies vivències professionals i personals, reflexiona sobre la importància del treball en equip, aposta per enfrontar-se a la realitat confiant en un mateix. La seva experiència a empreses multinacionals com també al capdavant de la seva pròpia pot resultar de gran ajuda a qualsevol persona emprenedora.

3. *Contabilidad y finanzas para no financieros.* Oriol Amat

- *Editorial: Prentice Hall*
- *Temàtica: Comptabilitat i finances*

Mitjançant una exposició clara, pedagògica, amb nombrosos exemples i assequible per als no iniciats, es presenten els conceptes bàsics i imprescindibles de la gestió financera i comptable, que dins de qualsevol empresa o organització tots haurien de conèixer i, de forma ineludible, els responsables de diferents departaments i àrees funcionals.

4. *El pensamiento creativo*. Edward De Bono

- *Editorial: Editorial Paidós*
- *Temàtica: Creativitat*

Edward De Bono és una de les màximes autoritats en l'àmbit del pensament creatiu i la seva aplicació en el món de l'empresa. Lluny d'utilitzar llenguatges i metodologies excessivament tècniques, De Bono tracta la creativitat a través d'eines on la lògica és la base principal. Aquesta és una obra molt útil per a saber aplicar la creativitat a la nostra vida diària i, en el cas que ens ocupa, el de la generació de la idea empresarial i el desenvolupament del nostre projecte de negoci.

5. *Finanzas: de la planificación a largo a la gestión diaria de la tesorería*. Fernando Mazón / Francesc Xavier Olsina / Santiago Aguilá

- *Editorial: Gestión 2000*
- *Temàtica: Comptabilitat i finances*

Aquest llibre està dirigit a aquelles persones que s'encarreguen de la gestió de l'empresa així com de les finances i, fins i tot, a universitaris/universitàries. Amb un to didàctic però donant molta importància als casos d'empresa i amb una finalitat aplicativa, els autors repassen els diferents elements primordials en la planificació financera i la gestió diària de la tesoreria de qualsevol empresa. Fernando Mazón és responsable financer del Grup Torres i tant Francesc Xavier Olsina com Santiago Aguilá són professors d'economia a la Universitat Pompeu Fabra i a l'IDEC.

6. *Freakonomics*. Stephen J. Dubner / Steven D. Levitt.

- *Editorial: Ediciones B*
- *Temàtica: Economia i empresa*

Mitjançant exemples pràctics amb un punt de sarcasme i perspicàcia, els autors demostren que l'economia, en el fons, representa l'estudi dels incentius: la manera en què les persones obtenen allò que desitgen o necessiten, especialment quan d'altres persones desitgen o necessiten el mateix. A través de l'exploració de coses tan diverses com el funcionament intern d'una banda de traficants de crack, la veritat sobre els agents immobiliaris o els mites del finançament de les campanyes electorals, Dubner i Levitt plantegen que el món actual i l'economia són menys complexos del que de vegades sembla.

7. *Funky Business*. Jonas Ridderstrale / Kjell Nordström

- *Editorial: Prentice Hall*
- *Temàtica: Economia i empresa*

Avui el talent és l'única cosa que mou el capital. Aquest és el nou manifest per al món dels negocis que defensen aquests dos autors. En l'actualitat la informació, la

tecnologia i la globalització han superat el sistema capitalista com s'entenia al segle passat. Ara només el talent, la creativitat i la innovació marquen l'èxit empresarial. Aquest llibre fa un repàs poc convencional del món.

8. *Guía para la creación de empresas*. Servicio de Creación y Desarrollo de Empresas de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid

- *Editorial: Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid*
- *Temàtica: Formes jurídiques i tràmits*

La Cambra de Comerç de Madrid ha elaborat aquesta exhaustiva guia que tracta la creació d'empreses des del punt de vista de les formes jurídiques i la seva tramitació legal. La guia ajuda la persona emprenedora en l'elecció de la forma jurídica, els tràmits administratius, les obligacions comptables, fiscals i laborals. A més, presenta una sèrie d'annexes amb models d'impresos per a la gestió dels mòduls de l'IRPF, la liquidació de l'IVA, així com un apartat d'adreces d'interès.

9. *La estrategia en el posavasos o como convertir una gran idea en un gran negocio*. Chris West / Mike Southon

- *Editorial: Prentice Hall*
- *Temàtica: Creativitat*

Qui no s'ha plantejat mai projectes empresarials prenent una cervesa amb els amics? Encara que sembli estrany, una conversa en un bar pot ser el lloc més propici perquè sorgeixi una idea de negoci. En aquest llibre, els autors parteixen de la idea que fer negocis és fàcil. Consideren que, tot i la multitud de llibres, conferències i gurús que sostenen complexes teories sobre estratègies empresarials, crear una empresa està a l'abast de tothom. Això sí, adverteixen que és essencial tenir ganes i no tenir por al treball dur.

10. *Marketing lateral*. Philip Kotler / Fernando Trías de Bes

- *Editorial: Prentice Hall*
- *Temàtica: Màrqueting*

Els autors ofereixen idees innovadores en el camp del màrqueting, per tal de fer front als nous desafiaments del mercat del segle XXI, caracteritzat pel continu llançament de nous productes i marques, dels quals només sobreviuran uns pocs. Aquest llibre proposa l'aplicació de la creativitat a productes i serveis ja existents, per tal de convertir-los en productes i serveis que cobreixin necessitats, segments o situacions no cobertes normalment. Es tracta d'un procés que ofereix grans ocasions per a crear noves oportunitats de negoci dins el mercat.

11. *No logo. El poder de las marcas.* Naomi Klein

- *Editorial: Paidós*
- *Temàtica: Economia i empresa*

En aquest llibre la seva autora tracta de donar resposta a aquelles preguntes que molta gent es fa: com va passar Bill Gates de treballar a un garatge a convertir-se en magnat mundial?; per què el nom de Nike moltes vegades s'associa al treball clandestí i a l'explotació laboral? Mitjançant la investigació periodística i l'observació de l'entorn comercial, l'autora explica la irritació que amplis sectors de la societat comencen a manifestar enfront de les grans marques comercials, alhora que demostra com les multinacionals han militaritzat els seus adversaris.

12. *¿Quién se ha llevado mi queso?* Spencer Johnson

- *Editorial: Empresa Activa*
- *Temàtica: Economia i empresa*

Es tracta d'una fàula que, mitjançant els personatges de dos ratolins i dos petits homes que viuen a un laberint, explica com tot canvia i que les fórmules que van ser útils en un determinat moment poden quedar-se obsoletes. Tot enfocat amb paraules i exemples comprensibles. El formatge del relat representa qualsevol cosa que es vulgui assolir: la felicitat, l'amor, la creació d'una empresa. El laberint representa les zones desconegudes i perilloses, carrerons sense sortida i habitacions plenes de formatge.

13. *Roma, S.A. El auge y la caída de la primera multinacional de la historia.* Stanley Bing

- *Editorial: Gestión 2000*
- *Temàtica: Economia i empresa*

La història de l'auge i la caiguda de l'Imperi Romà pot ser un model perfecte sobre com funciona una gran corporació per a tot tipus de persones: aquelles amb càrrecs directius, treballadors/treballadores i universitaris/universitàries. L'autor, famós pels seus llibres satírics sobre el món de l'empresa, planteja en aquest llibre la història de l'Imperi Romà vista com la primera gran organització corporativa. Mitjançant aquest repàs històric, l'autor acaba conclouent que el gran èxit de Roma va ser el reinventar-se a ella mateixa, tal i com han de fer totes aquelles grans corporacions que volen sobreviure en el mercat i en el temps.

14. *The Art of Innovation*. Thomas Kelley

- *Editorial: Currency (EUA)*
- *Temàtica: Creativitat*

Tom Kelley és un dels més respectats experts en la gestió i el disseny de la innovació. És també una de les persones clau en impulsar la creativitat en les empreses, no només en el disseny de productes i serveis, sinó també en l'estratègia i els processos. IDEO és una de les empreses de disseny i innovació més famoses del món i ha desenvolupat productes com el ratolí d'Apple, la Polaroid IZoNe, la Palm V i centenars d'altres productes altament innovadors. Avui, IDEO ocupa 350 persones. Tom Kelley, el seu director general, presenta en aquest llibre les claus de la innovació i la creativitat.

15. *Thinkertoys (juegos para pensar)*. Michael Michalko

- *Editorial: Gestión 2000*
- *Temàtica: Creativitat*

Aquest llibre està pensat per a guiar cap a la generació d'una gran idea de negoci o, com a mínim, a trobar les eines necessàries per a generar-la. L'autor proposa una desena de tècniques i centenars de suggeriments que qualsevol persona pot utilitzar i aplicar. Michael Michalko és consultor de creativitat de grans empreses, pimes i persones emprenedores. Ha participat activament en la creació de diverses empreses.

El Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya i Barcelona Activa SAU SPM vetllaran per assegurar l'exactitud i fidelitat d'aquesta informació i de les dades contingudes en els informes.

Aquests informes es publiquen per proporcionar informació general. El Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya i Barcelona Activa SAU SPM no acceptaran sota cap circumstància cap responsabilitat per pèrdues, danys o perjudicis o d'altres decisions empresarials basades en dades o informacions que es puguin extreure d'aquest informe.