

A Necessidade de Demonstrar o Valor dos Ativos Intangíveis

Bruno Venezia Barreto*

RESUMO

O principal objetivo desse artigo é mostrar a necessidade de mensurar e demonstrar o valor do seu Ativo Intangível afinal, *Edvinsson e Malone* já previam isso quando escreveram em seu livro, *O Capital Intelectual*, “Descobrir o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos” ou então quando exclamou “O Capital Intelectual está para se tornar um dos tópicos mais candentes no mundo dos negócios...”. Para isso, é necessário comentar sobre algumas mudanças ocorridas na Contabilidade ao longo do tempo, bem como contextualizar as funções, objetivos e aplicações da Contabilidade sobre o aspecto gerencial, relatar os conceitos de Ativo Intangível, já existentes, e condensar informações sobre um importante diferencial competitivo para as organizações.

A Contabilidade

A Contabilidade teve seu surgimento a mais de 20.000 anos. Antes mesmo de o homem viver em comunidade, a necessidade de registro individualizado já existia. Para controlar seu patrimônio, utilizava-se de técnicas de pinturas em cavernas, representação em forma de sulcos em ossos e depois a escrituração em tábuas de argila. Somente com os Egípcios, por meio da descoberta do papiro, iniciou a utilização do papel como recurso de registro e demonstração das variações da riqueza.

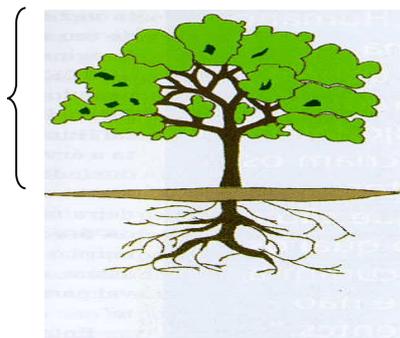
Desenvolveu-se a partir da evolução da Humanidade e vem ao longo do tempo, acompanhando a evolução das sociedades. Por isso, demonstra características de uma ciência social, sofre mudanças sociais, políticas e econômicas para poder, melhor atender os diversos usuários da informação contábil.

Está evoluindo muito para identificar, mensurar, registrar e reportar os eventos relevantes envolvidos no desenvolvimento das atividades de uma empresa, fornecendo fundamentos para uma tomada de decisão segura e precisa.

Foi capaz de fornecer, em cada fase da história, a informação adequada de acordo com a necessidade dos usuários, considerando a quantidade e qualidade permitida pela relevância da informação.

A Contabilidade normalmente fornece informações anteriormente tangíveis, como por exemplo: compras, vendas, pagamentos, recebimentos, movimentos patrimoniais, lucros ou prejuízos, etc. Em outras palavras, bens, direitos, obrigações e patrimônio tangível da empresa, como mostramos a seguir:

INFORMAÇÕES TANGÍVEIS
DEMONSTRADAS, ATÉ
ENTÃO, PELA
CONTABILIDADE



EMPRESA COM
FINALIDADE COMUM,
ONDE TODOS OS SETORES
TRABALHAM PARA GERAR
RECOMPENSAS – FRUTOS –
SOBREVIVER.

De acordo com a American Accounting Association Committee Report 1966, A Statement of Basic Accounting – ASOBAT, a “Contabilidade é o processo de identificação, mensuração e comunicação de informações econômicas que permitam que seus usuários possam, através destas, fazer julgamentos e tomar decisões.”.

Já de acordo com a IPECAF – Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuárias e Financeiras, e incorporada ao conjunto de pronunciamentos do Instituto Brasileiro de Contabilidade – IBRACON, em 22 de novembro de 1985, é “...Um sistema de informação e avaliação destinada a prover seus usuários com demonstrações e análises de natureza econômica, financeira e de produtividade, com relação à entidade (,) objeto de contabilização.”.

Principais Objetivos da Contabilidade

Diante de inúmeros pontos de vista existentes, a Contabilidade pode abranger várias áreas mas, sempre com um mesmo sentido: prover os usuários com informações úteis, atualizadas, concretas, certas,... ou seja, demonstrar seu poder informativo e preditivo. Isso pode ser visto com mais clareza quando analisamos os seguintes conceitos encontrados na Deliberação CVM, nº29 de 5-2-86 e em Hendriksen (1971: 104-105), respectivamente “O objetivo principal da Contabilidade, portanto, é o de permitir, a cada grupo principal de usuários, a avaliação da situação econômica e financeira da entidade, no sentido estático, bem como fazer inferência sobre suas tendências futuras.” e “O objetivo da Contabilidade é fornecer um conjunto de relatórios(relatórios) financeiros para usuários indeterminados com relação à riqueza, ou relações econômicas da empresa.”.

É necessária a compreensão de outros conceitos, como os tipos de usuários da informação contábil. De acordo com Iudícibus et alii (1995:43-44) “... os usuários da Contabilidade estão divididos em vários grupos: sócios; acionistas e proprietários de quotas societárias de maneira geral; administradores; diretores e executivos dos mais variados escalões; bancos; capitalistas e emprestadores de dinheiro; governo; e pessoas físicas de uma maneira em geral”.

É importante manter a obediência aos Princípios da Contabilidade como sugerem Hendriksen e Breda (1999:79) “Na verdade, esses princípios pressupõem a existência de todo o conjunto de fundamentos que formam o corpo da continuidade: pressupõem débitos e créditos, balanços e demonstrações de resultado e assim por diante.” Esses mesmos princípios determinam que a informação contábil será relevante para o usuário se ela for oportuna, possuí valor preditivo e valor como feedback, assim como deve ser disponibilizada em tempo hábil à tomada de decisões.

Ativos Intangíveis – Capital Intelectual

A aplicação do conhecimento vem influenciando arduamente na mensuração do valor das organizações, pois ao atribuir valor à utilização desses recursos e somar este valor ao valor tecnológico disponível e empregado no ambiente competitivo, geram valores intangíveis à organização.

Foi o conjunto dessas informações que deu origem ao termo Ativo Intangível. A partir do seu aparecimento, tornou-se necessário um novo estudo sobre novas formas de avaliação do valor “Intangível” a ser agregado as empresas.

De acordo com Hendriksen & Breda (1999:91) a Contabilidade deve cumprir seu papel de acordo com seus objetivos “...o desenvolvimento da contabilidade foi estimulada pelas mudanças tecnológicas que foram, pelo menos, tão dramáticas quanto à da nossa época.”.

Antônio Lopes de Sá disse, em seu artigo Ativo Intangível e Potencialidades dos Capitais, que “O patrimônio imaterial das empresas é um resultado do aumento de funções do próprio capital material e dos agentes que sobre o mesmo atuam para dinamiza-lo e aumentar-lhe a capacidade de utilidade ou eficácia...”.

Segundo Vincenzo Masi em *Statica Patrimoniale* (p.2) “- O capital da empresa não representa apenas um agregado de elementos autônomos, variáveis por acréscimo ou redução, mas, sim, manifesta-se como um complexo econômico determinado em função não somente dos seus elementos

constitutivos, mas, também, das relações que são de natureza complementar e que se agregam às funções instrumentais.”.

O Ativo Intangível, Incorpóreo ou Ativo Invisível são bens imateriais, intocáveis que passaram a ter importância a partir das fusões e incorporações ocorridas na Europa e nos Estados Unidos da América.

No Brasil, o início da importância da mensuração do Ativo Intangível surgiu com aquisição da Kibon pela Unilever em outubro de 1997. A grande inovação foi em decorrência do valor pago pela Unilever, valor que representava 333% do valor do Patrimônio da Kibon na época. Entende-se que essa diferença paga, entre o valor do Patrimônio e o valor da venda, foi devido à “marca” e o “potencial da empresa”.

Entre outros exemplos conhecidos estão a compra da Lótus pela IBM e a super valorização, feita pelo mercado, da Netscape ao abrir seu capital.

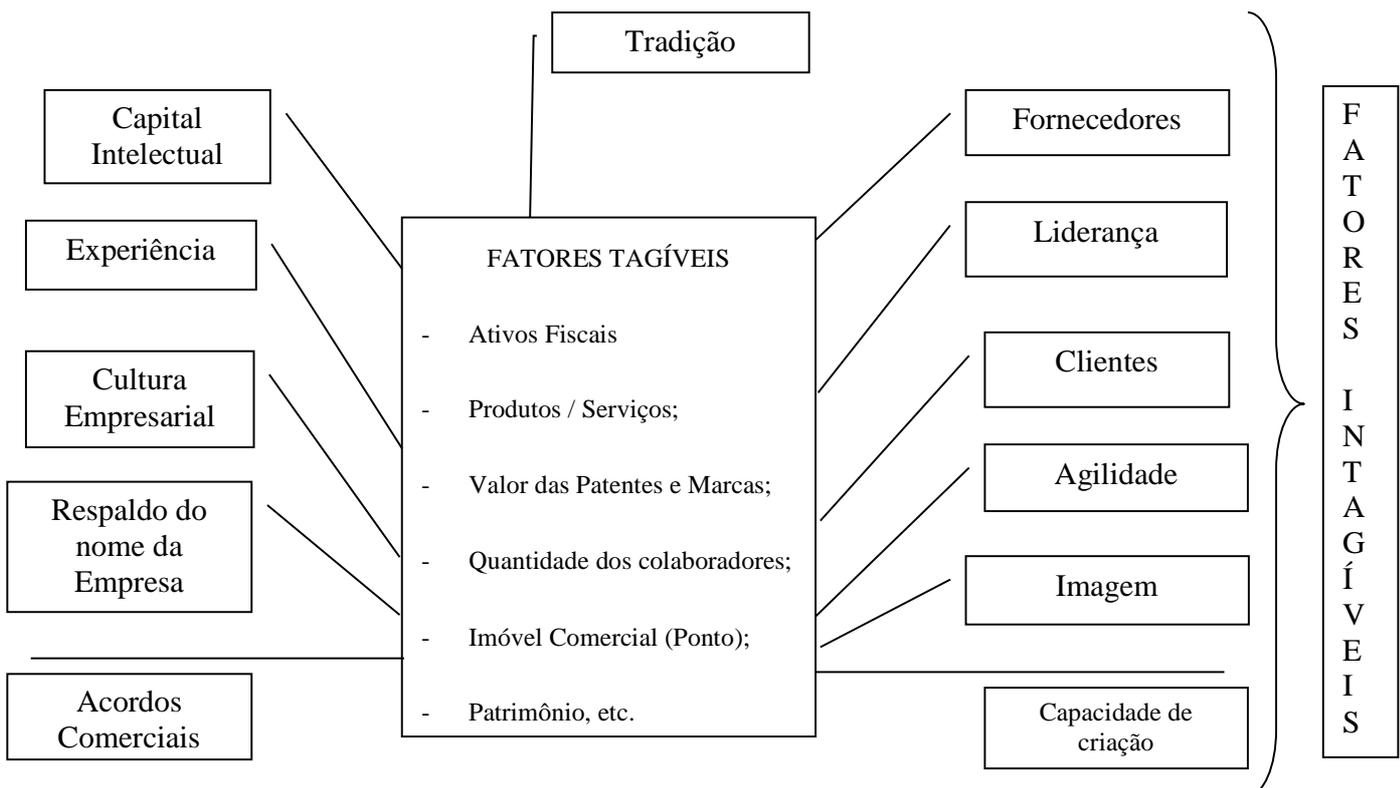
Para ressaltar essa diferença entre o valor da venda e o valor patrimonial das empresas, criou-se o termo Goodwill, que é um tipo de ágio. Um valor agregado à empresa devido ao seu potencial no mercado, sua imagem, seus clientes, sua reputação, seu nome, produtos, marcas e patentes, direitos autorais, etc. Ou então, como disse Eliseu Martins em sua tese para doutorado da FEA/USP “O Goodwill tem sido genericamente aceito como o fruto de existência de diversos fatores que a Contabilidade não aceita formalmente como elemento do Ativo, que sejam eles a organização interna da empresa, o bom relacionamento com os empregados, a condição monopolística, a localização da firma, ou outros quaisquer.”

Como, também, já foi definido por Leif Edvinsson e Michael S. Malone no livro *Capital Intelectual*, Goodwill é “...Capital não financeiro que representa a lacuna oculta entre o valor de mercado e o contábil.”, “...Goodwill são valores idênticos num determinado momento,(...) a visão do Goodwill é temporal e limitada, enquanto que a de Capital Intelectual é progressiva em constante renovação.” E até quando afirma que é “A posse do conhecimento, experiência aplicada, tecnologia

organizacional, relacionamento com clientes e habilidades profissionais que proporcionem a empresa vantagem competitiva no mercado.”

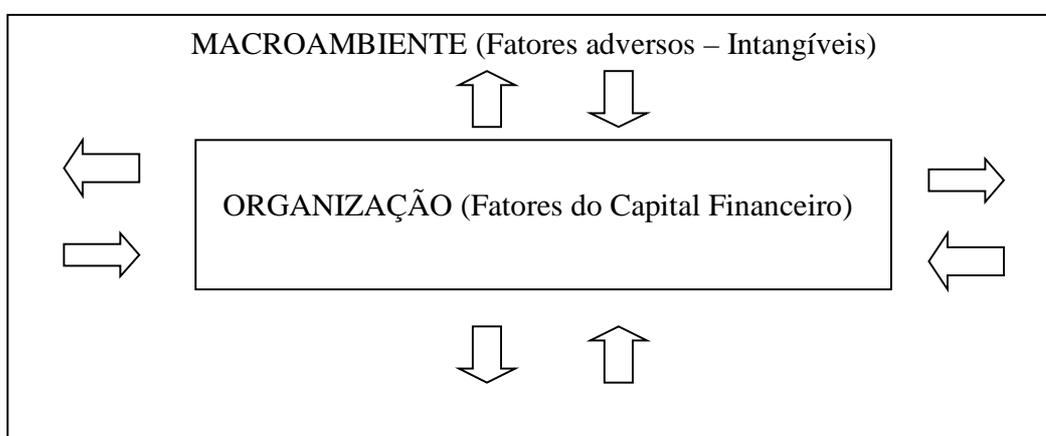
Muitas pesquisas já realizadas mostram a necessidade de se aprofundar mais neste tema tão pouco estudado e divulgado. Karl E. Sveiby diz que “...gestão do conhecimento não é um nome muito feliz para prática de agregar valor a informação...”(HSM Management, 22 setembro-outubro,2000,p.52) e como disse Antônio Lopes de Sá “...Segundo a visão neopatrimonialista, não se trata essencialmente de um maior valor do capital, mas, sim, de uma função maior da riqueza sob a ação de relações basicamente ambientais e que se pode mensurar quando se procura traduzir tais elementos em valores.”, ou até a interpretação de Leif Edvinsson e Michael S. Malone ao separar o conhecido Ativo Intangível em “capital humano”, “capital estrutural”, “capital de inovação”, “capital de processos” e “capital de clientes” (presente na Contabilidade, já a muito tempo, como Goodwill) (Capital Intelectual, p.31-33).

Todos os fatores, externos, do gráfico abaixo são imateriais porém, influenciam na utilização do capital. Todos esses itens influem no aumento da funcionalidade da empresa, podendo interferir no resultado, na liquidez, economicamente, produtivamente,... ou seja, esses fatores Intangíveis influenciam no valor tangível da empresa, gerando um ágio do valor Patrimonial da entidade.



A Contabilidade, como sistema de informação, deve ser a principal responsável pelo registro e divulgação dos resultados dessa nova realidade.

O valor Patrimonial da empresa, também, pode ser alterado em função de especulações sobre as intenções que esta possui. Conclui-se que os efeitos destas intenções merecem receber tratamento contábil com finalidade de demonstrar o potencial intelectual à disposição da entidade.



Com o intuito de mensurar este potencial o grupo Skandia, quarto maior grupo financeiro do mundo, atuando na área de prestação de serviço financeiro e de seguros, é também o maior grupo da Escandinávia, desenvolveu um modelo para mensurar o Capital Intelectual “...capital intelectual, justificado com a razão da diferença entre o valor de mercado e o valor das ações patrimoniais das empresas...”

A Contabilidade e o Ativo Intangível

Mediante esses fatos, percebe-se a ineficácia das demonstrações obrigatórias, exigidas pela lei 6.404/76 das Sociedades por Ações, que não evidenciam a realidade da empresa. Logo, a avaliação do patrimônio feita pela Contabilidade, não expressa com veracidade a situação de muitas entidades.

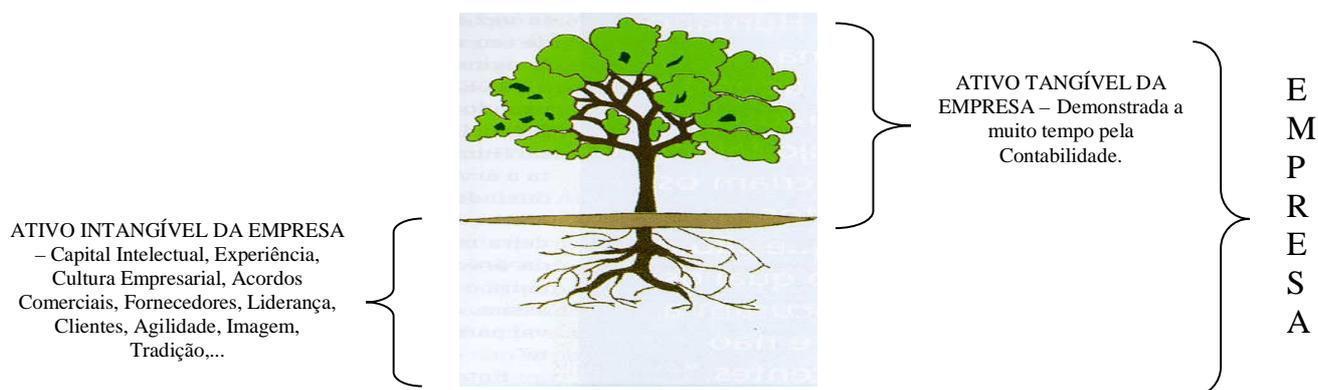
A Contabilidade vem medindo o acúmulo e a concentração de capital de uma empresa baseada em custos. Esse modelo tradicional não é aplicável em uma empresa baseada no conhecimento, pois seus custos são em grande parte Intangíveis.

Os Profissionais, da área de Contabilidade, cientes destas limitações, têm recebido novas influências, obtendo conceitos, metodologias e modelos que aperfeiçoam o papel informativo da Contabilidade.

Este é o grande desafio da Contabilidade nos dias de hoje: demonstrar a natureza dinâmica e Intangível da criação de valor das novas empresas.

Conclusão

A crescente necessidade de avaliar, medir e usufruir, da melhor maneira possível, do potencial da empresa, gera a necessidade de medir monetariamente esse Ativo Intangível.



É fundamental a conscientização, por parte de todos os estudantes e profissionais de Contabilidade, da necessidade de se mensurar os impactos causados pela avaliação dos Ativos Intangíveis no momento em que ocorre o registro da diferença entre o valor contábil da empresa e o valor de mercado (Goodwill).

Dentro desses pontos referenciados, a Contabilidade, no exercício da sua função, pode monitorar adequadamente o processo de geração do valor real da empresa.

As empresas têm de se ajustar a uma nova realidade, onde seu capital intelectual, a dedicação de seus funcionários, clientes, fornecedores, marcas e suas capacidades de criar e inovar precisam ser mensurados, como disse Karl E. Sveiby em uma entrevista realizada na Management setembro-outubro de 2000 “...partindo da premissa de que o conhecimento é o recurso mais valioso, podemos afirmar que, (...), cada indivíduo tem capacidade infinita de criar, de inovar...”(p.68) ou então, como disse Louise Wah em outra entrevista a HSM Management “...a gestão do conhecimento não é mais uma moda de eficiência operacional. Faz parte da estratégia empresarial...”(p.52), ou até mesmo, como disse Stewart, 1998 “...O Capital Intelectual é a soma do conhecimento de todos em uma empresa, o que lhe proporciona vantagem competitiva(...) – o Capital Intelectual é Intangível. Isso nos leva a compreender que medir, entender e usar esse Ativo é a base de uma empresa consolidada e bem estruturada para competição no mercado.

Os Ativos Intangíveis têm assumido lugar de destaque na atualidade, principalmente com o crescimento da “Nova Economia”, no qual o conhecimento passa a ser o principal fator de diferenciação das organizações. Em função disso, cresce a necessidade de se buscar uma avaliação adequada dos Intangíveis como ferramenta gerencial, no intuito de possibilitar condições mais realistas para o seu gerenciamento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

6.1. Referência a livros:

6.1.1. ROSSETTI, José Paschoal. **Contabilidade Social**, 7ª edição, Ed. Atlas, 1995;

6.1.2. PADOVEZE, Clóvis Luís. **Um enfoque em sistema de informação contábil**. Ed. Atlas, 3ª edição, 2000;

6.1.3. EDVISSON, Leif. MALONE, Michael S.. **Capital Intelectual**. Ed. Makron Books, 1998;

6.1.4. KAPLAN, Robert S.. NORTON, David P. **A estratégia em ação – Balanço Scorecard**. Ed Campus, 9ª edição, 1997;

6.1.5. MAIS, Vincenzo – **Stática Patrimoniale**, volumes I e II, 3ª edição, CEDAM: Pádua, 1945;

6.1.6. KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balanço Social: teoria e prática**. São Paulo; Atlas, 2000;

6.1.7. STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas**. 2ª ed., Rio de Janeiro: Editora Campus, 1998;

6.1.8. IUDÍCIBUS, Sérgio. **Teoria da Contabilidade**, ed. Atlas, 5ª ed., São Paulo – SP, 1997.

6.2. **Referência a trabalhos e documentos não- publicados:**

6.2.1. MUNIZ, Cristiano Libertador, NEDER, Elias Jorge Neto. **Balanço Social**. Salvador – UNIFACS, 1998;

6.2.2. MARTINS, Eliseu. **Balancos Sociais, Tópicos contemporâneos de Contabilidades**. FEA/USP, SP, 1992;

6.2.3. TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social, uma abordagem Socioeconômica da Contabilidade**. Dissertação – Departamento de Contabilidade Atuaria da FEA/USP, SP, 1984;

6.2.4. DIEHL, C.A. **Proposta de um sistema de avaliação de Custos Intangíveis**. Porto Alegre, 1997. Dissertação (Mestrado) – UFRGS;

6.2.5. MARTINS, Eliseu. **Contribuição a avaliação do Ativo Intangível**. São Paulo, 1972, (Tese - Doutorado). FEA/USP, p. 78;

6.2.6. TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balço Social: uma abordagem sócioeconômica da Contabilidade**. Dissertação de mestrado, faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo: USP, 1984.

6.3. **Referência a artigos de revistas:**

6.3.1. STRAIOTO, Dilza Maria Goulart Tredezini. A Contabilidade e os ativos que agregam vantagens superiores e sustentáveis de competitividade – O capital intelectual. **Revista Brasileira de Contabilidade**, nº124, p.33-41, 2000;

6.3.2. MUSSOLINI, Luis Fernando. A função Social da Contabilidade. **Revista Brasileira de Contabilidade**, nº 4, p.21-24, 1999.

6.4. **Referências eletrônicas:**

6.4.1. SÁ, Antonio Lopes de. Valores imateriais, www.lopesdesa.com.br, março de 2000;

6.4.2. SÁ, Antonio Lopes de. Conhecimento como capital, www.lopesdesa.com.br, julho de 2000.