

## ATIVO INTAGÍVEL SOB A ÓTICA DE AGREGAR VALOR EMPRESARIAL

LIMA, Mariluci Nuglisch<sup>1</sup>; PORTELLA, Charlise da S.<sup>2</sup>; TRETER; Jaciara<sup>3</sup>

**Palavras - chaves:** Ativo Intangível. Valor Agregado.

### Introdução

Diante do cenário globalizado, a contabilidade como ciência social sentiu necessidade em modificar as regras contábeis. Neste propósito, a lei 11638/07, promulgada em 28 de dezembro de 2007 entrou em vigor em primeiro de janeiro de 2008, alterando e introduzindo novos dispositivos a lei das sociedades por ações (lei nº 6404/76). Em consequência, muitas mudanças aconteceram, estudos e treinamentos foram necessários para os profissionais acompanharem o entendimento da nova legislação.

A Lei 11.638/07 veio tornar as normas contábeis brasileiras mais próximas das normas contábeis internacionais, emitidas pelo Conselho de Normas Internacionais de Contabilidade - IASB (*International Accounting Standards Board*).

Uma das mudanças ocorridas foi a criação de um novo grupo de contas denominado de Intangível, distribuído entre o imobilizado e o diferido no balanço patrimonial. Este subgrupo abriga os bens que não possuem existência física, porém com finalidade em contemplar direitos que tenham como objeto bens incorpóreos, destinados à manutenção das empresas ou exercidos com essa finalidade, inclusive o fundo do comércio contraído.

Com este desígnio, o atual estudo tem como objetivo clarificar o conceito de ativo intangível e destacar a importância de divulgação deste ativo como forma de agregação de valor as empresas.

### Metodologia e/ou Material e Métodos

Os aspectos metodológicos utilizados no presente estudo; no que se refere aos seus objetivos, define-se como descritivo, que segundo Gil (2002), visa a descrição das características de

---

<sup>1</sup> UNICRUZ - Bolsista PIBIC 2011 e acadêmica do Curso Ciências Contábeis. E-mail: marilucinlima@ig.com.br

<sup>2</sup> Universidade de Cruz Alta. Pós-graduanda em Mba em Gestão Estratégica em Finanças . E-mail: charliseportella@yahoo.com.br

<sup>3</sup> UNICRUZ - Orientadora M. SC. E-mail: jacitreter@ig.com.br

determinada população ou fenômeno ou ainda, o estabelecimento de relações entre variáveis. Desta forma, explica-se o conceito de ativo intangível e a importância da divulgação deste, como forma de agregação de valor para as empresas.

O presente estudo considera-se do ponto de vista da abordagem do problema, como qualitativo e, do ponto de vista dos procedimentos técnicos, como bibliográfico. De acordo com Marconi e Lakatos (2004), a pesquisa qualitativa analisa e interpreta aspectos mais profundos, descrevendo a complexidades do comportamento humano.

Segundo Gil (2002) a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em materiais já elaborados, principalmente livros e artigos científicos. Neste sentido, os dados deste estudo foram coletados através de livros e de *sites* pesquisados na Internet, com a finalidade de atender o objetivo proposto.

## **Resultados e Discussões**

No período atual, as empresas estão preocupadas em demonstrar uma imagem de prosperidade e longevidade no mercado. Para tanto, uma importante ferramenta é a sua evidenciação.

Tendo em vista a concorrência instigada, esta ação tem sido considerada como vantagem competitiva, pelas mudanças nos perfis das empresas. Hoje o mundo corporativo precisa demonstrar também suas tendências em agregar valor futuro.

Sendo assim, há uma necessidade em divulgar os ativos intangíveis, sendo aqueles mantidos para beneficiar a empresa pela sua permanência nela, mas são imateriais. Como exemplo, tem-se: patentes, marcas, direitos autorais, direitos de concessão, direitos de exploração, carteiras de clientes adquiridas de terceiros (IUDÍCIBUS, 2000).

Entretanto, o ativo intangível desenvolvido internamente, é reconhecido na contabilidade se for provável que provoque benefícios econômicos futuros para a sociedade e se o seu custo puder ser fixado de forma confiável (BRAGA e ALMEIDA, 2008). Como exemplo é possível utilizar investimentos em projetos que venham proporcionar redução de impactos ambientais, atraindo investimentos.

Segundo o IAS 38 *Intangible Assets* o custo de um ativo intangível obtido, compreende seu preço de compra acrescentado dos direitos de importação e os impostos sobre as compras, não reembolsáveis, depois de deduzidos, os descontos e abatimentos, além de qualquer custo aplicado a sua preparação para uso.

Os ativos intangíveis são classificados na contabilização como vida definida (existe um período limitado de benefícios econômicos para a sociedade) e como vida indefinida (não existe um limite previsível para o período em que se espera que o 'ativo gere benefícios econômicos para a sociedade), (BRAGA e ALMEIDA, 2008).

Contudo, é notória que a importância que os ativos intangíveis vêm ganhando nos últimos tempos é justificável, tendo em vista que as organizações e os negócios estão se redefinindo em termos de formatos e meios de transações comerciais (MEDEIROS et al, 2011). Exemplos disso seriam: o grau de satisfação dos clientes, o grau de qualificação profissional do pessoal da empresa, a qualidade do serviço de pós-venda, a rapidez com a qual a empresa responde aos desafios do mercado etc.

Ressalta-se nesse sentido, que as normas internacionais de contabilidade abordam as práticas contábeis para ativos intangíveis através do IAS 38 *Intangible Assets*. Sendo que, dentre os principais pontos abordados neste diagnóstico, encontram-se a avaliação e reconhecimento desses ativos, bem como, enfatiza sua divulgação em notas explicativas.

É neste sentido que Kayo et al (2011) ressalta a seriedade em entender os ativos intangíveis e como gerenciá-los, de forma a criar e manter o valor econômico das empresas. Um pleno conhecimento das características da empresa, no que se refere aos seus ativos intangíveis, pode contribuir sobremaneira para a adoção de estratégias que visem maximizar o seu valor econômico.

Ainda para Medeiros et al (2011) o valor financeiro de uma empresa deve ser medido por todos os ativos que agreguem valores a ela e aí estão incluídos os intangíveis, que vem, ganhando mais força e passando a merecer o destaque que atualmente detém.

Logo, para os estudiosos, a investigação sobre os Ativos Intangíveis é de extrema importância dada a crescente e acentuada participação no valor agregado às empresas. Os acionistas, investidores, credores, entre outros, podem ser informados também através da divulgação de ativos intangíveis, quanto à posição da empresa sobre investimentos relacionados a marcas, patentes, capital humano, projetos ambientais etc.

## **Conclusão**

Nos últimos tempos, a grande valorização das empresas, tem sido associada ao fato de estas possuírem recursos que lhes garantem vantagens competitivas que possibilite sua evolução em longo prazo. Estes recursos constituem-se por muitas vezes em ativo intangíveis, que auxiliam as

empresas a terem maiores retornos financeiras, em consequência criando e aumentando seu valor econômico.

Outro fato que merece destaque é a necessidade, de divulgação de informações para ampliar o *disclosure* do ativo intangível, podendo ocasionar reflexos em análises de empresas, pelos seus analistas e investidores, acarretar em ganhos na negociação de ações, entre outros.

Entende-se, portanto que o valor econômico de uma empresa é decorrência da soma dos seus ativos tangíveis e intangíveis. A valorização de empresas que se utilizam profundamente dos ativos intangíveis tem mostrado a crescente manutenção de suas vantagens competitivas e, conseqüentemente, do seu crescimento financeiro.

Conclui-se ainda, que a Contabilidade é a ciência dos interesses financeiros, pois explana aos usuários como está o desempenho da empresa e o patrimônio dos seus investidores, ministrando aos seus diversos usuários informações transparentes e seguras.

## Referências

BRAGA, Hugo Rocha; ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti; **Mudanças contábeis na lei societária: Lei nº 11.638, de 28/12/2007** / São Paulo: Atlas, 2008.

BRASIL, Banco Central do. **Diagnóstico IAS 38 Intangible Assets**. Disponível em <http://www.bcb.gov.br/ias38> Acesso em 19/07/2011 às 19:35 hs.

GIL, Antonio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

IUDICÍBUS, Sérgio. **Teoria da Contabilidade** – 6. Ed. – São Paulo: Atlas, 2000.

KAYO, Eduardo Kazuo; et al; **Ativo Intangíveis, Ciclo de Vida e Criação de Valor**; disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rac/v10n3/a05v10n3.pdf> acesso em 21 de agosto de 2011, às 22:56.

MARCONI, Marina A.; LAKATOS, Eva M. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2004.

MEDEIROS, Cristiano; et al ; **Capital Intelectual – A importância do ativo Intangível** – Disponível em: <http://intertemas.unitoledo.br/revista/index.php/ETIC/article/viewFile/946/926> acesso em 21 de agosto de 2011 às 21:43.