

Pròleg

En un llibre de management s'han de donar diverses condicions perquè sigui d'interès. En primer lloc, ha de tractar un tema rellevant. En segon lloc, ha d'aportar elements nous que ajudin a entendre millor la temàtica tractada o ha d'aportar propostes que siguin d'utilitat. Finalment, ha d'estar redactat en un llenguatge atractiu per a la lectura.

Pel que fa a la rellevància del tema tractat en aquest llibre, podem recordar que la comptabilitat té diversos objectius, i entre ells en podem destacar l'obtenció d'informació útil per a conèixer la situació de l'empresa; i també informació rellevant per a la presa de decisions. Per això, la comptabilitat ha d'aportar dades fiables. Però fa molts anys que s'estan identificant diversos problemes, com el de la insuficient fiabilitat que tenen sovint moltes de les dades comptables. També és un problema pendent de resoldre la manca de correspondència entre els comptes anuals i la realitat de les empreses. Això afecta essencialment la manca de correspondència entre els valors comptables i els valors de mercat de molts actius, com poden ser sobretot bona part dels immobilitzats. En el cas de les empreses que utilitzen les Normes Internacionals d'Informació Financera ja queda resolt el problema de les plusvàlues en els immobles, ja que tenen l'opció de comptabilitzar-los a valor de mercat.

Però queda pendent de resoldre's la valoració dels intangibles generats internament. Es tracta d'elements relacionats amb les persones, les xarxes de clients, les marques, la capçalera en un mitjà de comunicació o el planter en una entitat esportiva, per exemple. Aquests elements no es tenen en compte en la comptabilitat financera. Com diu encertadament en Salvador Guasch en el llibre, la ciència econòmica no estudia prou la realitat empresarial en tots els seus aspectes quantitius i qualitius.

És veritat que s'ha avançat força en la mesura d'aquells intangibles generats internament sobre els quals es poden fer estimacions raonables dels fluxos de caixa que poden produir, ja que hi han metodologies ben establertes per a fer-ne una valoració. Estem parlant d'intangibles com les marques, les carteres de clients i similars. En principi, els mètodes més acceptats calculen el valor actual dels fluxos futurs que s'estima que poden generar els intangibles. De tota manera, aquests càlculs no apareixen normalment reflectits en els comptes de la comptabilitat financera.

En canvi, hi ha d'altres intangibles que afecten l'equip humà, l'estructura organitzacional i l'estructura relacional en què s'ha avançat molt menys, sobretot per la seva dificultat en mesurar l'impacte econòmic. Aquest és un terreny que és d'un gran valor estratègic per a qualsevol organització. És un tema de gran rellevància i, per això, és un gran encert

la temàtica que aborda el llibre. Sens dubte, cal molta recerca a fi d'aconseguir una mica més de llum que ajudi a mesurar millor. Com es reconeix sovint, el que no es mesura no existeix o si anem una mica més lluny, el que no es mesura no es pot gestionar.

Com apuntava al principi, també cal que el llibre aportï elements nous i propostes útils. Aquesta condició també es compleix, ja que en Salvador Guasch compta amb una sòlida formació humanista i econòmica; i una experiència interdisciplinària i també una perspectiva molt internacional. Entre moltes iniciatives, ha liderat el Fòrum de Gestió Integral i la comissió d'Intangibles de l'ACCID, entitat de què n'és un dels socis fundadors. Això li permet aportar una visió integral de l'empresa, on els elements intangibles treballen conjuntament amb els tangibles. Com diu en el llibre: la intangibilitat és la dimensió de les coses invisibles, que no es poden comptar amb unitats monetàries però que per tal d'aconseguir els objectius proposats en cal fer gestió per la seva importància estratègica. No és fàcil mesurar l'intangible. Fer-ho de forma objectiva és impossible. Però cal mesurar-lo i gestionar-lo. Entre les grans aportacions del llibre cal destacar, en primer lloc, la sistematització en la classificació dels intangibles. I, en segon lloc, la proposta d'unitats de valor per a la mesura dels intangibles.

Finalment, en un llibre de management és important que la redacció sigui amena. Això també s'ha aconseguit en aquest llibre, ja que s'equilibra molt bé el rigor de les anàlisis i propostes amb la claredat expositiva. En definitiva, estem davant d'una aportació necessària i que pot ajudar a crear i desenvolupar empreses millors, més humanes i més sostenibles. Poques persones estan tan autoritzades com en Salvador Guasch per a escriure un llibre com aquest.

Oriol Amat
Catedràtic de la Universitat Pompeu Fabra