

### Algumas Notas Importantes

Os ativos intangíveis respondem por uma parcela significativa do valor de uma empresa, ainda que várias delas não os lancem em seus balanços. Seja para efeito de ativação patrimonial nas demonstrações financeiras, ou instrumento de avaliação estratégica nas análises de gestão ou investimentos, as corporações mundiais estão mais conscientes da importância desses ativos e da necessidade de avaliá-los.

Existe uma infinidade de ativos intangíveis que podem ter seu valor monetário apurado. Os mais conhecidos são capital intelectual, marcas, direitos autorais, patentes, franquias, domínios de internet, copyrights e softwares. Há também bens ou direitos como propriedades intelectuais que igualmente possuem valor, mas cuja aplicação como ativos das empresas ainda se encontra em fase restrita de uso, como slogans ou personagens de animação. Investimento profissional, conhecimento, experiência dos colaboradores, investimento em leitura técnica possuem, da mesma forma, valor no âmbito do capital intelectual.<sup>1</sup>

Segundo alguns pesquisadores, são ativos tão fundamentais para a corporação como os clientes. “No entanto, você só pode registrar um ativo intangível se ocorrer uma combinação de negócios, como fusão, cisão, uma incorporação ou aquisição de controle acionário de uma empresa”, tratando-se de norma internacional, já que é muito subjetiva a mensuração deste valor.

Por enquanto, ainda se faz um modelo no qual se avalia a empresa como um todo, e então, por diferença entre os tangíveis, mais fáceis de avaliar, se encontra o valor dos intangíveis, ou seja, um valor residual. A diferença entre os ativos é conhecida como goodwill. A maioria dos países contabiliza o goodwill como um ativo sujeito à amortização ou baixa seu valor diretamente contra o patrimônio líquido. Neste caso, os países apenas estabelecem que a amortização deva ser baseada no critério de vida econômica útil do ativo.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Observa-se, entretanto, o crescimento de empresas que tratam o assunto como instrumento de avaliação estratégica nas análises de gestão ou investimentos, as corporações mundiais estão se tornando mais conscientes da importância desses ativos e da necessidade de avaliá-los.

<sup>2</sup> O intangível é registrado quando é adquirido, e não desenvolvido. “O mundo ainda não está preparado para a incorporação dos intangíveis”. Um período máximo de amortização é utilizado em poucos casos, variando entre cinco anos no Japão, dez anos no Brasil, 20 anos na Austrália e 40 anos no Canadá.

Pesquisas indicam que o interesse de reconhecimento patrimonial pelos ativos intangíveis vem crescendo desde meados do século 19, principalmente em função da garantia de proteção legal a esses bens.

O mais antigo desses ativos é a proteção dos direitos de invenção e criação de autores, inventores, fabricantes e comerciantes. O direito exclusivo de proibir a cópia de uma peça de literatura, ou um trabalho de arte e música, é hoje universalmente reconhecido como uma propriedade que tem valor monetário indiscutível. Estudos mais recentes propõem a medição e ativação patrimonial da inteligência das pessoas que integram determinadas organizações. A noção exata de uso do ativo, muitas vezes, supera a análise da forma - metodologia - que foi aplicada na avaliação do bem.<sup>3</sup>

Em 1996 foi realizada a reforma na legislação de propriedade industrial brasileira, que regula direito e obrigações referentes a marcas e patentes. Definiu-se também que o capital intelectual, ou o conhecimento, é identificado na área empresarial pelo desenvolvimento de produtos e também em contratos de exclusividade.

Para evidenciar o valor intangível da marca, por exemplo, os peritos utilizam uma fórmula matemática, desenvolvida pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Segundo Boeira, uma marca pode ser avaliada por três aspectos, geralmente. Pelo custo, ou seja, o que foi investido para desenvolvê-la, pela abordagem de mercado, na qual o próprio mercado estipula o valor da marca e também através da renda, que leva em conta o lucro gerado pela marca.

No entanto, conforme o especialista, nunca deverá existir uma fórmula genérica para investigar os ativos intangíveis, uma vez que cada empresa tem uma gama diferente de ativos, que varia muito. O levantamento pode ser feito através de um laudo pericial. “Desde uma associação de bairro, até uma multinacional, em todo o lugar existem intangíveis”, salienta. Ele cita também o ser humano, ao exemplificar que, quando alguém contrata um funcionário, faz isso baseado nas experiências profissionais e na formação do candidato.

Em algumas corporações, o valor intrínseco da marca vale 90% do patrimônio da empresa. É o caso também de empresas americanas de internet que, sem praticamente nenhuma estrutura física, possuem marcas valiosíssimas. Ele ressalta que, atualmente, o contador está inserido no processo de avaliações dos intangíveis, mas, no entanto, os empresários não são obrigados a realizar levantamentos de seus

---

<sup>3</sup> Existem estudos que apontam que 50% das mercadorias compradas em supermercados são vendidas devido à força de sua marca. “O consumidor vai direto ao produto desejado porque se identifica com a marca e é fiel à ela”.

bens intangíveis. Acabam fazendo devido a necessidades que envolvem expansão através de franquias ou de cedência de direitos de uso da marca.

Segundo a Comissão de Valores Mobiliários (CVM), os ativos materiais no Brasil são, geralmente, considerados como ativos intangíveis que, no inciso V do artigo 179 da lei societária, são definidos como “as aplicações de recursos que contribuirão para a formação do resultado de mais de um exercício social, (...)”. O pronunciamento NPC nº VII do Ibracon estabelece a condição para a ativação desses gastos, geralmente direitos vinculados ao destino da entidade, e a sua recuperabilidade, ou seja, o seu vínculo com receitas a serem obtidas em períodos futuros. Caso isso não seja possível, o referido pronunciamento determina que “os montantes ativados deverão ser imediatamente amortizados na sua totalidade”.

O pronunciamento internacional IAS 38 define um ativo intangível como “um ativo não monetário identificável sem substância física, mantido para uso na produção do fornecimento de bens ou serviços, para ser alugado a terceiros, ou para fins administrativos”. Condiciona essa denominação à definição geral de ativos, ou seja, “(a) um ativo é controlado por uma empresa como resultado de eventos passados e, (b) do qual se espera que sejam gerados benefícios econômicos futuros para a entidade”.

Na mesma direção, gastos genéricos e não específicos relacionados ao funcionamento geral da empresa não devem, por esta razão, ser capitalizados porque não são custos relacionados especificamente a um ativo qualificável. Como exemplo de gastos genéricos que não devem ser capitalizados, pode ser citado à ativação de gastos com a chamada de capital, ou seja, operação de subscrição (underwriting), para o lançamento de novas ações ao público.

Esses gastos, tipicamente compostos com a elaboração de prospectos, relatórios, honorários profissionais, publicações legais, publicidade, comissão dos intermediários financeiros, devem ser reconhecidos como despesa no resultado do exercício em que elas são incorridas, já que não existe uma clara vinculação com um ativo qualificável e com resultados futuros.

Tanto as normas brasileiras quanto as internacionais reconhecem o ativo intangível, desde que seja provável a geração de receitas incrementais futuras decorrentes da existência desses ativos. Essa, entretanto, não é a posição dos pronunciamentos americanos que, no SFAS nº 2 – Custos de Pesquisa e Desenvolvimento em Contabilidade, determinam que os gastos com pesquisa e desenvolvimento – P&D – seja apropriado ao resultado como despesa, o que obriga as empresas brasileiras listadas nas bolsas americanas a evidenciar essa divergência.

No caso de uma empresa em fase pré-operacional, analistas afirmam que, na ausência de indicação de perda de substância econômica do respectivo projeto e mantida as premissas do plano de negócios que levou a companhia aberta a iniciá-lo, tais despesas, segundo eles, deveriam ser ativadas.

Isto está fundamentado na premissa de que referido plano de negócios já contemplou que as receitas a serem obtidas, durante certo período de tempo, estarão inequivocamente vinculadas àquele esforço (sacrifício) inicial materializado pelos dispêndios ocorridos.

Além disso, pode-se afirmar também que estas receitas, quando realizadas, serão incrementais, ou seja, capazes de aumentar a capacidade de geração de receitas, além de serem específicas à condição do ativo, como nos casos de gastos com a partida (start-up) e pré-operacionais, que não podem ser capitalizados, a menos que sejam necessários para trazer o ativo para as condições de trabalho.

Para o reconhecimento e contabilização de um ativo intangível, o IAS 38 condiciona à exigência de preencher a definição de um ativo intangível e a possibilidade de estimar o custo desse ativo com segurança. Além disso, a entidade deve avaliar a probabilidade da geração de benefícios econômicos futuros por esses ativos "que representem a melhor estimativa da administração em relação ao conjunto de condições econômicas que existirão durante a vida útil do ativo".