

**ACCID**

Associació  
Catalana de  
Comptabilitat i  
Direcció

# NOTA TÈCNICA

**Octubre 2016**

## COM REDACTAR UN CAS <sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Document redactat per Jordi Carrillo Pujol, EAE Business School. 21-10-2016.

## Índex

1. Introducció .....	3
2. Què és un cas.....	4
3. Plantejament d'un cas .....	4
4. Per què escriure un cas .....	5
5. Entrant en matèria .....	6
5.1. La matèria a tractar .....	6
5.2. Tipus de casos.....	7
5.3. L'empresa escollida .....	8
5.4. Què conté un cas .....	9
5.5. Obtenció de la informació.....	11
5.6. Aspectes formals .....	12
5.7. Punts d'interès en la redacció dels casos.....	<u>123</u>
6. Webs d'interès.....	14
7. Informació sobre l'autor .....	15

## 1. Introducció

És molt freqüent en l'àmbit acadèmic parlar i sentir sobre el Mètode del Cas, o en algunes ocasions directament d'*ensenyar mitjançant Casos*.

Més enllà de la definició purament literal que podríem extreure del nom, existeix tot un cos teòric i pràctic desenvolupat durant molts anys al voltant d'aquest tipus de formació.

El motiu del seu èxit es pot entendre fàcilment. Quan en l'àmbit de la formació empresarial tractem d'explicar la realitat, ens trobem amb que aquesta sol ser molt complexa. Mai existeix un sol element que afecti a una situació. La realitat és complexa, plena de matisos i difícil d'interpretar. A manera d'exemple sabem que els directius empresarials de vegades tenen menys informació de la desitjada, la qual cosa els suposa un problema. Però també succeeix el contrari, que puguin tenir l'excés, amb els inconvenients que això comporta. D'altra banda, el temps d'anàlisi i estudi del que disposen és limitat, i les decisions han de prendre's, moltes vegades, de forma urgent.

Però no és només això. A tot això s'uneixen un altre tipus de dificultats. Potser l'empresa al moment que s'ha de realitzar una acció de caràcter comercial té a la vegada un problema financer, o de falta de personal qualificat...

En definitiva, un conjunt de circumstàncies poc delimitades i que han de ser valorades segons cada moment. I en aquest àmbit és on pretén situar-se la redacció d'un cas. Tractar de replicar una situació real succeïda en un moment determinat, en la qual els directius van haver de prendre una decisió sobre la base de la informació que tenien i uns problemes que havien de resoldre.

## 2. Què és un cas

En aquest document utilitzem el terme *cas* per referir-nos a la descripció d'una situació d'una organització en la qual un directiu ha d'afrontar la presa d'una decisió empresarial o solucionar un problema que se li ha plantejat.

Seguint el fil del que exposàvem abans, els casos solen estar basats en situacions reals. Ara bé, encara que poden figurar els noms autèntics de les organitzacions i directius implicats (és el més habitual), en determinades circumstàncies aquests són ocultats o modificats per mantenir l'anonimat dels protagonistes.

Des del punt de vista formatiu, s'espera del participant (o decisor) que entengui l'abast de la problemàtica, l'analitzi, i exposi possibles alternatives de decisió. Per a això, s'haurà de realitzar un pla d'acció, que concreti les accions que es creu que s'haurien de prendre en aquesta situació.

A nivell pràctic, una objecció al cas és que, encara que es faci un plantejament d'accions a prendre, no es podran aplicar en aquest moment les decisions preses i observar les conseqüències que efectivament generen. Això és cert i succeeix freqüentment així en la formació relacionada amb l'àmbit de les ciències socials. Però, en qualsevol cas, l'aprenentatge esperat derivarà de la discussió de totes les idees que s'exposin i el contrast que es realitzi entre elles.

## 3. Plantejament d'un cas

Quan un autor es planteja escriure un cas no ho ha de fer pensant a enaltir una figura empresarial ni els assoliments de la seva gestió. És a dir, com un reconeixement a la labor realitzada. L'objectiu ha de ser exposar una situació que pugui donar motiu a un debat i és en aquest aspecte quan realment tindrà interès acadèmic.

Per tant, el primer requisit per a l'escriptura serà l'existència efectiva d'una situació empresarial en què s'hagi de decidir alguna cosa i existeixin diferents alternatives.

A més, ha de ser acadèmicament rellevant. D'una banda, serà necessari que es pugui utilitzar en un àmbit formatiu i d'altra banda que es pugui extreure algun ensenyament de tot això. És a dir, que la realitat es pugui relacionar amb un fons teòric de la gestió empresarial.

El redactor ha de ser capaç de destacar la singularitat d'aquesta situació. En l'actualitat ja existeixen milers de casos escrits, i poc s'aportarà si en un nou es planteja una situació empresarial molt semblant a una ja descrita amb anterioritat.

La realitat ajuda en aquest aspecte ja que sempre existeixen condicionants i fets que diferencien una empresa d'una altra, així com les situacions en les quals estan immerses.

Una vegada detectada l'empresa i situació a tractar, s'hauran de concretar els objectius acadèmics que es plantegen.

#### **4. Per què escriure un cas**

Els motius per escriure un cas són variats i de fet cada autor té uns diferents.

Entre d'altres, es pot prendre la decisió de redacció perquè es considera que hi ha un tema o empresa que haurien de ser estudiats, per l'aportació que han tingut en alguna faceta de l'àmbit empresarial.

També és freqüent que un autor, que tingui un contacte habitual amb la realitat empresarial, detecti una situació que consideri que mereix ser posada per escrit i posteriorment, discutida en un àmbit de formació.

Finalment, i de forma complementària als altres dos motius, l'autor pot estar guiat sobretot per un desig d'aprenentatge. Ja sigui per conèixer amb major profunditat una companyia, que es pot haver distingit per alguna cosa especialment, o tal vegada per entendre millor com està gestionada.

## **5. Entrant en matèria**

Una vegada tenim clara l'empresa i la situació a tractar, l'autor ha de ser capaç de concretar les possibilitats de transformació de tot aquest material en un cas.

### **5.1. La matèria a tractar**

L'autor ha de tenir clars els objectius acadèmics del cas. Bé és cert que pot existir una transversalitat que acabi implicant diferents matèries, però si aquesta és la situació que es dona, llavors s'haurà d'aconseguir concretar els punts que es considerin més rellevants. Si es fa un plantejament massa ampli, genèric, i que pretén abastar molts temes, és possible que acabi despistant més que formant a l'alumne.

És a dir, si anem a centrar-nos en un apartat de vendes, i volem tractar també la gestió del lideratge en aquesta empresa, haurem d'assumir que tant el formador com l'alumne disposen de temps suficient per a això; el primer per exposar la matèria i el segon per preparar-la adequadament.

En relació amb aquesta idea, cal tenir clar a quin nivell d'educació formativa es dirigeix el document. Els alumnes són diferents en un curs de Grau universitari que en un Màster. En el segon cas tenen normalment una experiència professional que els amplia la seva visió de la realitat empresarial i els acosta més, per les seves vivències personals, al que s'exposa en el cas. Tindran major capacitat de comprensió del problema plantejat i els plans d'acció que proposin seran més factibles i realitzables.

## 5.2. Tipus de casos

Quan parlem de cas no sempre fem referència al mateix concepte. És interessant doncs, distingir entre les diferents possibilitats que podem trobar.

D'una banda, un format concret seria el d'*Exercicis*. No es tractaria tant d'una descripció situacional sinó d'embolicar un exercici concret que s'ha de resoldre, en un context narratiu. En una matèria com a Finances seria un estil apropiat ja que es busca trobar una solució concreta i obtenir un aprenentatge determinat sobre un punt molt concret. Per dir-ho d'una altra manera, la discussió sobre la situació del cas està molt limitada i cenyida a la correcta realització de l'exercici proposat.

Parlem d'altra banda de *Casos Funcionals* quan es focalitza tot el document en una temàtica molt concreta que es vol conèixer (sector i situació). Està enfocat més a explicar, entendre i debatre sobre un àmbit empresarial concret o un concepte teòric que a comprendre totalment una situació.

En el cas del present article ens centrem en els anomenats *Casos Globals*. Popularitzats en el seu ús per escoles com Harvard Business School o IESE Business School. Com s'exposava abans, es tracta de descriure una situació complexa, amb diferents temàtiques i en la qual tenen cabuda diferents plantejaments i discussions. No es buscarà la solució única a la situació sinó el contrast de totes les plantejades.

Els *Incidents Crítics* són situacions de negoci concretes, focalitzades i que pretenen tenir un plantejament, gestió i discussió més breu. Un cas habitual és que existeixi una breu descripció i tan sol una pregunta per analitzar i debatre. Encara que mantenen un format de cas, són especialment atractius per a classes on no els puguin destinar molt temps.

*Casos de recerca* són els que estudien a fons una situació amb l'objectiu d'ampliar el coneixement en el marc d'un treball científic. Quan es realitza l'elecció de l'empresa es vol anar més enllà de plantejar una situació, i es busca una explicació més profunda de

l'empresa, les seves circumstàncies concretes, etc. No està pensat tant per generar una discussió sobre algun aspecte de la mateixa sinó per investigar de forma empírica.

### 5.3. L'empresa escollida

És molt recomanable que l'autor conegui l'empresa o que tingui la capacitat d'entendre-la correctament. L'entorn econòmic d'aquest moment, el sector en el seu conjunt i els competidors, entre altres aspectes, han de tenir-los suficientment clars aquells que hagin d'explicar-los i posar-los per escrit. L'autor ha de ser conscient de la seva capacitat de comprensió, així com també de les seves limitacions. Si per algun motiu no pogués entendre el model de negoci o la problemàtica que es deriva d'ella, rarament seria capaç d'explicar-la a un tercer.

Un aspecte clau en aquest sentit serà la voluntat de l'empresa de deixar-se analitzar. És a dir, ha de tenir interès a compartir la seva informació i que es pugui fer pública. Entendre que almenys serà així en l'àmbit acadèmic. Si no és així, de poc servirà l'esforç de l'autor.

Aquesta informació ha de posar-se a disposició de l'autor per part de l'empresa, és a dir, aquesta l'ha de facilitar. A més, el format ha de ser adaptable a un aula o que l'autor la pugui convertir per al seu ús acadèmic. Per exemple, les informacions excessivament tècniques són de difícil comprensió. No és aconsellable que els alumnes hagin de destinar bona part del seu temps a entendre la complexitat tècnica d'un negoci, sinó que ho han de destinar a discutir les possibles alternatives que existeixen al problema plantejat.

En aquest sentit, un pacte previ entre autor i empresa a l'inici del treball és altament recomanable. Indicant què es va a permetre publicar i en quina línia. Encara que sempre pot ser sotmès a negociacions posteriors, és interessant saber per endavant les possibilitats reals de publicació d'un document sobre el qual es va a treballar. Per exemple, si l'empresa creu que el document ha de servir de promoció i explicació dels seus assoliments al mercat o les virtuts de la seva eficient gestió, difícilment es podrà arribar a un acord ja que l'autor té un objectiu molt diferent.



#### 5.4. Què conté un cas

Si bé cada autor farà la redacció que consideri més apropiada, la veritat és que existeix una estructura bàsica que es va repetint en la gran majoria dels casos.

**Introducció i breu història de l'empresa:** Un cas sol iniciar-se amb la introducció. Pot ser el moment de reflexió on el directiu introdueix la seva preocupació o expressa quins són els seus dubtes sobre el que ha de fer en la situació plantejada. Sempre és important contextualitzar el cas. Per a això, és habitual explicar la història de la companyia, de manera que es faciliti a l'estudiant o lector una aproximació a ella. A manera d'exemple, una empresa familiar amb cent anys d'antiguitat tindrà una forma d'operar determinada, establerta en el temps, mentre que una start-up en ple procés de creixement i expansió serà freqüent que es trobi amb situacions noves per a ells en tot moment.

**Descripció general del sector i de la competència:** En aquest apartat es descriuen les principals característiques del sector en el qual opera l'empresa. També poden incloure's les principals oportunitats i amenaces.

**Descripció de la situació actual de l'empresa.** En línia amb l'anterior, s'ha d'explicar què fa la companyia, a què es dedica. Potser tingui un ampli ventall d'activitats i en aquest cas serà necessari focalitzar-se en aquella divisió del negoci sobre la qual es va a desenvolupar el cas.

**Aspectes clau a analitzar.** Haurà a la vegada dedicar-se un apartat al departament o persones que més directament implicades estiguin en l'assumpte que es tracti. En tots els casos, sempre hi ha una persona amb la qual s'ha de discutir un tema o que finalment serà l'encarregada de prendre la decisió. I això s'ha de poder contextualitzar. En aquest sentit, es pot fer una breu ressenya biogràfica dels principals implicats (explicar la seva edat, *background*, etc) o el que es consideri que té més interès per al cas.

Més enllà del que s'expliqui en el cas, és important la forma de redactar-ho. Perquè sigui eficaç, s'ha d'incloure suficient material per a l'anàlisi i la discussió, però de la mateixa forma a la vegada també s'ha d'incorporar una altra que no porti gens de contingut. Com una rèplica de la realitat, trobar-nos una situació on hàgim de distingir allò que és interessant del que no ho és, el rellevant de l'accessori. En la gestió empresarial, mai es presenta la informació de forma ordenada i clara per a la presa de les decisions.

**Qüestions a tractar.** En algunes ocasions, el cas pot incloure al final unes preguntes que l'estudiant ha de respondre i que s'utilitzen com a guió en la discussió en classe. Al final s'inclouen **annexos** amb informació necessària per analitzar el cas i també les **referències bibliogràfiques** utilitzades.

## NOTA PEDAGÒGICA

Els casos van acompanyats d'una **Nota Pedagògica** que és utilitzada com a guia per part dels professors que utilitzen el cas. La nota pedagògica sol tenir les parts següents:

- Sinopsi del cas.
- Públic objectiu: Indicar els destinataris del cas elaborat, ja siguin estudiants, de grau, postgrau, professionals del sector, etc.
- Objectius d'aprenentatge i temes clau.
- Forma d'ensenyament: Descriure com es pot utilitzar el cas en classe. Per exemple, suggerir preguntes obertes per fomentar el debat; oferir idees per al treball en grup; suggerir com l'aprenentatge pot consolidar-se en el final de la sessió el cas, i així successivament.
- Preguntes per al debat: Preguntes per promoure la discussió del cas en classe.
- Resposta de les preguntes plantejades pel cas.

- Antecedents del cas: Proporcionar referències a material complementari rellevant en el cas o altres relacionats. També pot proporcionar informació sobre “el que va passar després”, la qual cosa els estudiants solen estar bastant interessats a saber-ho.
- Multimèdia: Incloure possibles enllaços a clips de vídeo i àudio que siguin rellevants per al cas.

### 5.5. Obtenció de la informació

Potser el principal desafiament amb el qual es troba l'autor d'un cas és la recopilació de la informació que considera necessària per poder elaborar-ho.

Si estem davant una empresa molt coneguda o de la qual es pot obtenir molta informació en fonts públiques, això evita haver de demanar-la a l'empresa, la qual cosa ralenteix el procés (a més d'existir la possibilitat que no s'arribés a obtenir).

La informació més valuosa serà la que provingui de l'activitat diària de l'empresa. Aquella informació de gestió que sigui utilitzada en el dia a dia i, per tant, sigui un fidel reflex de l'activitat empresarial que efectivament s'està desenvolupant.

En ocasions, l'autor pot considerar necessari que l'empresa li elabori informació concreta per a ell, per aclarir o completar diferents punts. Això suposarà un esforç extra per als directius implicats, que hauran de dedicar al cas un major temps i esforç. Això generarà sens dubte un risc per a l'autor, en requerir dades addicionals que han de ser elaborades solament per l'interès en el seu document.

D'altra banda, és molt recomanable per part de l'autor, la visita presencial a les instal·lacions de l'empresa analitzada. Que vegi la forma de treballar dels empleats, l'organització o segons la matèria, el procés de producció que tenen. Tot això augmentarà la veracitat en la redacció del contingut.

## 5.6. Aspectes formals

De cara a la presentació del cas, seguidament es proporcionen algunes recomanacions (basades en les normes de la Central de Casos d'ACCID):

- A la primera pàgina figurarà el títol del cas i al peu d'aquesta primera pàgina constarà la frase: “Cas redactat per nom i afiliació de l'autor o autors. Any de redacció”.
- El text haurà de ser en lletra Times New Roman 12, amb un interlineat d'1,5 i els paràgrafs s'iniciaran sense sagnia. Els títols han d'estar tots alineats a l'esquerra.
- Les taules, gràfics o figures es diran figures i han de ser originals o indicar la font de procedència a més de portar un nombre d'ordre (per exemple, figura 1, figura 2...) i un títol que es posarà al peu de la figura. A causa dels problemes de composició, els autors no han de suposar que les figures aniran situades en el mateix lloc on apareix en l'original, per la qual cosa s'evitaran redaccions tal com 'en la figura que segueix...' o 'la figura de la pàgina 11... '. En el redactat, caldrà utilitzar la referència de la figura com per exemple, 'en la figura 2 es veu...'.  
• Les cites bibliogràfiques hauran d'aparèixer entre parèntesis, contenint indicacions sobre l'autor o autors, l'any de publicació i la pàgina o pàgines a les quals s'al·ludeix, per exemple: (Blake, 1992: 72-83), Blake (1992: 22) o (Blake et al., 1992: 72-83). Les paraules o frases que l'autor escrigui en un altre idioma hauran d'anar en lletra cursiva. Les referències bibliogràfiques aniran al final del treball sota el títol 'Referències Bibliogràfiques', ordenades alfabèticament per autors i d'acord amb els següents formats per a normes, articles, comunicacions a congressos i llibres respectivament:

BENJAMIN, J.J. y BRENNER, V.C. (1974) 'Perceptions of Journal Quality' The Accounting Review, April, 99360-362.

PINA, V., y TORRES, L. (1999) 'Análisis de la Información Externa, Financiera y de Gestión de las Administraciones Públicas', Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, Madrid.

## 5.7. Punts d'interès en la redacció dels casos

Existeixen uns usos generalment establerts en la redacció dels casos.

Les redaccions s'han de fer en passat. Els casos es plantegen per romandre en el temps com a recurs educatiu. I, per tant, lo que avui és actual, serà matèria del passat ben ràpid.

El llenguatge ha de ser l'apropiat per aconseguir fer intel·ligible una matèria en la qual molts dels lectors no estaran habituats a treballar. S'han d'evitar en la mesura del possible, els excessius tecnicismes que dificultin la comprensió del cas. L'autor s'ha de centrar en la decisió del negoci, no a explicar totes les particularitats d'un sector o negoci.

El cas ha de basar-se en fets, evitant formular opinions. Això és aplicable també al llenguatge, en la forma de redacció que s'usi, que ha d'evitar que el text tendeixi a defensar una opció per sobre d'una altra. L'autor, en aquest sentit, ha de ser capaç d'aportar una informació suficient perquè el participant es pugui generar la seva pròpia opinió.

En un cas han d'utilitzar-se tant dades quantitatives com a qualitatives. És a dir, els nombres estaran presents com l'estan en el dia a dia de totes les empreses, però a més també s'haurà d'explicar en quin context se situa l'empresa per entendre com li afecta en el seu negoci.

En alguns casos caldrà incloure explicacions tècniques suficients per comprendre tota la situació. Si no són excessivament complexes, solament unes indicacions, es pot utilitzar el mateix espai del cas. Si es requerís un coneixement més profund, habitualment s'acompanyarà el cas d'una nota tècnica que entri en els diferents aspectes teòrics que ajudin a entendre millor el que s'està explicant.

Una altra característica especial dels casos és que el redactat s'ha de fer de manera que no se centri tan sol en informació rellevant per a la presa de la decisió. És a dir, juntament amb idees i aspectes importants s'han d'incloure uns altres que, estant presents en el dia a dia del directiu, no tinguin importància. És el que es coneix, en aquest context, com a *soroll*, i que a la seva vegada afecta en realitat a qualsevol persona que ha de prendre una decisió.

Per tant, l'estudiant del cas ha de ser capaç de destriar entre allò que és més rellevant i el que ho és menys, amb la finalitat de poder treure conclusions més vàlides i idees més rellevants per al pla d'acció que vagi a defensar davant la resta de companys.

## 6. Webs d'interès

Existeixen algunes institucions que han desenvolupat diferent material al voltant del mètode del cas

- Repositori de casos ACCID
  - <http://www.accid.org/centraldecasos>
- Servei de publicacions d'IESE Business School
  - <http://www.iese.com>
- Servei de publicacions d'Harvard. Inclou material addicional per a ensenyar mitjançant el mètode del cas
  - <https://cb.hbsp.harvard.edu/cbmp/pages/home>
- Case Center. Institució dedicada al mètode del cas

- <http://www.thecasecentre.org>
- Blog del Director del Case Center Institute
  - <https://richardmccracken.wordpress.com/2016/03/07/case-conversion/>
- Associacions relacionades amb el mètode del cas
  - <https://www.sfcr.org>
  - <https://www.nacra.net>

## 7. Informació sobre l'autor

Jordi Carrillo i Pujol és llicenciat en Dret per la Universitat Pompeu Fabra i en Ciències Polítiques per la UOC. Va cursar un Màster en Assessoria Fiscal en 1998 en I.C.A.D.I (Madrid) i un Executive MBA en IESE Business School (2009). Té un Doctorat en Administració i direcció d'empreses – Especialitat Màrqueting per la Universitat Politècnica de Catalunya.

A nivell professional ha desenvolupat gairebé tota la carrera en el sector financer. En tasques executives, comercials i d'anàlisi. Entre altres entitats ha treballat en Banc Popular, Bankinter (Espanya) i Morabanc (Principat d'Andorra). Actualment és CEO de l'empresa Licuos, dedicada a la gestió de pagaments entre empreses.

A nivell acadèmic ha col·laborat durant diferents anys a l'escola de negocis IESE Business School. Elaborant casos de negoci i notes tècniques de diferents matèries. Des de 2011 és Consultor a la UOC en el Treball de Final de Grau d'ADE (Plans d'empresa). I des de 2013 també és Consultor de la mateixa matèria en l'Executive MBA. Així mateix col·labora amb altres institucions acadèmiques i de formació executiva.

## DOCUMENTS TÈCNICS

- Preparant els pressupostos 2017 de l'empresa (ACCID-CECOT)
- Programari gratuït interactiu dels Ràtios Sectorials 2014 (Luis Muñiz)
- RÀTIOS SECTORIALS 2014 Comptes anuals (balanç i comptes de resultats) de 166 sectors. 25 ràtios per cada sector (ACCID-UPF-BSM-CGE-ICJCE)
- Memòria normal
- Introducció a la filosofia del marge. Claus de la gestió del marge per maximitzar beneficis (Comissió de Comptabilitat de Gestió)
- Plantilla Memòria Pimes 2016
- Plantilla Memòria Abreujada 2016
- Determinación de las pérdidas computables para la reducción obligatoria de capital y para la disolución por pérdidas (BOICAC N°102 de 2015: Consulta 5) (Comissió Comptabilitat-Fiscalitat)
- Relació de consultes ateses el 2015 (ACCID)
- Codi d'Ètica per a Professionals de la Comptabilitat (versió catalana per: ACCID-CCJCC)
- L'obligació de conservació de la documentació comptable i els seus efectes sobre la normativa fiscal (Comissió Comptabilitat-Fiscalitat)
- Comentari tècnic sobre consulta ICAC Tractament comptable dels costos d'urbanització i del dret de superfície (BOICAC N°102/2015 Consulta 4)
- 10 errors clau en la negociació bancària (Joan Anton Ros Guasch)
- Comentario técnico sobre consulta ICAC. Fecha de efectos contables en un proceso de fusión entre sociedades de un grupo (BOICAC N°102/2015 Consulta 2). (Comisión Contabilidad-Fiscalidad)
- La nova normativa Comptable dels ens públics locals (Josep Viñas-Comissió Comptabilitat Pública)
- Tancament Comptable i fiscal per a les pimes - Revisió febrer 2016 (Manuel Rejón)
- Projecte de modificació del PGC PIMES i del PGC de 2007, de les Normes de Formulació de Comptes Consolidats de 2010 i del PGC d'entitats sense finalitats lucratives de 2011 (Comissió comptabilitat ACCID-CEC)
- Mejoras a introducir en la cuenta de pérdidas y ganancias (Subcomisión 2ª)
- Comentarios a la nueva ley del impuesto sobre sociedades y al proyecto de reglamento del impuesto sobre sociedades (Com. Comptabilitat i Fiscalitat)
- Anàlisi canvis règim econòmic de la nova Llei de Cooperatives de Catalunya (Com. Cooperatives)
- El despacho de nueva generación (Oriol López Villena)
- Aspectes clau del perfil emprenedor global (Ferran Lemus)
- Principales novedades de la Ley de Sociedades de Capital (Departamento Técnico del Col·legi de Censors Jurats de Comptes de Catalunya)
- Cierre contable fiscal para las Pymes (Manuel Rejón)



- La factura electrònica: una realitat de les administracions (Comisi3n OSI-comisi3n conjunta CEC-ACCID)
- La fase final de migraci3n a SEPA (Pere Brachfield)
- Efectos contables de la Ley de apoyo a los emprendedores (Ley 14/2013 de 27 de septiembre) (Anselm Constans)
- Impuesto sobre el valor a~nado. Criterios de caja: Aspectos relevantes y contabilizaci3n (Gemma Palet y Jos3 Manuel Lizanda)
- El control presupuestario en las empresas editoriales (Nati S3nchez Aznar)
- El cuadro de mando: soporte de sistema de indicadores (Luis Mu~niz)
- Capital humano: un intangible relevante durante la crisis (Joan Anton Ros Guasch)
- El ABC del Credit Manager (Joan Anton Ros Guasch)
- El nuevo impuesto sobre sociedades (Comisi3n Relaciones Contabilidad-Fiscalidad)
- Nuevas tablas de amortizaci3n (Jordi Baqu3s)

Per a consultar els documents relacionats [clica aqu3](#)

## DOCUMENTS DE RECERCA

- Treball Final de Grau (TFG). Guia per a l'elaboraci3n (Daniel Ferrer)
- Perspectives de la ciutadania de la RS corporativa de les empreses a Catalunya (F.Marimon i M.Alonso)
- An3lisi de les relacions indirectes i les variables d'entorn en la cadena de valor del Quadre de Comandament Integral (Josep Llach Pag3s)
- Detecting Accounting Fraud – The Case of Let's Gowex SA (Elena Helbig)
- Un altre finan~ament per a les empreses Cooperatives (Montserrat Sagarra)
- El m3todo de estudio de casos en la investigaci3n emp3rica en contabilidad (Maria J.Masanet Llodr3)
- Associaci3n de Comptables de Catalunya (1924-1940) (Marc Amat)
- An3lisis de las modificaciones estatutarias para adaptar el r3gimen de reembolso del capital social a las normas contables de las Cooperativas (Yolanda Montegut, Joan Josep Gonz3lez, Joseba Polanco y Ramon Bastida)
- Investigaci3n en contabilidad en Catalu~na: Diagn3stico de la situaci3n actual y perspectivas (Soledad Moya, Diego Prior y Gonzalo Rodr3guez)
- Efectes econ3mics de la primera aplicaci3n de les normes Comptables de les Cooperatives adaptades a la NIC 32 i la CINIIF 2 (Ramon Bastida i Llu3s Carreras)
- Los indicadores no financieros como herramienta para la gesti3n de la empresa: an3lisis emp3rico en PYMES (Jordi Perramon)
- Efectos de la aplicaci3n de las NIIF en el coste de capital de las empresas espa~olas (David Castillo Merino, Carlota Men3ndez Plans y Neus Orgaz Guerrero)

- Anàlisi de la inversió empresarial catalana en China (Ana Beatriz Hernández)
- Indicadores de responsabilidad social de las organizaciones del ámbito de trabajo (Montserrat Llobet Abizanda)
- Percepciones de las cooperativas catalanas auditadas sobre el proceso de implementación de la NIC 32 en el capital social (Comisión Contabilidad de las Cooperativas)
- Aplicación de herramientas de la contabilidad de gestión en la administración local (Josep Viñas y Pilar Curós)
- Grado de Implantación del USALI en el sector hotelero de Cataluña (Lucia Clara Banchieri y Fernando Campa)
- El Impacto de la transición al nuevo PGC de las grandes empresas catalanas (M.Àngels Fitó, Francesc Gómez, Soledad Moya)
- El grado de implantación del CMI en las empresas catalanas (Lucía Clara Banchieri y Fernando Campa)

Per a consultar els documents relacionats [clica aquí](#)



**Associació Catalana de Comptabilitat i Direcció**  
Edifici Col·legi d'Economistes de Catalunya 4a. Planta, Barcelona  
Tel. 93 416 16 04 extensió 2019  
[info@accid.org](mailto:info@accid.org)  
[www.accid.org](http://www.accid.org)  
[@AssociacioACCID](#)