

TEMA: ATIVO INTANGÍVEL: UM FATOR COMPETITIVO ENTRE AS EMPRESAS

*Andréa Alves Silveira Monteiro
Fabiano Simões Coelho*

Alunos do Programa de Mestrado em Ciências Contábeis na UERJ

1 INTRODUÇÃO

A cada semana ocorrem em média 200 fusões e aquisições em todo o mundo.

Segundo uma reportagem recente da Revista *Você S/A*, no ano passado, as fusões e aquisições movimentaram, no mundo, algo em torno de 2,4 trilhões de dólares.

Os mercados nacional e internacional acreditam que o movimento de fusões e aquisições vai continuar crescendo. Para os investidores já não basta a aquisição isolada de Ativos Tangíveis. Atualmente, uma empresa tem sua avaliação respaldada em sua marca, sua reputação, sua carteira de clientes e outros fatos abstratos que resultam em forte competição no mercado e em um potencial de lucros futuros acima do esperado. Neste ambiente, a Contabilidade tem como desafio o tratamento a ser dado aos Ativos Intangíveis.

O uso de informações contábeis é importante, mas insuficiente, para avaliar uma empresa. Todos os dias empresas são compradas e vendidas, por valores absolutamente distintos daqueles existentes no seu Patrimônio Líquido. Ações de empresas, em toda parte do mundo, são negociadas nas Bolsas de Mercados por valores distintos daqueles existentes nas Demonstrações Contábeis. Empresas, com prejuízos acumulados, são valorizadas por milhões de dólares. Empresas que nem sequer fisicamente

existem, valem milhões. Porque ocorre esta diferença? O que representa o valor pago por um empreendimento?

Como exemplo, podemos citar a incorporação da indústria de alimentos KRAFT (queijos, sorvetes, etc.) pela Philip Morris, uma negociação de 10 bilhões de dólares, quando a contabilidade registrava um patrimônio físico no valor de 1 bilhão de dólares; a diferença de 9 bilhões foi associada a Ativos Intangíveis. Outro caso foi quando a UNILEVER, em 1997, comprou a KIBON. Apesar da negociação ter atingindo a importância de 930 milhões de dólares, seu patrimônio físico estava contabilizado por menos de 30% deste valor.

Conforme citado pelo professor Alfred Rappaport de Northwestern:

À medida que nos transformamos numa sociedade cada vez mais informação-intensiva, o patrimônio contábil dos acionistas está se distanciando cada vez mais da maneira pela qual o mercado avalia uma empresa⁹.

Esta citação não causa espanto, eis que nos deparamos todos os dias com as empresas virtuais na Internet, com os valores estratosféricos alcançados em bolsas pelas grandes marcas, com milhões de dólares sendo

⁹ NORTHWESTERN, Alfred Rappaport de.

negociados em licenciamento de programas, franquias de atletas e softwares. Sim, cada vez mais nosso mundo é intangível.

2 ATIVO INTANGÍVEL

2.1 Conceito e Reconhecimento

Segundo Hendriksen¹⁰, os Ativos Intangíveis surgem com a aquisição de direitos e serviços.

Ativos Intangíveis são direitos ou recursos incorpóreos que se presume representar uma vantagem para a posição de uma sociedade no mercado, gerando benefícios econômicos futuros prováveis e obtidos ou controlados por dada entidade, em consequência de transações ou eventos passados. Tais Ativos incluem, como exemplos, Direitos Autorais, Patentes, Marcas, Fundo de Comércio, Programas de Computador, Licenças, Locações, Franquias, Permissões de Exploração e Permissões de Importação e Exportação

Um Ativo Intangível, para ser reconhecido, deverá atender às mesmas condições de um Ativo Tangível, a saber:

- corresponder a uma definição apropriada;
- ser mensurável;
- ser relevante; e
- ser preciso.

2.2 Ativos Intangíveis Não Reconhecidos

A Ciência Contábil admite dois tipos de Ativos Intangíveis: (a) os Identificáveis e (b) os Não Identificáveis.

Os Ativos tornam-se identificáveis quando estão associados a uma descrição objetiva. Em contrário, o Ativo Não Identificável indica, especificamente, que não é possível definir com clareza sua origem.

O Ativo Intangível Não Identificável mais conhecido é o *Goodwill*.

2.2.1 O Goodwill

Atualmente, vários conceitos são associados ao termo *Goodwill*:

(a) Para o Dictionary of Accounting Terms, *Goodwill* é:

O valor do nome e da reputação de uma empresa, da sua relação com os clientes e outros fatos intangíveis que resultem e que resolvem um potencial de lucros futuros acima do esperado.

(b) Para Monobe:

Goodwill não é um Ativo independente como um Ativo tangível qualquer, que pode ser vendido ou trocado. Ao contrário, trata-se de um valor ligado à continuidade da empresa, representando o excesso do valor dos seus Ativos combinados, sobre a soma dos seus valores individuais.¹¹

Em um processo de avaliação de uma empresa no mercado, todos os esforços são realizados para que toda a diferença entre o valor contábil da empresa e o seu valor de mercado sejam alocados e identificados, em seus Ativos Intangíveis mais apropriados. No entanto, ainda assim, uma empresa poderá ser negociada por valor superior àquele avaliado, gerando um resíduo (não identificado); esta diferença é que representa o *Goodwill*. Logo, podemos conceituar o termo *Goodwill*, objetivamente, como:

O resíduo positivo entre o valor de mercado e o valor identificável de uma empresa.

Em síntese, por ser um valor residual, o *Goodwill* só é explicitamente determinado no efetivo momento da compra da empresa. quando é, então, chamado de *Goodwill Comprado*.

¹⁰ HENDRIKSEN E VAN BREDA. *Teoria da Contabilidade*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999, p. 401

¹¹ MONOBE, Massanori. Contribuição à mensuração e contabilização do *Goodwill* não adquirido. Tese de Doutorado, FEA-USP, São Paulo, 1986

Empresas e acionistas, no mundo inteiro, admitem a existência e a importância deste Ativo Intangível, porém, os procedimentos contábeis ainda estão longe de um consenso.

Segundo o Professor Eliseu Martins, em sua Tese de Doutorado em 1972, os primeiros estudos sobre o termo *Goodwill*

datam de 1891; no entanto, ainda há muitas dúvidas e controvérsias sobre sua natureza, conceito, mensuração e amortização.

Segundo Ana Cristina França de Souza, atualmente, existem correntes a favor e contra a contabilização de toda a natureza dos Ativos Intangíveis.

Figura 1 – Comparação entre os argumentos favoráveis e os contrários à contabilização dos Ativos Intangíveis

Correntes a favor	Correntes contra
As empresas estão sendo vendidas cada vez menos pelos Ativos tangíveis;	Por princípio, o custo corrigido histórico é a base de valor para relatórios financeiros e contábeis;
Necessidade de transformar o balanço em ferramenta gerencial;	Os balanços não têm função de medir valor, mas sim o mercado;
O acompanhamento dos valores de Ativos intangíveis contabilizados orienta e justifica os investimentos de longo prazo;	Duas empresas idênticas se mostrariam diferentes;
Contabilidade vem do século 19 e ignora a modernidade e complexidade das empresas atuais.	Processos de avaliação ainda subjetivos.

Fonte: os autores

2.2.2 Avaliação dos Ativos Intangíveis Não Identificáveis (*Goodwill*)

Não há dúvidas de que o grande problema dos Ativos Intangíveis Não Identificáveis é a subjetividade da avaliação. Este aspecto tem recebido atenção especial. Hendriksen e Van Breda¹² afirmam que há três enfoques principais no que se refere à avaliação do *Goodwill*.

- Por meio da avaliação de atitudes favoráveis em relação à empresa;
- Por meio do valor presente da diferença positiva entre lucros futuros esperados e o retorno considerado normal sobre o investimento total, não incluindo *Goodwill*;

- Por meio de uma conta geral de avaliação da diferença entre o valor da empresa em sua totalidade e as avaliações de seus Ativos líquidos tangíveis e intangíveis individuais.

Cada um desses enfoques pode ser explicitados da forma abaixo.

Avaliação de Atitudes Favoráveis em Relação à Empresa - Acredita-se que, quando o preço de compra de uma empresa em funcionamento supera a soma dos valores de todos os Ativos individuais, exceto o *Goodwill*, a empresa esteja obtendo resultados das práticas de boa gestão e de privilégios monopolísticos dos proprietários anteriores.

O Valor Presente de Lucros Superiores - Pressupõe que o *Goodwill* represente lucros futuros, esperados acima daquilo que poderia ser considerado retorno normal. Por exemplo, uma empresa com um valor contábil líquido de

¹² HENDRIKSEN E VAN BREDA. Ob. Cit., p. 392

\$240.000,00. Seu lucro líquido anual é de \$60.000,00. Isto representa um retorno de 25% sobre o investimento. Se a taxa normal no mercado é de 10%, um lucro de \$60.000,00 significa que os Ativos realmente valem \$600.000,00. O excedente, de 15%, em relação à taxa normal de retorno, é atribuível a Ativos intangíveis. Em outras palavras, os intangíveis valem \$360.000,00. Se atribuíssemos \$240.000,00 aos Ativos identificáveis, o *Goodwill* valeria a diferença, ou seja, \$120.000,00.

Goodwill como Conta Geral de Avaliação – Pressupõe que a empresa teria uma conta de fechamento (no Ativo com contrapartida no Patrimônio Líquido). Qualquer valor que persista sem ser alocado é registrado como *Goodwill*. Quanto mais Ativos forem identificados, menor será o resíduo de *Goodwill*. No limite, o *Goodwill* desaparecerá, sendo substituído por Ativos tangíveis e intangíveis identificados.

2.2.3 Avaliação do "Goodwill Negativo" ou "Badwill"

Segundo Hendriksen¹³, apesar de raro, uma empresa pode valer menos no mercado que o seu valor Patrimonial.

Pois, se a empresa valesse em conjunto menos do que seus Ativos separadamente, os proprietários anteriores certamente os teriam vendido separadamente e não em conjunto.

O APB 17 sugere que, quando o custo de uma empresa adquirida é inferior à soma dos valores de mercado, a diferença deve ser tratada como redução dos valores dos Ativos Não Circulantes. Somente se persistir uma diferença não aplicável, é que será divulgado um *Goodwill* Negativo ou *Badwill*. Fato considerado relativamente incomum.

A conclusão é a de que o *Goodwill* Negativo, é simplesmente o reverso do *Goodwill* Positivo. O valor dos Ativos Identificáveis não deve ser reduzido porque esse é seu valor justo.

2.2.4 Ativos Intangíveis contabilizados como despesas

É notório verificar, nas Demonstrações Contábeis das empresas, que a capitalização de certos valores fica suprimida pelo tratamento dado como despesas a operações que, de várias formas, estariam caracterizadas como Ativos. Casos em que, conforme o FASB, os custos podem representar direitos a serviços não realizados, a serem recebidos de outras entidades. Por exemplo, os custos de propaganda podem estar associados a uma série de anúncios a serem publicados, em revistas de circulação nacional, em períodos futuros. Tais custos assemelham-se a seguros, ou aluguéis pagos antecipadamente.

A seguir reproduzimos um quadro¹⁴ que apresenta Ativos Intangíveis conhecidos e outros tratados, mais usualmente, como despesas:

¹³ HENDRIKSEN E VAN BREDA. Ob. Cit., pág. 393

¹⁴ HENDRIKSEN E VAN BREDA. Ob. Cit., pág. 389

Figura 2 – Ativos Intangíveis

INTANGÍVEIS TRADICIONAIS	TRATADOS COMO DESPESAS
Nomes dos Produtos	Propaganda e Promoção
Direitos de Autoria	Adiantamentos a Autores
Compromissos de não concorrer	Custos de Desenvolvimento de Software
Franquias	Custos de emissão de títulos de dívida
Interesses Futuros	Custos Judiciais
<i>Goodwill</i>	Pesquisa de Marketing
Licenças	Custos de Organização
Direitos de Operação	Custos Pré-Operacionais
Patentes	Custos de Mudança
Matrizes de Gravação	Reparos
Processos Secretos	Custos de pesquisa e desenvolvimento
Marcas de Comércio	Custos de Instalação
Marcas de Produtos	Custos de Treinamento

Fonte: os autores

Algumas pessoas argumentam que os intangíveis possuem diversas características específicas que os distinguem de Ativos Tangíveis, o que exige que os Intangíveis sejam tratados diferentemente dos Tangíveis. Três dessas supostas características¹⁵ diferenciadoras seriam:

- (a) inexistência de usos alternativos
- (b) falta de separabilidade;
- (c) incerteza de realização.

Embora estas características estejam inerentes a alguns Intangíveis, existem exceções.

Como usos alternativos temos, como exemplo, a marca dos tênis NIKE. Nestes últimos anos, ela tem sido explorada em fins diferentes da venda de tênis. A maior parte de renda não advém da venda dos tênis mas, sim, da comercialização do nome NIKE em diversos artigos esportivos - bolas, camisetas, raquetes, tênis e outros.

A separabilidade significa a capacidade de separar o Ativo Intangível dos Ativos Físicos de empresas. Um caso clássico é o Direito de Autoria e Patentes que podem ser comprados ou vendidos separadamente dos recursos físicos da empresa. Uma indústria

química pode, perfeitamente, negociar a patente de um remédio, sem que tenha que vender a empresa ou sua marca juntamente.

A incerteza de realização também não ocorre com todos os Intangíveis. A questão da realização da receita está mais associada à identificação do intangível, do que à incerteza. Se compararmos duas empresas de Auditoria, por exemplo: a primeira não aplica nenhum tipo de treinamento em seus funcionários e não incentiva a educação continuada; a segunda tem treinamento de qualidade contínuo na empresa, seus funcionários fazem benchmarking e estão constantemente aprendendo. A segunda tem maior possibilidade de crescimento. Logo, é sensato capitalizarmos o custo de educação e treinamento, uma vez que contribui para trazer benefícios futuros a empresa.

3 MÉTODOS DE AVALIAÇÃO DE UMA EMPRESA?

As metodologias de avaliação incluem: Abordagem de Mercado, Abordagem dos Métodos de Custos (custo histórico ou custo de reposição) e Abordagem da Renda.

A Abordagem da Renda está diretamente associada ao conceito de Ativo.

¹⁵ HENDRIKSEN E VAN BREDA. Ob. Cit., pág. 389

Define o valor do Ativo como sendo o valor atual dos benefícios futuros que resultam do seu direito de propriedade. O método da renda é utilizado quando o valor do Ativo intangível não está associado, diretamente, ao custo de reposição, mas à sua capacidade de gerar rendas futuras a seus proprietários. Dentre as técnicas mais comuns temos:

- a) Fluxo de Caixa dos Royalties - O valor do Ativo é igual ao valor presente do fluxo de caixa descontado, gerado pelo pagamento de Royalties, derivado de determinado Ativo pelo cliente (caso da NIKE). É muito utilizado para marcas famosas e franquias.
- b) Fluxo de Caixa de Over Pricing - O valor do Ativo é igual ao valor presente do fluxo de caixa descontado, gerado pela parcela de acréscimo de preço de venda de produtos, acima dos valores médios praticados pelo mercado.
- c) Fluxo de Caixa Incremental de Maior Lucratividade - O valor do Ativo é igual ao valor presente do fluxo de caixa descontado, oriundo da criação de lucro pelo Ativo ou tecnologia, gerado por maior lucratividade do que a média setorial.

4 CONCLUSÃO

A avaliação global de uma empresa ou negócio reflete todos os Ativos nele contidos. Por esta abordagem, o valor do Ativo é, então, o valor presente dos fluxos de caixa futuros da empresa ou da linha de negócio, considerados os Ativos tangíveis e intangíveis.

Em uma avaliação empresarial, todos os Ativos intangíveis identificáveis são alocados, para que possam chegar a um valor de mercado.

Apesar da análise das informações existentes, a empresa ainda poderá estar sendo negociada por valor acima ou abaixo do avaliado. Este resíduo, quando positivo, é chamado de Ativos Intangíveis Não Identificados, sendo o mais conhecido o *Goodwill*. Ainda poderá ocorrer que os valores individuais dos Ativos sejam superiores à sua avaliação em conjunto; neste caso, trata-se do *Goodwill* Negativo. Objetivamente, pela complexidade de avaliação, o *Goodwill* é evidenciado pela ocasião efetiva da compra de uma empresa.

Muitos estudos vêm sendo realizados em torno da intangibilidade dos Ativos; muito ainda há por fazer nesta busca de metodologias e instrumentos que possam gerar informações mais apropriadas para o mundo dos negócios virtuais.

BIBLIOGRAFIA

- HENDRIKSEN, Eldon S., VAN BRENDA, Michael F. *Teoria da contabilidade*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. *Teoria da contabilidade*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- MARTINS, Eliseu. *Uma Contribuição ao Estudo do Ativo Intangível*. Tese de Doutorado, FEA-USP, São Paulo, 1972.
- MONOBE, Massanori. *Contribuição à mensuração e contabilização do Goodwill não adquirido*. Tese de Doutorado, FEA-USP, São Paulo, 1986.
- SOUZA, Ana Cristina França de. Avaliação de propriedade intelectual e Ativos Intangíveis. *Revista ABPI*, n.º 39, mar./abr., 1999.