

Informes
en profundidad

40

Los 15 libros de la creación de empresas

Índice

01 Introducción

02 Los 15 libros de la creación de empresas

01. Introducción

La literatura existente alrededor de la creación de empresas es actualmente bastante abundante, con numerosos libros que tratan la temática desde diferentes ámbitos. En este informe se presentan quince de ellos de gran utilidad para cualquier persona emprendedora, durante el proceso de creación de su empresa, de utilidad no tanto porque se traten de manuales o libros de consulta todos ellos, sino por las experiencias y vivencias que transmiten sus autores o por la visión diferente de la creación de una empresa que proponen algunos de ellos.

02. Los 15 libros de la creación de empresas

1 **Beautiful PYME. Ideas prácticas de marketing y comunicación para pequeñas y medianas empresas.**

Julio Pérez-Tomé / Christopher Smith

- Editorial: McGraw-Hill
- Temática: Marketing

Este libro recoge prácticas probadas sobre marketing y publicidad para pequeñas empresas. Los autores ofrecen un equilibrio entre teoría y práctica en los ámbitos del marketing y la comunicación empresarial como la imagen corporativa, el marketing directo y promocional o las relaciones públicas. Este libro está pensado como una guía para cualquier pequeña o mediana empresa, de cualquier sector, que quiera contar con un espaldarazo a la hora de crear y desarrollar su marca. El libro se nutre de casos reales fruto de la experiencia de los propios autores.

2 **Bienvenido al mundo real.**

Sandro Rosell

- Editorial: Destino
- Temática: Economía y empresa

Este no es tan solo un libro dónde se habla de fútbol y negocios, o en el que se explican interesantes y divertidas historias y anécdotas sobre la vida empresarial y deportiva. El autor expone todo aquello que cree que le ha ayudado a enfrentarse al mundo del marketing. A partir de sus propias vivencias profesionales y personales, reflexiona sobre la importancia del trabajo en equipo, apuesta por enfrentarse a la realidad confiando en un mismo. Su experiencia en empresas multinacionales como también al frente de la suya propia puede resultar de gran ayuda a cualquier persona emprendedora.

3 Contabilidad y finanzas para no financieros.

Oriol Amat

- Editorial: Prentice Hall
- Temática: Contabilidad y finanzas

Mediante una exposición clara, pedagógica, con numerosos ejemplos y asequible para los no iniciados, se presentan los conceptos básicos e imprescindibles de la gestión financiera y contable, que dentro de cualquier empresa u organización todos deberán conocer y, de forma ineludible, los responsables de diferentes departamentos y áreas funcionales.

4 El pensamiento creativo.

Edward De Bono

- Editorial: Editorial Paidós
- Temática: Creatividad

Edward De Bono es una de las máximas autoridades en el ámbito del pensamiento creativo y su aplicación en el mundo de la empresa. Lejos de utilizar lenguajes y metodologías excesivamente técnicas, trata la creatividad a través de herramientas dónde la lógica es la base principal. Esta es una obra muy útil para saber aplicar la creatividad a nuestra vida diaria y, en el supuesto que nos ocupa, a la generación de la idea empresarial y el desarrollo de nuestro proyecto de negocio.

5 Finanzas: de la planificación a largo a la gestión diaria de la tesorería.

Fernando Mazón / Francesc Xavier Olsina / Santiago Aguilá

- Editorial: Gestión 2000
- Temática: Contabilidad y finanzas

Este libro se dirige a las personas que llevan la gestión de una empresa así como las finanzas, e incluso a universitarios y universitarias. Con un tono didáctico pero primando a la vez los casos de empresa y con una finalidad aplicativa, los autores repasan los diferentes elementos primordiales en la planificación financiera y la gestión diaria de la tesorería de cualquier empresa. Fernando Mazón es responsable financiero del Grupo Torres y tanto Francesc Xavier Olsina como Santiago Aguilá son profesores de economía en la Universitat Pompeu Fabra y en el IDEC.

6 **Freakonomics.**

Stephen J. Dubner / Steven D. Levitt.

- Editorial: Ediciones B
- Temática: Economía y empresa

Mediante ejemplos prácticos con un punto de sarcasmo y perspicacia, los autores demuestran que la economía, en el fondo, representa el estudio de los incentivos: la manera en qué las personas obtienen aquello que desean o necesitan, especialmente cuando otras personas desean o necesitan lo mismo. A través de la exploración de cosas tan diversas como la organización interna de los traficantes de crack, la verdad sobre los agentes inmobiliarios o los mitos de la financiación de las campañas electorales, Dubner y Levitt plantean que el mundo actual y la economía son menos complejos de lo que a veces parece.

7 **Funky Business.**

Jonas Ridderstrale / Kjell Nordström

- Editorial: Prentice Hall
- Temática: Economía y empresa

Hoy el talento es lo único que mueve el capital. Este es el nuevo manifiesto para el mundo de los negocios que defienden estos dos autores. En la actualidad la información, la tecnología y la globalización han superado el sistema capitalista como se entendía en el siglo pasado. Ahora solo el talento, la creatividad y la innovación marcan el éxito empresarial. Este libro hace un repaso poco convencional del mundo.

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
- Temática: Formas jurídicas y trámites

La Cámara de Comercio de Madrid ha elaborado esta exhaustiva guía que trata la creación de empresas desde el punto de vista de las formas jurídicas y su tramitación legal. La guía ayuda a la persona emprendedora en la elección de la forma jurídica, los trámites administrativos, las obligaciones contables, fiscales y laborales. Además, presenta una serie de anexos con modelos de impresos para la gestión de los módulos del IRPF, la liquidación del IVA, así como un apartado de direcciones de interés.

9 La estrategia en el posavasos o cómo convertir una gran idea en un grande negocio.

Chris West / Mike Southon

- Editorial: Prentice Hall
- Temática: Creatividad

¿Quién no se ha planteado nunca proyectos empresariales tomando una cerveza con los amigos? Aunque parezca extraño, una conversación en un bar puede ser el lugar más propicio para que surja una idea de negocio. En este libro, los autores parten de la idea de que hacer negocios es fácil. Consideran que, aún y la multitud de libros, conferencias y gurús que sostienen complejas teorías sobre estrategias empresariales, crear una empresa está al alcance de todo el mundo. Eso sí, advierten que es esencial tener ganas y no tener miedo al trabajo duro.

10 Marketing lateral.

Philip Kotler / Fernando Trías de Bes

- Editorial: Prentice Hall
- Temática: Marketing

Los autores ofrecen ideas innovadoras en el campo del marketing, para hacer frente a los nuevos desafíos del mercado del siglo XXI, caracterizado por el continuo lanzamiento de nuevos productos y marcas, de las que solo sobrevivirán unas pocas. Este libro propone la aplicación de la creatividad a productos y servicios ya existentes, con el objetivo de convertirlos en productos y servicios que cubran necesidades, segmentos o situaciones no cubiertas normalmente. Se trata de un proceso que ofrece grandes ocasiones para crear nuevas oportunidades de negocio dentro el mercado.

11 No logo. El poder de las marcas.

Naomi Klein

- Editorial: Paidós
- Temática: Economía y empresa

En este libro su autora trata de dar respuesta a aquellas preguntas que mucha gente se hace: ¿cómo pasó Bill Gates de trabajar en un garaje a convertirse en magnate mundial?; ¿por qué el nombre de Nike muchas veces se asocia al trabajo clandestino y a la explotación laboral? Mediante la investigación periodística y la observación del entorno comercial, la autora explica la irritación que amplios sectores de la sociedad empiezan a manifestar en contra de las grandes marcas comerciales, a la vez que demuestra cómo las multinacionales han militarizado a sus adversarios.

12 ¿Quién se ha llevado mí queso?

Spencer Johnson

- Editorial: Empresa Activa
- Temática: Economía y empresa

Se trata de una fábula que, mediante los personajes de dos ratones y dos pequeños hombres que viven en un laberinto, explica cómo todo cambia y que las fórmulas que fueron útiles en un determinado momento pueden quedarse obsoletas. Todo enfocado con palabras y ejemplos comprensibles. El queso del relato representa cualquier cosa que se quiera lograr: la felicidad, el amor, la creación de una empresa. El laberinto representa las zonas desconocidas y peligrosas, callejones sin salida y habitaciones llenas de queso.

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

Stanley Bing

- Editorial: Gestión 2000
- Temática: Economía y empresa

La historia del auge y la caída del Imperio Romano puede ser un modelo perfecto sobre cómo funciona una gran corporación para todo tipo de personas: con cargos directivos, que están empleadas, que estudian, etc. El autor, famoso por sus libros satíricos sobre el mundo de la empresa, plantea en este libro la historia del Imperio Romano visto como la primera gran organización corporativa. Mediante este repaso histórico, el autor acaba concluyendo que el gran éxito de Roma fue el reinventarse a ella misma, tal y cómo deben hacer todas aquellas grandes corporaciones que quieran sobrevivir en el mercado y en el tiempo.

14 The Art of Innovation.

Thomas Kelley

- Editorial: Currency (EE.UU.)
- Temática: Creatividad

Tom Kelley es uno de los más respetados expertos en la gestión y el diseño de la innovación. Es también una de las personas clave en impulsar la creatividad en las empresas no solo en el diseño de productos y servicios, sino también en la estrategia y los procesos. IDEO es una de las empresas de diseño e innovación más famosas del mundo y ha desarrollado productos como el ratón de Apple, la Polaroid IZoNe, la Palm V y centenares de otros productos altamente innovadores. Hoy, IDEO da empleo a 350 personas. Tom Kelley, su director general presenta en este libro las claves de la innovación y la creatividad.

15 Thinkertoys (juegos para pensar).

Michael Michalko

- Editorial: Gestión 2000
- Temática: Creatividad

Este libro está pensado para guiar hacia la generación de una gran idea de negocio o, al menos, a encontrar las herramientas necesarias para generarla. El autor propone una decena de técnicas y cientos de sugerencias que cualquier persona puede utilizar y aplicar.

Michael Michalko ha participado activamente en la creación de varias empresas y es consultor de creatividad de grandes empresas y pymes, ayudando a personas emprendedoras.

Elaborado por el Equipo de Barcelonanetactiva.

© Barcelona Activa SAU SPM, 1998-2011 - Última actualización: 27/02/2011

Aunque se ha extremado en todo lo posible el cuidado en asegurar la exactitud y fidelidad de esta información y de los datos contenidos, Barcelona Activa SAU SPM no puede aceptar ninguna responsabilidad legal por las consecuencias que se puedan derivar de acciones emprendidas como resultado de las conclusiones que se puedan extraer de este informe.