

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
COORDENADORIA DE MONOGRAFIA**

DANIELA JUSTIN GONÇALVES

**ATIVOS INTANGÍVEIS: uma contribuição ao cálculo do
goodwill de uma empresa de telecomunicações**

**Florianópolis
2003**

DANIELA JUSTIN GONÇALVES

**ATIVOS INTANGÍVEIS: uma contribuição ao cálculo do
goodwill de uma empresa de telecomunicações**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Departamento de Ciências Contábeis, do Centro Sócio-Econômico, da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Nivaldo João dos Santos, M.Sc.

**Florianópolis
2003**

DANIELA JUSTIN GONÇALVES

**ATIVOS INTANGÍVEIS: uma contribuição ao cálculo do
goodwill de uma empresa de telecomunicações**

Esta monografia foi apresentada como Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota média _____, atribuída pela banca examinadora integrada pelos professores abaixo mencionados.

Florianópolis, Fevereiro de 2004.

Prof. Luiz Felipe Ferreira, M.Sc.

Coordenador de Monografia do Departamento de Ciências Contábeis

Professores que compuseram a banca examinadora:

Prof. Nivaldo João dos Santos, M.Sc.

Presidente

Prof. Altair Borgert, Dr.

Membro

Prof. Guilherme Júlio da Silva, M.Sc.

Membro

Aos meus pais, Evarno e Delci, por me ensinarem que o amor é o mais grandioso dos sentimentos, e ao meu namorado, Rodrigo, por todo o carinho e respeito.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela vida e por ter me guiado pelo caminho do bem, fazendo com que eu não desistisse de meu sonho.

Aos meus pais, Evarno e Delci, por todo o apoio e aporte financeiro, permitindo com que eu concluísse a graduação.

Ao meu namorado, Rodrigo, pelo amor que nos une e por todo o estímulo nos momentos em que me sentia exausta.

Aos meus irmãos, Ana Cláudia e Cláudio Márcio, pelo incentivo e colaboração.

Ao meu professor orientador, amigo e grande companheiro durante os quatro anos de universidade, Nivaldo, por todos os ensinamentos e carinho a mim dispensados.

As minhas grandes amigas, Érica, Letícia e Sandra, que estiveram presentes em vários momentos importantes de minha vida.

As minhas companheiras de sala, trabalhos e almoços, Ayesa, Jerusa e Soraya, responsáveis por fazerem com que os dias parecessem passar mais rápido.

A todos que, de alguma forma, participaram de minha formação acadêmica, permitindo-me sonhar e concretizar este primeiro passo de minha formação profissional.

Não basta o conhecimento da ciência aplicada para que o vosso trabalho traga mais benefícios ao homem. O principal objetivo de todo o progresso técnico deve ser o homem e seu destino... para que as criações da nossa inteligência possam ser uma benção, e nunca uma maldição para a humanidade. Nunca esqueçais este princípio quando vos concentrardes nos vossos diagramas e equações.

Albert Einstein

RESUMO

GONÇALVES, Daniela Justin. Ativos Intangíveis: uma contribuição ao cálculo do *goodwill* de uma empresa de telecomunicações, 2003, 80f. Ciências Contábeis. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

A determinação do valor de uma empresa é, atualmente, uma tarefa não muito fácil de ser realizada. Em virtude da estrutura patrimonial e organizacional da empresa moderna, a qual compõem-se de ativos tangíveis e intangíveis, sendo estes últimos de difícil mensuração contábil, faz-se necessária a utilização de metodologias alternativas para a mensuração do valor econômico de uma entidade. Do mesmo modo, configura-se como relevante o desenvolvimento de métodos capazes de mensurar os ativos intangíveis criados pela organização, uma vez que estes agregam valor ao negócio e, não raras as vezes, não são evidenciados nas demonstrações contábeis. Atualmente, a capacidade de identificar oportunidades de criação de valor, assim como, de perceber a existência de potencialidades, constitui-se no diferencial competitivo das empresas, visto que, sabendo quanto vale o potencial de geração de riquezas que possuem, as empresas conquistam mais facilmente o sucesso. Este estudo objetiva a apresentação do *goodwill*, considerado por alguns autores como o mais importante representante do grupo dos intangíveis, buscando, através de uma metodologia alternativa, a mensuração deste ativo no contexto da empresa Alfa.

Palavras-chaves: ativos intangíveis, *goodwill*, avaliação de empresas.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Partes constituintes do patrimônio da entidade.....	25
Figura 2: Aquisição de empresa com a presença de <i>goodwill</i>	42
Figura 3: Ágio e deságio.....	71

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Intangíveis.....	23
Quadro 2: Tratamento contábil do <i>goodwill</i>	56
Quadro 3: Análise comparativa do <i>goodwill</i> negativo adquirido.....	59

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Ágio e Deságio.....	58
Tabela 2: Bens e Direitos da empresa Alfa.....	67
Tabela 3: Obrigações da empresa Alfa.....	68
Tabela 4: Fluxo de caixa projetado da empresa Alfa.....	69
Tabela 5: Valor econômico da empresa Alfa.....	70
Tabela 6: Demonstrativo do cálculo do <i>goodwill</i> da empresa Alfa.....	72

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANEEL	Agência Nacional de Energia Elétrica
APB	<i>Accounting Principles Board</i>
CFC	Conselho Federal de Contabilidade
CVM	Comissão de Valores Mobiliários
FASB	<i>Financial Accounting Standards Board</i>
GAAP	<i>Generally Accepted Accounting Principles</i>
IASC	<i>International Accounting Standards Committee</i>

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	APRESENTAÇÃO DO ASSUNTO	13
1.2	TEMA	14
1.3	PROBLEMA	14
1.4	OBJETIVOS	14
1.4.1	Objetivo Geral	14
1.4.2	Objetivos Específicos	15
1.5	JUSTIFICATIVA	15
1.6	METODOLOGIA	16
2	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	20
2.1	ATIVO	20
2.2	ATIVO INTANGÍVEL	22
2.2.1	Mensuração e evidenciação de ativos intangíveis	26
2.3	<i>GOODWILL</i>	32
2.3.1	Antecedentes históricos do <i>goodwill</i>	35
2.3.2	Terminologia	36
2.3.3	Classificações do <i>goodwill</i>	38
2.3.3.1	<i>Goodwill</i> objetivo e subjetivo	41
2.3.4	<i>Goodwill</i> e contabilidade	46
2.3.4.1	Formas de mensuração do <i>goodwill</i>	49
2.3.4.1.1	Mensuração baseada no lucro líquido e fator multiplicativo	49
2.3.4.1.2	Valor Atual dos Super-Lucros	51
2.3.4.1.3	Método de custo de reposição ou custo corrente	51

2.3.4.1.4 Método do valor econômico.....	52
2.3.4.1.5 Método do valor de realização.....	52
2.3.4.1.6 Mensuração do goodwill objetivo e do goodwill subjetivo.....	53
2.3.5.1.6.1 Goodwill objetivo.....	53
2.3.5.1.6.2 Goodwill subjetivo.....	54
2.3.4.1.7 Goodwill Sinérgico.....	54
2.3.5 Contabilização e amortização do goodwill.....	56
2.3.6 Goodwill X Capital Intelectual.....	61
2.3.7 Goodwill e o processo de avaliação de empresas.....	63
2.3.7.1 Definindo valor.....	64
3 O CASO DA EMPRESA ALFA.....	66
3.1 APRESENTAÇÃO.....	66
3.2 AVALIAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA DA EMPRESA.....	66
3.2.1 Cenários e taxa de desconto.....	67
3.2.2 Posição patrimonial da empresa em 2001.....	67
3.2.3 Projeção do fluxo de caixa.....	69
3.2.4 Valor econômico da empresa.....	71
3.2.5 Valor do goodwill da sociedade.....	71
CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	74
REFERÊNCIAS.....	76

1 INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO DO ASSUNTO

Muitas mudanças têm ocorrido no ambiente empresarial, como a crescente competição entre empresas, revelada, principalmente, pela sistemática necessidade de conhecimento de custos, aumento da qualidade operacional e redução de preços finais, para o estabelecimento de vantagem competitiva, assim como, a dinâmica de criação, expansão, fusão e extinção de sociedades, ocasionada pela abertura econômica ocorrida com a globalização dos mercados. Diante desta realidade, é cada vez maior a demanda dos gestores por informações sobre o valor de suas empresas.

Entretanto, mensurar tal valor se constitui tarefa árdua. Isto pelo fato de que uma empresa vale não somente pelos bens tangíveis incorporados ao patrimônio, mas também, pela existência de intangíveis não evidenciados nas demonstrações contábeis. Em virtude desta limitação contábil, geralmente as empresas são negociadas por valores completamente diferentes daqueles registrados contabilmente.

Desse modo, o adequado registro dos ativos tangíveis, como também, a mensuração dos intangíveis, faz-se relevante para a avaliação econômico-financeira de uma sociedade mercantil.

Dentre os intangíveis, destaca-se o *goodwill* por ser uma variável importante para o cálculo do valor das cotas de capital ou lote de ações de uma sociedade. Constitui-se, não considerando, neste momento, as divergências de definições jurídicas e contábeis sobre o tema, em um conjunto de atributos empresariais, incorpóreos ou intangíveis, como relações satisfatórias com clientes e funcionários, o qual traz benefícios para a entidade, que não consta do Balanço Patrimonial devido ao grau de subjetividade de mensuração que o norteia,

mas que agrega valor ao negócio. Poder-se-ia citar como exemplos de atributos que formam o *goodwill*, o nome e a reputação de uma empresa, entre outros.

Diante do exposto, percebe-se que os demonstrativos comumente utilizados na gestão empresarial não servem como indicativos de valor de negociação de uma empresa, cumprindo apenas o papel de referenciais para os cálculos requeridos, sendo necessária a utilização de metodologias melhor qualificadas para este fim.

1.2 TEMA

O tema é o cálculo do *goodwill* de uma empresa de telecomunicações.

1.3 PROBLEMA

A problemática deste trabalho consiste em identificar qual o valor do *goodwill* da empresa Alfa, assim denominada para preservar sua identidade.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo Geral

Este estudo tem como objetivo geral demonstrar a existência de *goodwill* positivo na empresa Alfa.

1.4.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos deste estudo consistem em:

- identificar os bens e direitos pertencentes à sociedade;
- elaborar o fluxo de caixa descontado;
- calcular o valor econômico da sociedade; e,
- mensurar o *goodwill* da sociedade.

1.5 JUSTIFICATIVA

Geralmente a avaliação econômico-financeira de uma entidade é realizada com o intuito de fornecer aos interessados informações como, por exemplo, o valor de negociação das quotas/ações no mercado, o valor econômico da empresa, mensuração da capacidade de geração de benefícios futuros e a viabilidade de investimentos em outras entidades.

Procedendo-se à avaliação, com o desenvolvimento de referenciais de medição de resultado e de desempenho, os gestores detêm maior capacidade de promover o crescimento da empresa, investindo recursos na criação de valor.

Percebe-se, desse modo, que o assunto é, atualmente, muito discutido no ambiente empresarial, devido aos constantes processos de compra e venda, fusões, cisões, incorporações, privatizações e, até mesmo, dissoluções de sociedades. Mensurar qual o valor de uma empresa, faz-se relevante, assim, considerando a gama de recursos investidos para a geração de riqueza.

Dentre algumas concepções de valor de uma empresa, destacam-se o valor patrimonial e o valor econômico. O primeiro se refere ao somatório dos bens da entidade e o segundo ao valor concebido à empresa pela perspectiva de resultados futuros.

Entretanto, a adoção tanto de uma quanto de outra concepção se defronta com desafios. O patrimônio da sociedade, sob a ótica contábil, é constituído por bens tangíveis, cuja mensuração é feita pelo valor histórico de aquisição, e por bens intangíveis, que são carregados de subjetividade, dificultando a definição de seus valores. Do mesmo modo, avaliar a capacidade de geração de benefícios futuros requer a observação de aspectos externos à empresa, como cenários econômicos nacionais e internacionais, taxa de juros e política cambial, dentre outros.

Alguns aspectos específicos, além dos levantados, são importantes para a avaliação de empresas, os quais cita-se a determinação do *goodwill*.

Neiva (1999, p. 19) destaca a natureza não identificável deste ativo intangível:

[...] o *goodwill* difere em natureza dos demais elementos que integram o valor da empresa, não podendo ser separado dos outros ativos para efeito de venda. Essa distinção implica dizer que a determinação do *goodwill* geralmente envolve uma avaliação da empresa como um todo, não sendo possível avaliá-lo separadamente como pode ser feito para os demais ativos.

Desse modo, o cálculo do *goodwill*, que segundo Hendriksen e Breda (1999, p. 392) “[...] é o mais importante ativo intangível na maioria das empresas”, faz-se oportuno para o processo de avaliação, concorrendo para a determinação de um valor condizente com o representativo da realidade.

1.6 METODOLOGIA

Com o objetivo de realizar o estudo sobre o cálculo do *goodwill* no processo de avaliação de empresas fez-se necessário o desenvolvimento de uma pesquisa sobre o tema abordado.

Cervo e Bervian (1972, p. 65) definem pesquisa como “[...] uma atividade voltada para a solução de problemas. Seu objetivo consiste em descobrir respostas para perguntas, através do emprego de processos científicos.”

Do mesmo modo, para Marconi e Lakatos (1986, p. 44):

A pesquisa pode ser considerada um procedimento formal com método de pensamento reflexivo que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para se conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais. Significa muito mais do que apenas procurar a verdade: é encontrar respostas para questões propostas, utilizando métodos científicos.

Sendo assim, para a realização do estudo proposto, foram utilizados métodos científicos que possibilitaram o alcance dos objetivos definidos.

Para Ferrari (1974, p. 49) o método científico “[...] é o traço característico da ciência. Coloca em evidência o conjunto de operações para se alcançar determinado fim científico.”

O método científico se constitui no conjunto de técnicas que foram utilizadas para a elaboração da pesquisa.

Ressalta-se que, segundo Vera (1976, p. 11), “[...] antes de se realizar um experimento, deve-se planejá-lo e delineá-lo teoricamente, porque toda experiência deve ter um propósito, que é justamente o que confere sentido à investigação científica.”

A elaboração de um projeto, dessa maneira, configurou-se como essencial, almejando a definição dos caminhos que seriam percorridos no decorrer do estudo.

Sobre este aspecto, Ferrari (1974, p. 188) complementa:

Planejar significa o que deve ser feito, medido ou avaliado, quais as questões que devem ser assinaladas, a maneira de conduzir, enfim, a pesquisa em seus mais variados aspectos, considerando as teorias, hipóteses, variáveis, recursos, pessoal, equipamento, e assim por diante.

Quanto aos objetivos, o presente estudo teve a característica de ser exploratório, que, segundo Gil (1988, p. 45), “[...] tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses.”

No que se refere aos procedimentos utilizados na condução do estudo, foram adotadas as técnicas de levantamento de dados e de pesquisa bibliográfica. Para Cervo e Bervian (1972, p. 69) a pesquisa bibliográfica “[...] busca conhecer as contribuições culturais ou científicas do passado”.

Entretanto, Marconi e Lakatos (1990, p. 66) fornecem um conceito mais abrangente sobre essa técnica:

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais, filmes e televisão.

Quanto à abordagem do problema, o presente estudo caracterizou-se por ser qualitativo-quantitativo, visto que objetivou não somente a mensuração do goodwill da empresa Alfa, como também, preliminarmente a este cálculo, buscou defini-lo e elencar os itens componentes do referido ativo intangível.

Segundo Richardson (apud BEUREN, 2003, p. 91) a utilização de uma metodologia qualitativa permite “[...] descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos.”

A abordagem quantitativa, segundo o mesmo autor (apud BEUREN, 2003, p. 92) “[...] caracteriza-se pelo emprego de quantificação [...] desde as mais simples como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão, etc.”

Diante do exposto, cabe destacar que, após escolhido o tema, definidos os objetivos e elaborado o plano de trabalho, procedeu-se ao levantamento bibliográfico, coletando-se material em bibliografias nacionais e nos demonstrativos contábeis fornecidos pela empresa analisada.

Ressalta-se, ainda, que a abordagem do tema foi realizada sob a forma de monografia, que, segundo Bastos et.al (2000, p. 12), “[...] tem por objetivo a reflexão sobre um tema ou problema específico e que resulta de um processo de investigação sistemática.”

Dessa forma, foi através de pesquisas bibliográficas e levantamento de dados, com conseqüente aplicação prática de conceitos e definições na empresa Alfa, evidenciando os dados em uma monografia, que se desenvolveu o estudo proposto.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 ATIVO

Avaliar uma empresa significa determinar o seu valor com base no levantamento de todos os bens e direitos pertencentes à sociedade, assim como, na apuração de todo o seu potencial de geração de riqueza.

Desse modo, a definição de ativo, elemento do patrimônio de uma entidade, é essencial para o entendimento do processo de avaliação de empresas.

Para Marion (1995, p. 65, grifo do autor) o ativo “[...] são todos os *bens e direitos* de propriedade da empresa, mensurável monetariamente, que representam benefícios presentes ou benefícios futuros para a empresa”.

Sendo assim, ao definir ativo, o referido autor apresenta algumas das características que qualquer elemento necessita ter para ser enquadrado neste grupo: ser de propriedade da empresa, ser mensurável em moeda e corresponder a benefícios presentes ou futuros para a entidade.

Iudícibus (1980, p. 104), entretanto, salienta que “[...] o ativo deve ser considerado à luz da sua propriedade e, apenas subsidiariamente, à luz de sua posse; normalmente as duas condições virão juntas.” Logo, caso as condições não ocorram conjuntamente, a posse não é característica tão importante quanto a propriedade, esta sim devendo existir para a definição de ativo. Cita-se como exemplo desta situação as operações de arrendamento mercantil, comumente conhecidas por *leasing*, cuja conceituação é dada pela Resolução CFC nº 921/01 (2003, p. 127), item 10.2.1.2:

[...] transações celebradas entre o proprietário de um determinado bem (arrendador) que concede o uso deste a um terceiro (arrendatário) por um determinado período contratualmente estipulado, findo o qual é facultado ao arrendatário a opção de adquirir ou devolver o bem objeto de arrendamento, ou a de prorrogar o contrato.

O *International Accounting Standards Committee* (IASC) (1998, p. 40) define ativo como “[...] um recurso controlado pela empresa como resultado de eventos passados e do qual se espera que futuros benefícios econômicos resultem para a empresa.”

O *Financial Accounting Standards Board* (FASB) (apud HENDRIKSEN e BREDAS, 1999, p. 285) compartilha desta definição, apresentando, de forma um pouco diferenciada, três características essenciais de um ativo, quais sejam:

1. Incorpora um benefício futuro provável que envolve a capacidade, isoladamente ou em combinação com outros ativos, de contribuir direta ou indiretamente à geração de entradas líquidas de caixa futuras.
2. Uma dada entidade pode conseguir o benefício e controlar o acesso de outras entidades a esse benefício.
3. A transação ou o evento originando o direito da entidade ao benefício, ou seu controle sobre o mesmo, já terá ocorrido.

Na realidade os conceitos se distinguem em alguns aspectos. O IASC e o FASB, por exemplo, consideram o ativo à luz do controle da entidade e não da propriedade. Sendo assim, um bem ou direito que estivesse sob o controle da sociedade, mesmo sem ser de propriedade da mesma, deveria ser considerado ativo. Compartilham, também, do princípio de que o ativo deve ser resultado de uma transação passada e deve possuir a capacidade de geração de retornos futuros para a empresa. Sem esta capacidade e sem a perspectiva da empresa receber um retorno sobre o investimento, não deve ser considerado ativo.

Ressalta-se que o ativo pode ter existência física ou não, ou seja, ser tangível ou intangível. Sobre este aspecto, destaca o IASC (1998, p. 41):

Muitos ativos, por exemplo, ativos imobilizados, têm uma forma física. Entretanto, a forma física não é essencial à existência de um ativo; desta forma, as patentes e direitos autorais, por exemplo, são ativos, se benefícios econômicos futuros são esperados para a empresa e se eles são controlados pela empresa.

Corroborando com as considerações expostas anteriormente, apresenta-se o conceito de ativo proposto por Vasconcelos e Silva (2002, p. 44), o qual contempla a unificação das características inerentes aos referidos entes patrimoniais:

Os ativos de uma organização consistem um conjunto de elementos patrimoniais, tangíveis e/ou intangíveis disponíveis para a gestão do negócio, todavia, com potencialidade para gerar benefício em sentido lato (econômico, financeiro, intelectual e social) independente da relação jurídica inerente (se de posse ou propriedade).

Aos ativos que não possuem existência física dá-se o nome de intangíveis, conforme já mencionado, que por estarem intimamente ligados ao presente estudo, merecem destaque.

2.2 ATIVO INTANGÍVEL

O ativo intangível, ou seja, o que não é perceptível ao toque, que não é corpóreo, é definido por Kohler (apud IUDICÍBUS, 1980, p. 194) como “[...] ‘um ativo de capital que não tem existência física, cujo valor é limitado pelos direitos e benefícios que antecipadamente sua posse confere ao proprietário’.”

Segundo Hendriksen e Breda (apud MONTEIRO e COELHO, 2001, p. 5) os ativos intangíveis são “ ‘[...] bens incorpóreos, mais reconhecidos como direitos e serviços, que podem gerar benefícios econômicos futuros prováveis, obtidos e controlados por dada entidade em consequência de transações ou eventos passados.’ ”

Entretanto, cabe ressaltar, segundo Martins, E. (1972, p. 53), que “[...] Investimentos, Duplicatas a Receber, Depósitos Bancários, representam todos eles direitos, mas, apesar da falta de existência corpórea, são considerados ‘tangíveis’.”

Classificar-se-iam no grupo dos intangíveis, desta forma, marcas e patentes, capital intelectual, direitos autorais, *goodwill*, entre outros.

Martins, E. (1972, p. 54) complementa:

Talvez a característica mais comum a todos os itens do chamado Ativo Intangível seja o grande grau de incerteza existente na avaliação de futuros resultados que por eles poderão ser proporcionados. A dificuldade de mensuração não é, entretanto, restrição suficiente para uma definição.

O que impossibilita o reconhecimento, muitas vezes, dos intangíveis é o grau de incerteza quanto à realização dos benefícios futuros mencionados. Entretanto, apesar das dificuldades inerentes à contabilização dos intangíveis, em virtude da falta de objetividade que os norteia, deve-se buscar a sua realização, visto que, como qualquer outro ativo, o intangível tem a capacidade de geração de benefícios futuros, constituindo-se de propriedade ou controle da empresa e existindo, mesmo que subjetiva, a possibilidade de mensuração monetária.

Para que um item seja reconhecido como ativo, conforme Hendriksen e Breda (1999, p. 388), deve corresponder a uma definição apropriada, ser mensurável, ser relevante e ser preciso.

Os mesmos autores (1999, p. 391) aduzem sobre este aspecto:

[...] deve-se exigir que os ativos intangíveis passem pelos mesmos testes de reconhecimento aplicados aos ativos tangíveis – nada mais, nada menos. Se passarem por esses testes, os intangíveis deverão aparecer nas demonstrações financeiras.

Cabe ressaltar que, em virtude da dificuldade de quantificação e desconhecimento técnico para classificação, muitos intangíveis são contabilizados como despesa, como ocorre com os gastos com treinamento de colaboradores e propaganda. Da mesma maneira, por não terem o valor medido em bases confiáveis, alguns não são reconhecidos, em oposição, todavia, as preceitos relativos às normas contábeis, as quais pressupõem a ativação dos gastos incorridos no desenvolvimento de ativos intangíveis.

O quadro a seguir evidencia os ativos que tradicionalmente são classificados como intangíveis e alguns gastos com desenvolvimento de intangíveis os quais são, não raras as vezes, contabilizados como despesa diferida.

<i>Intangíveis Tradicionais</i>	<i>Despesas Diferidas</i>
Nomes de 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

Quadro 1: Intangíveis

Fonte: Adaptada de Hendriksen e Breda (1999, p. 389)

Destaca-se, também, que os ativos intangíveis podem ser classificados em identificáveis ou não identificáveis. Tal classificação é feita tomando-se por base aspectos de descrição objetiva. Hendriksen e Breda (1999, p. 388, grifo dos autores) citam que o “[...] fato de que pode ser dado um nome a um ativo intangível geralmente indica que se trata de um *ativo identificável*.”

Já os ativos intangíveis não identificáveis, de acordo com Monteiro e Coelho (2001, p. 6), são aqueles os quais “[...] não é possível definir com clareza sua origem, descrição e controle.” O mais importante representante deste grupo é o *goodwill*.

Independentemente da identificabilidade ou não do intangível, constitui-se este ativo em elemento merecedor de atenção especial por parte dos gestores, devido à complexidade de tratamento por ele contemplada. Não dispensar a devida atenção aos elementos intangíveis do patrimônio pode ocasionar danos graves à saúde da empresa.

A figura apresentada a seguir evidencia a importância dos intangíveis para a entidade. Em analogia a uma empresa, Edvinsson e Malone (1998, p. 28) descrevem as partes

constituintes de uma árvore: a parte visível, ou seja, os troncos, os galhos e as folhas, e a parte invisível, as raízes. A primeira se refere ao patrimônio tangível da empresa, aquele que pode ser tocado, medido. A parte invisível se reporta aos intangíveis da entidade, ou seja, o patrimônio do conhecimento, por exemplo, que não pode ser visto e não possui requisitos objetivos de mensuração.

Versam os referidos autores (1998, p. 28-29):

Uma maneira produtiva de enxergar uma empresa (ou, [...], qualquer organização) é olhar para ela como se fosse uma árvore. O tronco, os galhos e as folhas, que são as partes visíveis a um observador, representam a empresa conforme é conhecida pelo mercado e expressa pelo processo contábil. O fruto produzido por essa árvore representa os lucros e os produtos colhidos por investidores e consumidos pelos clientes.

O valor oculto de uma empresa é o sistema de raízes daquela árvore. Para que a árvore floresça e produza frutos, ela precisa ser alimentada por raízes fortes e saudáveis. E da mesma maneira que a qualidade do fruto de uma árvore depende de seu conjunto de raízes, a qualidade da organização empresarial da companhia e a solidez de seu capital financeiro constituem igualmente uma função de seus valores ocultos. Cuide dessas raízes e a empresa florescerá; permita que elas sequem ou se tornem avariadas e a empresa, não importando quão sólida pareça, irá finalmente entrar em colapso e morrer.

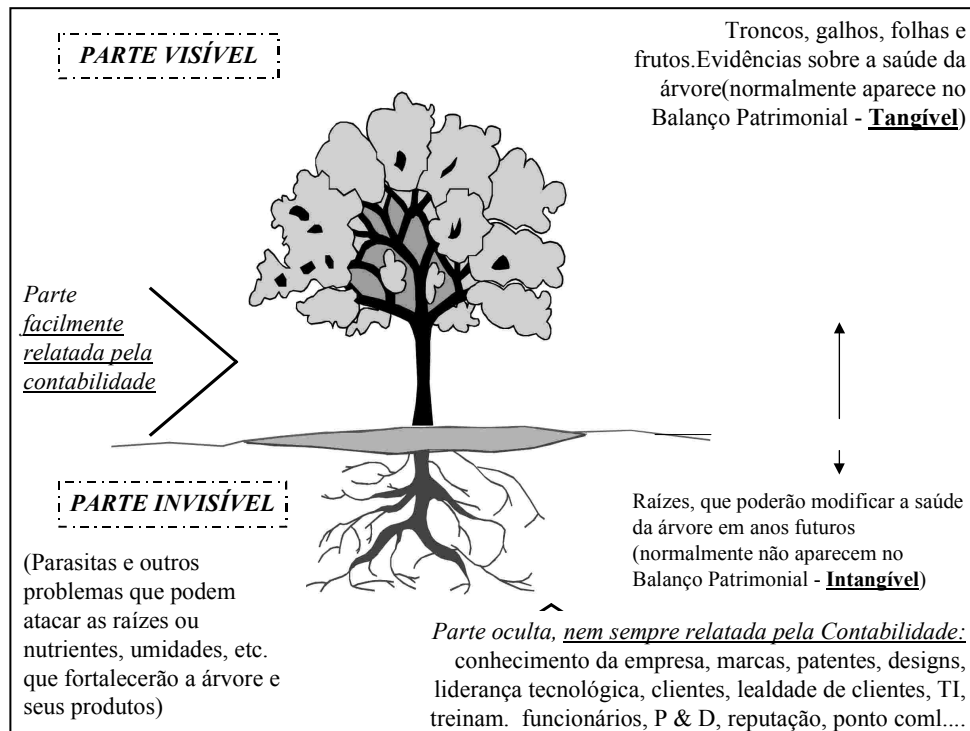


Figura 1: Partes constituintes do patrimônio da entidade

Fonte: Marion (2003)

Sendo assim, evidenciar-se-ão os aspectos relacionados à contabilização e à evidenciação dos ativos intangíveis.

2.2.1 Mensuração e evidenciação de ativos intangíveis

Devido, principalmente, à falta de objetividade em mensurar os ativos intangíveis, tais elementos patrimoniais deixam de ser evidenciados nas demonstrações contábeis.

Menciona Martins, V. (2002, p. 1) que, geralmente, “[...] esses ativos são difíceis de ser objetivamente mensurados na prática, acarretando em grande parte o seu não registro contábil.”

Sá (2000a, p. 7) expõe:

Todas as empresas, possuam as dimensões que possuírem e dediquem-se a que ramos se dedicarem, terminam por agregar aos seus capitais elementos ou forças incorpóreas, muitas das quais não têm sido evidenciadas contabilmente (quase sempre pelos defeitos da lei), mas que, em verdade, existem, quer para ampliar as condições funcionais, quer para reduzi-las.

A contabilidade, cujo papel é informar aos usuários acerca das mutações patrimoniais, por conservadorismo, não evidencia em seus relatórios informações relativas ao intangível criado, integrante do patrimônio da entidade.

Segundo Schmidt e Santos (2002, p. 15), “Diferentemente das normas internacionais, nas normas brasileiras não existe nenhum item que trate especificamente de ativos intangíveis, e sequer existe um grupo no balanço patrimonial que identifique separadamente estes ativos.”

Torna-se frustrada, dessa forma, a tentativa de evidenciação do grupo intangível nas demonstrações contábeis por parte dos profissionais da área, visto que as normas contábeis brasileiras dificultam o referido registro.

Entretanto, como forma de minimizar as deficiências das demonstrações contábeis no que concerne à evidenciação de ativos intangíveis, muitas empresas têm procedido à contabilização de tais elementos em contas satélites. Presume-se, desta forma, o abandono do registro de tais elementos como despesa, adotando-se o critério de ativação destes entes patrimoniais, objetivando-se o aumento do caráter informativo das demonstrações contábeis atuais.

Além do balanço social, instrumento utilizado por várias empresas para a evidenciação do ativo intangível responsabilidade social, algumas entidades têm incluído no balanço patrimonial a conta ‘Intangíveis’, a qual abriga outros elementos organizacionais incorpóreos, como o faz a Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL). Na referida conta do ativo permanente, subgrupo dos ativos imobilizados, a empresa abriga o registro de “[...] imobilizações intangíveis, relativamente à criação científica e artística (patentes de invenção, desenhos, plantas, modelos, matrizes, etc.) e à identificação e prestígio (nomes de sistema e de fábrica, marcas de fábrica, etc.).” (www.aneel.gov.br)

Em contrapartida, Iudícibus, Martins e Gelbcke (2000, p. 1999) expõem o tratamento restritivo dado a estes ativos pelas normas brasileiras:

Os ativos diferidos caracterizam-se por serem ativos intangíveis [...]. Compreendem despesas incorridas durante o período de desenvolvimento, construção e implantação de projetos, anterior a seu início de operação. Incluem as despesas incorridas com pesquisa e desenvolvimento de produtos, com a implantação de projetos mais amplos de sistemas e métodos, com reorganização da empresa e outras.

Entretanto, não são citados itens como capital intelectual e *goodwill*, ambos intangíveis, e que tanto contribuem para o crescimento da organização.

Para Sá (2000b, p. 40) os ativos intangíveis “[...] têm sido vítimas ou de excessos de rigores em seus cálculos, ou de um repúdio radical para que não se insiram os mesmos nas demonstrações contábeis.” De acordo com o autor, tanto rigor, ou como menciona “repúdio”, prejudica a qualidade das demonstrações, considerando que as mesmas não representam a realidade pelo fato de não contemplarem todos os itens componentes do patrimônio.

Complementam Cañibano, Ayuso e Sánchez (apud SÁ, 2000a, p. 11):

a incapacidade do modelo contábil atual para refletir corretamente o impacto dos intangíveis na situação presente e futura da empresa deflui da razão de que as demonstrações contábeis encontram-se incapazes de refletir a imagem fiel (verdadeira e justa) da posição financeira da empresa.

Deve-se isso, em parte, à posição assumida pela contabilidade de somente registrar os eventos passados e também à dificuldade que os profissionais dizem existir na mensuração dos itens intangíveis.

Edvinsson e Malone (1998, p. 1) discorrem sobre este aspecto:

[...] o modelo tradicional de ‘contabilidade’, que descreveu com tanto brilho as operações das empresas durante meio milênio, não tem conseguido acompanhar a revolução que está ocorrendo no mundo dos negócios. De maneira idêntica ao organograma, à brochura institucional, ao manual de pessoal, os demonstrativos financeiros das grandes empresas mostram-se cada vez mais estáticos e obsoletos para acompanhar a organização moderna, com sua estrutura fluida, parceria estratégica, empregados com *empowerment*, trabalho em equipe, marketing em rede de multimídia e repositórios vitais de recursos humanos intelectuais.

Fica evidente, assim, a fragilidade das demonstrações contábeis atuais, elaboradas com base na legislação em vigor, na evidenciação das mudanças ocorridas no mercado empresarial moderno.

Marion (2003, p. 2) destaca que a “[...] contabilidade combinada com as avaliações objetivas, com documentos, bens palpáveis, visíveis, se defronta com este enorme desafio: aferir intangível.”

De forma análoga, Carneiro e Marques (2003, p. 9) compartilham a idéia de que os ativos intangíveis “[...] parecem ser um dos grandes desafios que a contabilidade contemporânea enfrenta para manter o necessário equilíbrio entre relevância dos demonstrativos contábeis e sua confiabilidade.”

Todavia, cabe ressaltar o que é relevante ou não para a contabilidade. O IASC (1998, p. 35) diz que:

Para serem úteis, as informações devem ser relevantes às necessidades dos usuários em suas tomadas de decisões. As informações são relevantes quando influenciam as decisões econômicas dos usuários, ajudando-os a avaliar o impacto de eventos passados, presentes ou futuros, confirmando ou corrigindo as suas avaliações anteriores.

Logo, o conhecimento de aspectos relativos à existência e à mensuração de ativos intangíveis é relevante para o gestor na tomada de decisão. Entretanto, faz-se necessário o entendimento do outro atributo da informação contábil mencionado: a confiabilidade. O FASB (apud HENDRIKSEN e BREDAS, 1999, p. 99) define a confiabilidade como a “[...] qualidade da informação que garante que a informação seja razoavelmente livre de erros e vies e represente fielmente o que visa representar.”

Sobre este aspecto, aduz Sá (2000b, p. 42):

A evidência dos valores das potencialidades imateriais, em todos os casos, entretanto, será sempre a relativa, quer porque a moeda o é, em si, como instrumento de aferição, quer pelos riscos naturais que em maior quantidade tendem a absorver os elementos patrimoniais intangíveis.

Do mesmo modo, para Andrade (apud WERNKE, 2001, p. 40) pode-se “[...] argumentar que as medidas para os fatores intangíveis são inexatas, mas vários dos itens existentes nas demonstrações contábeis também o são.”

Depreende-se, assim, das considerações expostas, que é falha a alegação de que o não registro dos ativos intangíveis se dá por falta de relevância ou de confiabilidade da informação que os contempla. Isso porque, conforme Sá (2000b, p. 41, grifo do autor), aceitar “[...] a afirmativa de que se devem excluir os valores dos elementos imateriais porque são de incerta fixação, [...] é reconhecer a incapacidade técnica de considerar as questões em relação às *potencialidades patrimoniais*.”

Sá (2000a, p. 8) complementa:

Negar que se possam avaliar e reavaliar os intangíveis, comprados ou frutos de aplicações, é recusar-se a conhecer a variação natural do movimento das riquezas e de seus estornos, que são, por natureza, mutáveis por transformação constante.

Entretanto, muitas vezes, os contadores optam pela elaboração de relatórios objetivos e não relevantes aos usuários, que não contemplam a avaliação de itens patrimoniais importantes, como os intangíveis, em virtude do conservadorismo adotado no exercício da profissão.

Royer (2002, p. 14) expõe outros motivos que dificultam a avaliação dos intangíveis:

Uma das grandes dificuldades de se avaliar os ativos intangíveis é justamente o prazo de retorno, pois os administradores preocupam-se muito com resultados de curto prazo e tendem a limitar os gastos com pessoal ou com marketing de relacionamento, por exemplo, devido aos riscos envolvidos. Existe também a própria dificuldade de compartilhar o poder que esses mecanismos geram na organização. Há a necessidade, então, de se tornar mais claro o poder de geração de resultados desses bens invisíveis porque são eles que farão a diferença na nova economia.

Tal citação corrobora para a disseminação da importância dos ativos intangíveis nas organizações, perante os profissionais mais tradicionais, que se negam a registrar tais elementos, perante os profissionais que maquam seus demonstrativos, registrando de forma

distorcida elementos intangíveis como forma de diminuir impostos, e perante o governo, como forma de pressão para a criação de normas que regulem o registro dos elementos intangíveis do patrimônio em contas próprias que traduzam melhor a natureza de tais elementos.

Monobe (1986, p. 90) questiona que se “[...] a relevância da informação é essencial para o usuário, por que oferecer-lhe apenas a objetividade de mensuração?” Logo, se as informações geradas pela contabilidade buscam servir de base à tomada de decisões, deve-se, segundo o referido autor, objetivar o fornecimento de informações relevantes mesmo que em detrimento da objetividade.

Para Kaplan e Norton (1997, p. 7-8) se faz necessária a revisão do modelo contábil tradicional frente aos acontecimentos do mundo empresarial contemporâneo:

O ideal é que o modelo da contabilidade financeira se ampliasse de modo a incorporar a avaliação dos ativos intangíveis e intelectuais de uma empresa, como produtos e serviços de alta qualidade, funcionários motivados e habilitados, processos internos eficientes e consistentes, e clientes satisfeitos e fiéis. A avaliação dos ativos intangíveis e capacidades da empresa seria particularmente útil, visto que, para o sucesso das empresas da era da informação, eles são mais importantes do que os ativos físicos e tangíveis. Se os ativos e as capacidades intangíveis da empresa pudessem ser avaliados dentro do modelo de contabilidade financeira, as empresas que aumentassem esses ativos e capacidades poderiam comunicar as melhorias aos funcionários, acionistas, credores e à comunidade. Por outro lado, quando as empresas esgotassem seus estoques de ativos intangíveis e capacidades, os efeitos negativos se refletiriam imediatamente na declaração de imposto de renda. Porém, realisticamente, a dificuldade de se atribuir um valor financeiro confiável a esses ativos, como os novos produtos em fase de pré-produção; processos inovadores; habilidades, motivação e flexibilidade dos funcionários; lealdade dos clientes; bancos de dados; e sistemas, provavelmente impedirá que sejam reconhecidos algum dia nos balanços das empresas. Contudo, são esses os ativos e capacidades fundamentais para o sucesso no ambiente competitivo de hoje e amanhã.

A citação acima referida explicita a importância dos ativos intangíveis para as empresas que atuam e que pretendem atuar na nova economia. Todavia, assim como outros autores, Kaplan e Norton (1997) acreditam que a contabilidade financeira não está preparada estruturalmente para o registro dos elementos intangíveis do patrimônio.

Entretanto, cabe ressaltar, que a responsabilidade pelo não registro dos ativos intangíveis é não somente das normas contábeis, que se apresentam de forma fragilizada em relação a este tema, mas também das empresas que, “[...] temerosas de que sejam tributadas a mais, buscam de todas as formas ocultar os efeitos dos intangíveis como capitalizações, procurando o máximo de deduções que aliviem suas cargas tributárias.” (SÁ, 2000b, p. 41)

Conclui-se, portanto, que os acontecimentos econômicos dos últimos anos afetaram consideravelmente o aspecto organizacional das empresas, fazendo-se necessário o conhecimento de aspectos não revelados em outrora, ou que só agora passaram a ser considerados importantes, assim como, necessária também o é a revisão das normas contábeis no que concerne ao registro de ativos, mais precisamente, de ativos intangíveis.

2.3 GOODWILL

O *goodwill* é definido, conforme o *Dictionary of Accounting Terms* (apud MONTEIRO e COELHO, 2001, p. 6), como “[...] 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 em um potencial de lucros futuros acima do esperado.”

Segundo Hendriksen e Breda (1999, p. 390) o *goodwill* “[...] representa vantagens que não são especificamente identificáveis.” Os mesmos autores (1999, p. 392) complementam que, “Freqüentemente, é o ativo de tratamento mais complexo porque carece de muitas das características associadas a ativos, tais como identificabilidade e separabilidade.”

O referido ativo intangível não possui usos alternativos, ou seja, por não ser identificável não existe a possibilidade de associá-lo a outro elemento da entidade, não é separável, só existindo em combinação com ativos tangíveis da empresa, e existe elevado grau

de incerteza quanto aos benefícios futuros que ele proporcionará para a empresa que o possui.

Sobre esta última característica, expõem Hendriksen e Breda (1999, p. 390):

Alguns intangíveis dizem respeito ao desenvolvimento e à fabricação de um produto, e outros relacionam-se à criação e manutenção da demanda pelo produto. Patentes e direitos de autoria estão relacionados principalmente aos primeiros; marcas refletem principalmente os últimos. Goodwill pode representar qualquer um deles ou ambos. Todos, porém, representam benefícios muito incertos e de difícil associação com receitas ou períodos específicos.

Sendo assim, pode-se considerar o *goodwill*, segundo Almeida e Hajj (1997, p. 76), “[...] como a diferença entre o valor atual dos fluxos de caixa futuros, gerados pelos ativos da empresa, e o valor dos custos dos elementos que propiciaram tal fluxo.”

Entretanto, para Iudícibus (1980, p. 195) a discussão do *goodwill* é complexa, abrangendo três perspectivas de definição:

1. como o excesso de preço pago pela compra de um empreendimento ou patrimônio sobre o valor de mercado de seus ativos líquidos;
2. nas consolidações, como o excesso de valor pago pela companhia- mãe por sua participação sobre os ativos líquidos da subsidiária; e
3. como o valor atual dos lucros futuros esperados, descontados por seus custos de oportunidade.

O referido excesso é conseqüência do não registro de ativos intangíveis nas demonstrações contábeis. Intangíveis como localização estratégica, treinamento e aperfeiçoamento de empregados, eficiência administrativa e fidelidade dos clientes, representam fatores que agregam valor à empresa e, quando da venda ou outra transação comercial, superavaliam o empreendimento, do ponto de vista contábil.

Para Edvinsson e Malone (1998, p. 33) o *goodwill* está relacionado com os clientes da empresa, visto que, “[...] quando uma empresa é vendida por um valor maior que o contábil, após subtrair-se o valor das patentes e dos direitos autorais, o que significa essa diferença senão o reconhecimento de que a empresa possui uma carteira de clientes sólidos e leais?”

Já Walter (apud NEIVA, 1999, p. 18) relaciona a capacidade de ganho da empresa com o *goodwill*:

[...] uma empresa é adquirida não para que se mantenha um grupo de ativos e sim com o objetivo de obter um fluxo de receita no futuro. Se o fluxo de rendimento esperado é a soma normal ou possui uma taxa normal, nenhum pagamento é feito pelo *goodwill*. Se o fluxo de rendimento esperado é em excesso em relação aos rendimentos normais, provavelmente um valor será pago pelo *goodwill*.

A perspectiva de benefícios futuros é característica de qualquer ativo, seja ele tangível ou intangível. Todavia, há autores que consideram o *goodwill* somente quando da existência de probabilidade considerável de recebimento de rendimentos futuros em relação aos ativos tangíveis da empresa. O autor citado acima deixa clara sua posição em relação ao assunto, pressupondo o reconhecimento de *goodwill*, como excesso (valor residual), em ocasiões em que existe possibilidades de ganhos futuros. Caso esta possibilidade inexista, o *goodwill* não será reconhecido pela empresa, ou seja, o reconhecimento dar-se-á somente nos casos de *goodwill* adquirido, não sendo reconhecido o *goodwill* criado.

Sobre a diferença entre o valor contábil e o valor de mercado de uma empresa, ou seja, a diferença entre o somatório dos ativos da empresa e o valor pago pela mesma, expõem Monteiro e Coelho (2001, p. 7):

Em um processo de avaliação de uma empresa no mercado, todos os esforços são realizados para que toda a diferença entre o valor contábil de uma empresa e seu valor de mercado sejam identificados e alocados em seus Ativos Intangíveis mais apropriados. Ainda assim, uma empresa poderá ser negociada por valor superior àquele avaliado, gerando um resíduo não identificado.

Percebe-se, desse modo, que a natureza do *goodwill* está diretamente ligada ao processo de avaliação de empresas. Não somente por representar uma diferença entre o valor de mercado e o somatório dos ativos da entidade, fato por si só passível de atenção, mas também por se referir a aspectos relevantes que são desconsiderados quando da elaboração

das demonstrações contábeis que servem de base para a quantificação do valor dos referidos itens.

2.3.1 Antecedentes históricos do *goodwill*

Nos últimos anos, o mundo dos negócios mudou a ênfase dos ativos tangíveis para os ativos intangíveis, dentre estes o *goodwill*, em virtude da globalização dos mercados, dos constantes processos de privatizações, assim como, dos cada vez mais numerosos processos de expansão das empresas contemporâneas, como fusões, incorporações e cisões.

Todavia, discussões a respeito do *goodwill* remontam centenas de anos. A primeira aparição desta palavra, conforme *Oxford English Dictionary* (apud MARTINS, E., 1972, p. 56), “[...] foi em 1571 [...]”. Já, segundo Monobe (apud SILVA, 2001, p. 18), esse importante ativo intangível teve origem em 1620, considerando a utilização do termo pelo Direito no desentrate de decisões judiciais acerca da terra, “[...] casos de dissolução de sociedades, nas heranças e em casos de desavenças.”

De acordo com Martins, E. (1972, p. 55-56), trabalhos cujo tema central era o *goodwill* começaram a ser realizados em 1891 e, a partir de 1914, “[...] esse assunto começou a ser mais discutido por Contadores, Advogados e Economistas, e as referências históricas tornam-se bem mais numerosas; também as opiniões cada vez mais diversificadas.”

Desde então, têm-se discutido sobre o tema, restando, todavia, algumas divergências tanto quanto ao termo a ser utilizado para identificá-lo quanto à forma de contabilização de tal ativo.

2.3.2 Terminologia

Na busca de um conceito de *goodwill*, depara-se com conceitos de fundo de comércio e de aviamento como sinônimos daquele. Entretanto, existem diferenças entre os referidos itens que devem ser consideradas.

Conforme Martins, F. (2002, p. 339), o fundo de comércio é composto por bens corpóreos e incorpóreos, constituindo-se na ferramenta utilizada pelo comerciante no exercício de suas atividades. Segundo o autor, apesar de serem inúmeros os tipos de atividades comerciais, em “[...] todas elas, entretanto, há uma finalidade comum: os elementos empregados pelos comerciantes para exercerem com sucesso as suas atividades sempre visam a *atrair a freguesia*. A tais elementos dá-se o nome de *fundo de comércio*.”

A expressão nasceu na França do século XVIII e deriva do que se denominava *fonds de boutique*, que compreendia os bens tangíveis que eram postos à venda pelos comerciantes e/ou utilizados no desenvolvimento das atividades mercantis.

Martins, F. (2002, p. 340) destaca os nomes utilizados nos demais países da Europa para a designação do fundo de comércio: “Na Itália, a expressão usada é *azienda*; na Espanha, *hacienda*; e na Inglaterra, *goodwill*. Na Alemanha, as expressões equivalentes são *Geschäft* ou *Handelsgeschäft*.”

Contrapondo-se aos tradicionais conceitos contábeis, Sá (2000a, p. 10) considera a expressão fundo de comércio como sinônimo de *goodwill*:

O denominado ‘fundo de comércio’, ‘aviamento’ ou *goodwill* pode ter parte material e outra imaterial, ou seja, não é essa diferença sobre o valor nominal senão um composto que pode derivar de: 1) ‘reavaliação de elementos materiais ou corpóreos’, 2) ‘avaliação de elementos imateriais ou incorpóreos’ e 3) ‘reavaliação de elementos imateriais ou incorpóreos’.

Todavia, a expressão fundo de comércio é mais aceita e utilizada no meio jurídico, considerando as diferenças conceituais que a distanciam do *goodwill*. Para Martins, E. (1972,

p. 55) “O uso da expressão ‘Fundo de Comércio’ como sinônimo de ‘*Goodwill*’ parece-nos bastante infeliz; não se trata esse ativo realmente de um fundo e nem sempre é derivado ou relacionado com o comércio.”

Cabe ressaltar a posição defendida por Iudícibus, Martins e Gelbcke (2000, p. 164), cujo entendimento é que o “[...] fundo de comércio ou ativo intangível da empresa nada mais é do que uma justificativa para a expectativa de rentabilidade futura da empresa [...]”.

Entretanto, por abranger bens tangíveis e intangíveis, o fundo de comércio se distancia dos pressupostos contábeis, haja vista serem considerados como componentes do *goodwill* somente os bens intangíveis do patrimônio da sociedade. Ressalta-se, ainda, que, quando tais elementos intangíveis são identificáveis, não fazem parte do *goodwill* da empresa, visto que uma das características deste ativo intangível é ser não-identificável.

Sobre a expressão portuguesa aviamento, também muito utilizada por alguns autores para aludir ao *goodwill*, Requião (apud SILVA, 2001, p. 23) menciona:

[...] é um fato evidente que a empresa constitui uma atividade organizada contendo vários elementos, ou o estabelecimento comercial com vários bens, e o valor corrente desse complexo é maior que a soma dos elementos isolados. Essa mais valia constitui, precisamente, o que o Direito denomina de aviamento [...]

Refere-se tal expressão, como explicitado pelo autor acima mencionado, a uma diferença entre a soma dos elementos patrimoniais da empresa e o valor da empresa como um todo, considerando os bens tangíveis e intangíveis. Entretanto, assim como a expressão fundo de comércio, aviamento é um termo mais utilizado na literatura jurídica.

Todavia, cabe ressaltar, que, apesar das diferenças conceituais e dos aspectos conjecturais de utilização, considera-se o *goodwill* como um intangível capaz de gerar benefícios futuros à empresa, sendo definido, em ambas literaturas, como um valor acima do valor patrimonial.

Catlett e Olson (apud MARTINS, E., 1972, p. 75-76), apresentam os fatores abaixo, dentre outros, como “[...] responsáveis pelo aparecimento do ‘Goodwill’”:

- Administração superior
- Fraqueza na administração do competidor
- Propaganda eficaz
- Boas relações com os empregados
- Alta posição perante a comunidade conseguida através de ações filantrópicas e participação em atividade cívicas por parte dos administradores da empresa
- Localização estratégica
- Descoberta de talentos ou recursos

Percebe-se, assim, o alto grau de consideração de aspectos incorpóreos na definição e na promoção do *goodwill* como um ativo intangível capaz de proporcionar benefícios futuros para a empresa e promover o desenvolvimento desta frente à concorrência.

2.3.3 Classificações do *goodwill*

Como forma de melhor identificar este importante ativo intangível, alguns autores o classificam em categorias, facilitando a identificação e o gerenciamento do *goodwill* pelos proprietários da empresa, como também, por todos aqueles que usufruem do resultado de sua existência na firma.

O *goodwill* comercial é decorrência natural dos processos organizacionais da empresa, que, através do desempenho dos funcionários e colaboradores, promove o desenvolvimento e o crescimento da marca e, conseqüentemente, o crescimento da empresa. Martins, E. (1972, p. 73), ao citar Paton e Paton, Jr., descreve alguns dos fatores que ocasionam o surgimento dessa classe de *goodwill*:

- a) serviços colaterais, como equipe cortês de vendedores, entregas convenientes, facilidades de crédito, dependências apropriadas para serviço de manutenção etc.;
- b) qualidade do produto em relação ao preço;

c) atitude e hábito do consumidor como fruto de nome comercial e marca tornados proeminentes em função de propaganda persistente.

O *goodwill* industrial surge em função da cultura de valorização dos empregados na empresa. É decorrente do sentimento de bem estar dentro da organização por parte dos colaboradores, através da concessão pela empresa de benefícios que corroboram para o crescimento pessoal do funcionário, como por exemplo, conforme citam Monteiro e Coelho (2001, p. 7), “[...] planos de saúde, participação dos funcionários no lucro, ascensão hierárquica [...].”

Do mesmo modo, o *goodwill* financeiro acresce valor à empresa devido à boa imagem que a mesma transmite a seus clientes e fornecedores, criando condições favoráveis de captação de recursos junto a instituições financeiras e investidores.

Já o *goodwill* político é segundo Martins, E. (1972, p. 74) o “obtido em função de boas relações com o Governo.” Através destas, as empresas visam obter privilégios que assegurem o seu desenvolvimento e a sua continuidade.

Conyngton (apud MARTINS, E., 1972, p. 74) admite a classificação do *goodwill* em pessoal, profissional, evanescente e de nome ou marca comercial, além do comercial já citado anteriormente.

Para o autor o *goodwill* pessoal, como complemento do comercial, surge em função das pessoas que colaboram com a empresa.

O *goodwill* profissional se refere ao desenvolvido por classes profissionais que acabam por receber prestígio da sociedade e, em consequência, maiores remunerações, como médicos e advogados, por exemplo.

Evanescente é o *goodwill* de curta duração, que surge em função de modas, como vestuário.

E, por fim, o *goodwill* de nome ou marca comercial que é tratado por Martins, E. (1972, p. 75) como “aquele que independe do produto, pois concorrentes o fabricam com as mesmas características, e que só pode ser ocasionado pela imagem do nome da empresa que o produz ou da marca sob o qual é comerciado.”

Cabe ressaltar que, segundo alguns autores, pode existir *goodwill* negativo ou *badwill*. Segundo Monobe (1986, p. 60), em situações em que ocorresse o *badwill*, “[...] a empresa valeria mais pelos ativos que pelas perspectivas de lucros futuros.” De acordo com o autor, nessas situações seria mais vantajoso, do ponto de vista do proprietário, a liquidação dos ativos da empresa do que a venda da mesma.

Compartilha de tal idéia Ornelas (2000, p. 152), ao mencionar o processo de apuração de haveres:

Em processos judiciais que envolvem apuração de haveres, *goodwill* negativo apurado em sociedade em marcha significa a inexistência de *goodwill*, mormente em sociedades deficitárias; tem como conseqüência o abandono do referido valor negativo, considerando o perito, no *balanço de determinação*, apenas os valores dos elementos patrimoniais a preços de mercado. Isto quer dizer que seria economicamente mais vantajoso liquidar a sociedade do que mantê-la em funcionamento.

Para Hendriksen e Breda (1999, p. 393-394) “o *goodwill* negativo é simplesmente o reverso da medalha do *goodwill* positivo. [...] O *goodwill* negativo é um ativo intangível que poderia ser denominado *Localização Desfavorável*.” O mesmo autor faz referência ao APB 17 (*Accounting Principles Board*):

[...] sugere que, quando o custo de uma empresa adquirida é inferior à soma dos valores de mercado ou calculados dos ativos identificáveis, menos os passivos, a diferença deve ser tratada como redução dos ativos não circulantes. Somente se persistir uma diferença não aplicável (após reduzir os ativos não circulantes a zero) é que será divulgado um *goodwill* negativo. Isto é relativamente incomum.

Dessa forma, de acordo com o enunciado anterior, a existência e conseqüente contabilização de um *goodwill* negativo é remota, visto que não é freqüente uma empresa ter seus ativos não circulantes reduzidos a zero.

2.3.3.1 *Goodwill* objetivo e subjetivo

Além das classificações referidas anteriormente, há outras duas: *goodwill* objetivo e *goodwill* subjetivo.

O primeiro se refere ao *goodwill* comprado ou adquirido, ou melhor, resultante de transações comerciais. Corresponde, segundo Vieira (apud SILVA, 2001, p. 24), “[...] ao saldo devedor ou credor que aparece no balanço quando de fusões, incorporações ou cisões de empresas diferentes, e que a Contabilidade registra como *Ágio* ou *Deságio* de Investimentos.”

Percebe-se a correspondência feita pelo autor entre *goodwill* e *ágio/deságio*, correspondência esta feita, também, pela legislação brasileira. A CVM (apud IUDICÍBUS, MARTINS e GELBCKE, 2000, p. 164), em sua Instrução n.º 247/96, define dois tipos de *ágio* ou *deságio*:

1. diferença entre o valor contábil e o valor de mercado de ativos da investida;
2. diferença entre o valor pago e o valor de mercado dos ativos da investida. Tal diferença pode ser proveniente de:
 - a) expectativa de resultado futuro;
 - b) direito de exploração, concessão ou permissão delegados pelo Poder Público.

Salienta-se, também, conforme os autores anteriormente mencionados (2000, p. 164, grifo dos autores), que a “[...] lei fiscal prevê ainda a existência de um terceiro tipo de *ágio*, o decorrente de *fundo de comércio, intangível e outras razões econômicas*.”

Observa-se, assim, que somente é permitido pelas normas contábeis brasileiras o reconhecimento do valor pago a maior (ou menor), em uma transação comercial, quando contemplado por um dos três tipos caracterizados, ou seja, se proveniente de diferença entre o valor contábil e o de mercado dos ativos da investida, de diferença entre o valor pago e o de mercado dos mesmos ativos, em virtude de expectativas de benefícios futuros, por exemplo,

ou se decorrente dos intangíveis da empresa investida. Tal reconhecimento se dá pelo método da equivalência patrimonial.

Segundo Monteiro e Coelho (2001, p. 7), em uma operação de compra de empresa, “[...] o preço pago pode ser alocado às contas da empresa compradora. A prática americana consiste em alocar o máximo possível do preço de compra a ativos específicos. O resíduo é considerado *goodwill* comprado ou adquirido.”

Cabe destacar que as normas norte-americanas e as internacionais consideram o *goodwill* objetivo, ou adquirido, como um excesso de valor pago sobre o *fair value*, ou seja, valor justo do *goodwill*. Para tais normas o *goodwill* representa a diferença entre o valor de mercado (o pago) e o valor justo (*fair value*) dos ativos líquidos de uma empresa. Já as normas brasileiras o consideram como o excesso de valor pago sobre o valor contábil destes ativos.

Martins, V. (2002, p. 4-5) ilustra as diferenças de contabilização do *goodwill* comprado com base nos princípios contábeis geralmente aceitos brasileiros e nas normas contábeis internacionais e norte-americanas. O autor sugere como exemplo a aquisição da empresa X pela empresa Y pelo valor de R\$ 100.000,00. A seguir são reproduzidas as formas de evidenciação da informação sobre o *goodwill*, nesse processo de aquisição, de acordo com o autor:

Empresa X		
	valores contábeis	valores justos
Ativos	150.000	190.000
Passivos	110.000	120.000
Ativos Líquidos	40.000	70.000
<i>Tabela I - em R\$</i>		

Empresa Y		
	Brasil (PCGA)	US e IASB Gaap
Investimento em X	40.000	70.000
Ágio	60.000	<i>não existe</i>
<i>Goodwill</i>	<i>não existe</i>	30.000
Valor Pago	100.000	100.000
<i>Tabela II - em R\$</i>		

Figura 2: Aquisição de empresa com a presença de *goodwill*

Fonte: Adaptada de Martins, V. (2002, p.4-5)

Martins, V. (2002, p. 4) define valor justo como “[...] algo que vai além do conceito de valor de mercado, já que atribui valor a ativos que podem não ter valor de mercado.” Hendriksen e Breda (1999, p. 402) também compartilham da idéia de que o *goodwill* comprado seja “[...] reconhecido automaticamente, pela diferença entre o valor pago por uma empresa e o valor justo de seus ativos líquidos.”

Deste modo, observa-se na análise das tabelas acima, as diferenças conceituais e de mensuração entre as técnicas contábeis nacionais e as internacionais. De acordo com os princípios contábeis geralmente aceitos pela contabilidade brasileira, em um processo de aquisição, existindo uma mais valia, esta é registrada como ágio, não sendo considerada a figura do *goodwill* para efeitos de contabilização. Já em relação aos *Generally Accepted Accounting Principles* (GAAP), princípios contábeis geralmente aceitos internacionais e norte-americanos, considera-se o registro somente do *goodwill*.

As diferenças de conceituação e mensuração, como já mencionado, existem, mas é inquestionável o registro do valor pago a maior em um processo de aquisição de empresa, seja sob a denominação de *goodwill* seja sob a de ágio (apesar deste não ter a mesma significação daquele).

O que comumente acontece, desse modo, por força das normas, é o registro somente do *goodwill* comprado, por corresponder a um valor objetivo, facilmente mensurável. Todavia, o *goodwill* subjetivo ou criado não é reconhecido pela contabilidade, seja nacional ou internacional.

Monteiro e Coelho (2001, p. 7) o definem como “[...] expectativas subjetivas sobre os lucros futuros acima do custo de oportunidade [...]”.

Para Vieira (apud SILVA, 2001, p. 24-25) o *goodwill* subjetivo é:

[...] difusamente identificado como valorização extra dos ativos da empresa, resultado de investimentos em seu pessoal – mediante treinamento e outras formas de valorização profissional – efeitos de gastos em propaganda e marketing, valorização do ponto de localização, e de outros fatores, nenhum deles claramente mensurável individualmente, e que, historicamente a Contabilidade tem relutado em evidenciar.

Já Marion (2003, p. 7) define o *goodwill* subjetivo como “[...] a diferença entre o Valor Presente dos Fluxos de Caixa menos o Valor de Mercado dos Ativos e Passivos.”

Todavia, o *goodwill* subjetivo não é reconhecido pela contabilidade e muitas são as distorções decorrentes do não registro deste ativo, sendo uma delas, citada por Monobe (1986, p. 104), a perda de comparabilidade entre empresas similares:

Empresas similares e com desempenhos reais semelhantes poderiam ter lucratividades e situações patrimoniais totalmente diferentes, em função apenas do fato de uma ter adquirido o *goodwill* e a outra desenvolvido o seu próprio, que não é reconhecido pela Contabilidade. Dessa forma, fica prejudicada a comparabilidade dessas empresas, através dos seus demonstrativos convencionais e mesmo entre exercícios sociais diferentes da mesma empresa.

Ornelas (2000, p. 151) coloca que o *goodwill* subjetivo ou, como denomina, o formado dentro da empresa, “[...] vai concretizando-se ao longo do tempo, por meio de diversas ações, cujos gastos, quando os há, são geralmente considerados como despesas do período [...]”, não sendo realizada a capitalização dos mesmos, ou seja, o reconhecimento da criação de tal ativo.

Discutida por alguns autores, a evidenciação, assim como, segundo o Boletim IOB – Temática Contábil e Balanços (2000, p. 7), a contabilização “[...] do *goodwill* formado internamente acrescentaria grande ganho de qualidade nas demonstrações contábeis, oferecendo-lhes maiores condições de cumprimento de sua missão.”

Martins, E. (1972, p. 71) menciona que “[...] vários autores têm preconizado diversos métodos para a sua mensuração e inclusive sugerido seu registro pelo menos na forma de uma Nota a acompanhar os Relatórios Contábeis.”

Entretanto, o referido registro se depara com o princípio do custo como base de valor, o qual proclama, conforme Iudícibus, Martins e Gelbcke (2000, p. 51), “[...] que somente é ativo aquilo que custou alguma coisa para a entidade, mormente se resultante de transações de compra de bens ou de insumos para a fabricação de bens.”

Andrade (apud WERNKE, 2001, p. 40) critica a referida abordagem ao dizer que o “[...] critério do custo como base de valor é, sem dúvida objetivo, prudente e conservador. Contudo, certamente não se estará abandonado a objetividade, a prudência e o conservadorismo apenas por atribuir valor ao intangível.

Ressalta-se, segundo Monobe (1986, p. 107), que, enquanto o *goodwill* subjetivo não for reconhecido pela contabilidade, o *goodwill* adquirido não será tratado adequadamente. Isto porque, à medida que empresas forem adquiridas, ocorrerá a mistura das duas formas de *goodwill* apresentadas. Acrescenta o autor (1986, p. 160) que, “[...] após a aquisição, o *goodwill* adquirido confunde-se com o não adquirido, passando a existir apenas um único *goodwill*, o *goodwill* da empresa.”

Cabe destacar, também, as divergências evidenciadas na prática contábil mundial, com relação ao registro do *goodwill* subjetivo. Segundo Antunes e Martins (2002, p. 2), “Enquanto existe de forma latente, mas percebida, porém sem registro contábil, costuma ser denominado *Goodwill Criado* ou *Goodwill Subjetivo*, passando a *Adquirido* quando efetivamente alguém

paga por ele.” Percebe-se, assim, que, enquanto mantido pela empresa, gerando capacidade de ganho à mesma, não é dedicada a importância necessária a esse ativo. Todavia, quando a empresa troca de mãos, através de processos de compra e venda, o mesmo ativo troca de nome passando a ser registrado como patrimônio da entidade.

2.3.4 *Goodwill* e contabilidade

Não obstante as considerações anteriormente expostas, acerca da dificuldade de mensuração de ativos intangíveis, são vários os métodos encontrados na literatura para este fim.

Preliminarmente à apresentação dos mesmos, cabe definir o que vem a ser mensuração. Para Hendriksen e Breda (1999, p. 304) mensurar, em contabilidade, significa “[...] o processo de atribuição de valores monetários significativos a objetos ou eventos associados a uma empresa, e obtidos de modo a permitir a agregação (tal como na avaliação total de ativos) ou desagregação, quando exigida em situações específicas.”

Almeida e Hajj (1997, p. 66) fazem analogia a uma lente para definirem mensuração:

Pode-se comparar a mensuração com uma ‘lente’, através da qual o gestor vê a realidade organizacional. Como qualquer ‘lente’, a mensuração pode aumentar, reduzir ou distorcer a imagem que o gestor tem da realidade. Assim, o problema central é estabelecer a ‘lente’ que melhor auxilie o gestor no atendimento dos objetivos da organização.

Todavia, discorre Monobe (1986, p. 20-21) que, de forma distinta à “[...] da mensuração nas ciências exatas, a mensuração contábil encontra sérios obstáculos à sua consecução satisfatória”, visto que se defronta com os critérios de objetividade e relevância, com os problemas inerentes à utilização da moeda como unidade de medida e, ainda, com o conservadorismo imposto pela legislação contábil.

Dessa forma, cabe ao gestor da informação adotar o método de mensuração do *goodwill*, dentre os apresentados, que melhor convém à realidade de sua empresa e que melhor se adequa para a obtenção da informação desejada.

Segundo Hendriksen e Breda (1999, p. 392-393) são três os principais enfoques concernentes à mensuração do *goodwill*:

1. Por meio da avaliação de atitudes favoráveis em relação à empresa.
2. Por meio do valor presente da diferença positiva entre lucros futuros esperados e o retorno considerado normal sobre o investimento total, não incluindo *goodwill*.
3. Por meio de uma conta geral de avaliação – a diferença entre o valor da empresa em sua totalidade e as avaliações de seus ativos líquidos tangíveis e intangíveis individuais.

Para os referidos autores, o primeiro enfoque sugere a correspondência entre o *goodwill* e as relações vantajosas estabelecidas pela entidade. Logo, quando da venda de uma empresa por um valor superior ao da soma de seus ativos individuais, pressupõe-se a existência de um *goodwill* ocasionado por boas relações com funcionários, clientes e fornecedores mantidas pela empresa ou quaisquer outros privilégios que façam com esta cultive uma boa imagem perante o mercado.

O segundo enfoque analisa o *goodwill* como o valor acima do considerado normal dos lucros esperados, trazidos a valor presente. Entretanto, os mesmos autores salientam a artificialidade de tal enfoque, visto que se baseia na capitalização de lucros. Já o terceiro enfoque entende o *goodwill* como uma conta de fechamento, cujo valor corresponde aquele não possível de associar a ativos específicos. Sobre este aspecto, Monteiro e Coelho (2001, p. 7) complementam que 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 [...]”

Com uma abordagem bastante similar a dos autores anteriormente referidos, Martins (1972, p. 60) ilustra que, em meio a tantos conceitos criados pela contabilidade para a

definição de *goodwill*, pode-se classificar em três grandes grupos as diversas concepções sobre o assunto:

Primeiro – O grupo que tem por fundamento a definição do ‘Goodwill’ como sendo o Valor Atual dos ‘Super-Lucros’.

Segundo – Aquele que o considera como subavaliação dos Ativos ou falta de registro de alguns deles.

Terceiro – O grupo que o conceitua como ‘master valuation account’.

Martins, E. (1972, p. 61) enfatiza que, para os adeptos do primeiro grupo, “[...] o sentido dado para o ‘Goodwill’ [...] é o de que se existe um resultado obtido pela empresa acima do ‘normal’, deve-se isso a algum fator que não está dentro do Ativo Contábil”, entendido esse como o ativo em seu sentido primitivo, ou seja, considerado somente quando tangível. Sendo assim, ao fator responsável pelo resultado acima do esperado dá-se o nome de *goodwill* ou, segundo o termo utilizado pelo grupo em questão, “valor atual dos super-lucros”.

Para o segundo grupo, o *goodwill* nada mais é do que o surgido pela diferença entre o valor de mercado e o registrado pela Contabilidade ou entre o de mercado e o de utilização, considerando que o valor de mercado é maior do que os dois outros citados. Quanto à conceituação dada pelo terceiro grupo, caracteriza-se o *goodwill* como o valor agrupado dos itens sem fácil identificação. Logo, todos os itens não identificados a outros ativos, classificar-se-iam como constituintes do *goodwill*.

Entretanto, o referido autor (1972, p. 82), apesar de citar este último grupo, critica-o:

Em um ativo definido em termos econômicos não existe, entretanto, lugar para o ‘Goodwill’. Em uma Contabilidade fundamentada dessa forma o ‘Goodwill’ simplesmente não existe. A sua definição como repositório dos agentes desconhecidos ou não identificados não possui significado científico; representa um estado de impossibilidade momentânea de melhor especificação.

Indubitável, todavia, independente da concepção a ser adotada, é a existência do *goodwill* entre os itens componentes do patrimônio de uma entidade e, para a sua mensuração contábil, alguns métodos são propostos.

2.3.4.1 Formas de mensuração do *goodwill*

De acordo com o Boletim IOB – Temática Contábil e Balanços (2000, p. 2), a “[...] avaliação do *goodwill*, em qualquer das abordagens sobre sua natureza, seria dada pelo valor presente dos benefícios futuros que se espera obter em função desse ativo.” Dentre algumas das formas propostas, destacam-se as baseadas em fatores multiplicativos, valores residuais e valores dos super-lucros.

2.3.4.1.1 *Mensuração baseada no lucro líquido e fator multiplicativo*

Explicita o Boletim IOB – Temática Contábil e Balanços (2000, p. 2) que, “[...] embora aparentemente singelas demais [...]”, as propostas de mensuração do *goodwill* baseadas no lucro e fator multiplicativo são válidas, principalmente para mercados pequenos, visto que a “[...] própria experiência de quem negocia esse tipo de empresa serve de base para o estabelecimento de fatores multiplicativos, e as margens de lucro praticadas são bastante homogêneas de empresa para empresa e largamente conhecidas pelos proprietários.”

Lawrence R. Dicksee

Dentre os clássicos preconizadores deste método, encontra-se Lawrence R. Dicksee, cuja formulação algébrica para o cálculo do *goodwill* é reproduzida abaixo:

$$G = (LL - RA - i \times AT) \times F$$

onde:

G = valor do *goodwill*

LL = lucro líquido

RA = remuneração da administração

i = taxa de juros aplicáveis ao capital imobilizado em ativos tangíveis

AT = ativo total

F = fator multiplicativo para obtenção do *goodwill*

Método de Nova Iorque

Este método baseia-se na mesma expressão algébrica do método anteriormente analisado. Entretanto, o lucro líquido utilizado para o cálculo compreende a média dos últimos cinco anos, consistindo este fato na única diferença entre os dois métodos.

Método de Hatfield

De acordo com este método, o *goodwill* corresponde a um valor residual sendo calculado a partir da seguinte fórmula:

$$G = (LL - RA \div j) - AT$$

onde:

G = valor do *goodwill*

LL = lucro líquido

RA = remuneração da administração

AT = ativos tangíveis

j = taxa de capitalização dos lucros

2.3.4.1.2 Valor Atual dos Super-Lucros

Monobe (1986, p. 68), ao fazer referência a este método, diz ser “[...] seu mais antigo defensor [...] Percy D. Leake, cuja forma de avaliação levava em conta o decréscimo gradativo dos super-lucros [...]”

O *goodwill*, de acordo com o método em questão, seria obtido através da seguinte fórmula:

$$G = \sum_{t=1}^k \frac{(LL_t - RA - i \times AT)}{(1 + r)^t}$$

onde:

LL_t = lucro líquido no momento t, que seria decrescente

r = taxa desconto atribuída aos super-lucros

t = duração dos super-lucros

RA = remuneração os administradores

i = taxa de juros aplicável ao imobilizado tangível

k = limite de duração dos super-lucros

2.3.4.1.3 Método de custo de reposição ou custo corrente

Segundo Schmidt e Santos (2002, p. 54) este método é “[...] um dos mais utilizados como aproximação do valor econômico [...]” Com a utilização deste método, o *goodwill* pode ser obtido pela fórmula abaixo:

$$G = \sum_{t=1}^n \frac{(LL_t - PLcc)}{(1 + j)^t}$$

onde:

LLt = lucro líquido no momento t

Plcc = patrimônio líquido a custos correntes

j = custo de oportunidade de investimento de igual risco

t = duração do lucro

2.3.4.1.4 Método do valor econômico

Trata-se, conforme Schmidt e Santos (2002, p. 54), “[...] de um método de avaliação ideal de ativos, entretanto de difícil implementação [...]” Foi proposto por Martins em sua tese de doutorado em 1972 e pode ser representado algebricamente pela seguinte fórmula:

$$A_i = \frac{V_t}{(1+j)^t} + \sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+j)^t}$$

onde:

A_i = valor econômico do ativo

V_t = valor residual do ativo

j = custo de oportunidade de empreendimento de igual risco

R_t = resultado econômico produzido pelo ativo

n = horizonte de tempo

2.3.4.1.5 Método do valor de realização

Ao citarem Iudícibus, Schmidt e Santos (2002, p. 55) acrescentam aos métodos de avaliação de *goodwill* apresentados anteriormente, o método do valor de realização. Segundo os referidos autores o *goodwill*, “[...] pode ser expresso [...] por seu valor de realização, ou

seja, pela diferença entre o lucro projetado para os períodos futuros e o valor do custo de oportunidade (risco zero), dividido pela taxa desejada de retorno (ou custo de capital)[...]” Tal método enseja a utilização da referida fórmula:

$$G = \left(\frac{L_1 - (PL_0 \times R)}{1 + j} \right) + \left(\dots + \frac{L_n - (PL_{n-1} \times R)}{(1 + j)^n} \right)$$

onde:

PL = patrimônio líquido a valores de realização

R = taxa de retorno de um investimento de risco zero

Ln = lucro projetado

J = taxa de retorno desejada

2.3.4.1.6 Mensuração do goodwill objetivo e do goodwill subjetivo

Edwards e Bell, conforme o Boletim IOB – Temática Contábil e Balanços (2000, p. 3), conceituam *goodwill* objetivo e subjetivo:

Para eles, o *goodwill* objetivo é a diferença entre o valor de mercado da empresa como um todo e a soma dos valores de mercado de seus ativos considerados individualmente; o *goodwill* subjetivo é a diferença entre os benefícios futuros que a entidade espera obter de seus ativos e a soma dos valores de mercado de seus ativos considerados individualmente.

Subsidiando a análise por eles realizada, apresentam-se as fórmulas algébricas utilizadas para mensuração do *goodwill*:

2.3.4.1.6.1 Goodwill objetivo

$$GO = VME - \sum VMA_i$$

onde:

GO= *goodwill* objetivo

VME = valor de mercado da empresa como um todo

VMA_i = valor de mercado do ativo A_i

2.3.4.1.6.2 *Goodwill subjetivo*

$$GS = VSE - \sum VMA_i$$

onde:

GS = *goodwill* subjetivo

VSE = valor subjetivo da empresa como um todo (o valor esperado dos benefícios futuros de todos os seus ativos)

VMA_i = valor de mercado do ativo A_i

2.3.4.1.7 *Goodwill Sinérgico*

Essa linha de entendimento pressupõe que o *goodwill* é resultado da sinergia da empresa. De forma literal, a sinergia significa trabalho em conjunto; logo, a corrente do *goodwill* sinérgico entende que quando os ativos da empresa trabalham em conjunto, produzem um resultado muito maior do que a soma dos resultados por eles produzidos quando atuam isoladamente.

Para Monobe (1986, p. 61), “[...] ocorrendo sinergia positiva, o valor da empresa seria sempre maior que a soma dos valores econômicos de todos os ativos utilizados, sem exceção.”

O mesmo autor (1986, p. 139) apresenta a forma algébrica de mensuração deste *goodwill*:

$$G = \sum_{t=1}^n \frac{(LL_t - PLE_t)}{(1 + j)^t}$$

onde:

LLt: lucro líquido no período t

PLEt: patrimônio líquido em valores econômicos no final do período t

j: taxa de desconto (custo de oportunidade) correspondente à remuneração de empreendimento de igual risco

Monobe (1986, p. 91) cita, ainda, que os recursos humanos seriam os grandes responsáveis pelo *goodwill* sinérgico, visto que constituem “[...] o único fator de desempenho de uma empresa, com capacidade de atuar sobre os demais fatores de lucro e decidir sobre a sua melhor combinação.”

Entretanto, Martins, E. (1972, p. 80) não concorda com a ligação entre os recursos humanos e o *goodwill*, ensejando que o valor dos recursos humanos são específicos do ativo: “[...] o fruto da sua atuação, representado pelos resultados econômicos, é diretamente relacionado a ele, e não ao ‘Goodwill’.”

Dessa forma, reforça-se a idéia de que um dos maiores problemas enfrentados pelo *goodwill* corresponde à sua mensuração e não à sua natureza, como sugerem alguns autores.

2.3.5 Contabilização e amortização do *goodwill*

Muitos são os países que não capitalizam o *goodwill*, escriturando-o diretamente contra o resultado, reduzindo-o e angariando benefícios fiscais. Muitos são, também, os que o capitalizam e procedem à sua amortização ao longo dos anos.

Diante desse cenário, Iudícibus (apud SCHMIDT e SANTOS, 2002, p. 48) apresenta algumas formas de tratamento do *goodwill*: a) “manter intacto seu valor”; b) “diminuí-lo do patrimônio líquido (lucros acumulados)”, e c) “amortizar o *goodwill* em certo número de anos.”

Os adeptos da primeira forma de tratamento acreditam que, já que o *goodwill* tem uma vida útil indefinida ou determinada em bases não muito exatas, seria válida a permanência do valor original registrado, sem nenhuma alteração. Entretanto, muitos críticos a este tratamento alegam que, segundo Schmidt e Santos (2002, p. 48), “[...] isso só será válido se o *goodwill* criado também for registrado e se houver evidência de que a entidade conseguiu manter uma política de gastos que ao menos mantiveram seu valor original.”

Os que defendem a segunda forma de tratamento acreditam ser coerente diminuir o *goodwill* do patrimônio líquido haja vista que, se o *goodwill* subjetivo é lançado diretamente contra resultado, o *goodwill* objetivo também o deve ser.

Já no que concerne à amortização do *goodwill* muitas são as hipóteses aceitáveis, dependendo da legislação de cada país. Schmidt e Santos (2002, p. 50) explicitam que o *goodwill* “[...] deveria ser transferido para o resultado do exercício no período em que ficasse evidenciada a perda da substância econômica que o gerou.”

Hendriksen e Breda (1999, p. 395) salientam que “[...]embora a amortização de ativos intangíveis não forneça informação útil, ela também não prejudica ou distorce outras informações que estão sendo apresentadas.”

Percebe-se que são muitos os tratamentos contábeis do *goodwill* nos diversos países do mundo, os quais evidencia-se na tabela a seguir:

Países/ instituições	Capitalizam o <i>goodwill</i>	Escrituram diretamente contra reservas
África do Sul	Sim	Sim
Alemanha	Sim	Sim
Austrália	Sim – prazo máximo de 20 anos	Não
Brasil	Sim – prazo máximo de 10 anos	Não
Canadá	Sim – prazo máximo de 40 anos	Não
Espanha	Sim	Não
Estados Unidos	Sim – sem amortização	Não
Filipinas	Sim – prazo máximo de 40 anos	Não
França	Sim	Não
Grécia	Sim	Sim
Holanda	Sim	Sim
Hong Kong	Sim	Sim
Iasb	Sim – prazo máximo de 20 anos	Não
Inglaterra	Sim	Sim
Itália	Sim	Sim
Japão	Sim – prazo máximo de 5 anos	Sim
Nigéria	Sim	Sim
Quênia	Sim	Sim
Suécia	Sim – prazo máximo de 20 anos	Não
Suíça	Sim – sem amortização	Sim
Tailândia	Sim	Sim
União Européia	Sim	Sim

Quadro 2 : Tratamento contábil do *goodwill*

Fonte: Schmidt e Santos (2002, p. 47)

A legislação americana permitia a amortização do *goodwill*, assim como de outros ativos intangíveis, por um período não superior a quarenta anos. Todavia, conforme informação de Schmidt e Santos (2002, p. 50), “[...] as normas norte-americanas foram alteradas, em junho de 2001 [...]”, e, atualmente, o *goodwill* não é mais amortizado, sendo previsto, na nova legislação, um teste anual de *impairment*. Consiste na comparação entre o

valor contábil do ativo e seu valor recuperável, sendo este definido como o maior preço de venda líquido de um ativo. Para os casos em que o *goodwill* tem vida útil maior do que vinte anos, realiza-se este teste como forma de verificar se o valor do *goodwill* ainda é recuperável.

Em contrapartida, as normas contábeis internacionais (IASB) limitam a vida útil do *goodwill* em vinte anos, podendo este período ser ampliado caso sejam justificados os fatores considerados para tal.

Todavia, vários fatores deverão ser considerados quando da estimativa de vida útil do referido ativo, como exemplo, aspectos comuns em relação ao *goodwill* do ramo de negócio da empresa. Destaca-se, também, de acordo com os autores anteriormente mencionados (2002, p. 100), que incertezas quanto à realização “[...] justificam estimativas de vida útil do *goodwill* em uma base mais prudente, mas não justificam uma vida útil estimada curta ou irreal.”

Não obstante tais considerações, as normas contábeis brasileiras permitem a amortização do *goodwill*, sob a denominação de ágio e deságio, em referência a *goodwill* e *badwill*, com base no fundamento econômico que originou tal ativo.

Desse modo, conforme Schmidt e Santos (2002, p. 50), a amortização do ágio/ deságio é feita da seguinte forma:

- ágio (deságio) relativo à diferença de valor de mercado dos bens do ativo da coligada e controlada e ao respectivo valor contábil, deverá ser amortizado à medida que esses ativos forem sendo realizados por depreciação, amortização, exaustão ou baixa por alienação ou perecimento do investimento.
- ágio (deságio) relativo à expectativa de resultado futuro deverá ser amortizado no prazo e na extensão das projeções que o determinaram ou pela baixa por alienação ou perecimento do investimento, embora o prazo máximo não possa exceder a 10 (dez) anos, prazo esse arbitrário em função da legislação atual.

Salienta-se que a legislação brasileira não prevê a contabilização e, conseqüente, amortização do ágio/deságio que se origina por fundamentos econômicos diversos dos

apresentados. Logo, se tal ágio/deságio for identificado deverá ser reconhecido como perda do exercício e explicitado tal fato em notas explicativas.

Ressalta-se, ainda, que a legislação brasileira não prevê o reconhecimento do *goodwill* formado internamente à empresa, só reconhecendo o adquirido sob a forma de ágio ou deságio. Desta forma, quando o preço de custo das ações compradas é maior que o valor patrimonial das mesmas tem-se um ágio; quando o referido preço de custo é menor, caracteriza-se um deságio. Abaixo, evidenciam-se tais situações:

Tabela 1: Ágio e Deságio

	\$	\$
Preço de custo - 1.000.000 de ações	2.500.000	1.500.000
Valor patrimonial do investimento 1.000.000 de ações a \$ 2,00	<u>2.000.000</u>	<u>2.000.000</u>
Ágio (Deságio)	<u>500.000</u>	<u>-500.000</u>

Fonte: Adaptada de Iudícibus, Martins e Gelbcke (2000, p. 162)

O *goodwill* negativo (*badwill*) ou deságio segue as mesmas regras de contabilização e de amortização do *goodwill* ou ágio. A amortização está, também, baseada no fundamento econômico que gerou tal ativo, encontrando somente algumas divergências quanto à sua amortização, nas normas norte-americanas.

DESCRIÇÃO	US - GAAP	IASB	BRASIL- CVM
Goodwill negativo Deságio	Insuficiência de valor pago sobre o <i>fair value</i> após a compensação de ativos não correntes é registrada diretamente em ganhos extraordinários.	Insuficiência de valor pago sobre o <i>fair value goodwill</i> negativo limitado ao valor dos ativos não monetários, após diretamente no resultado	Insuficiência de valor pago sobre o valor contábil “Deságio”
Fundamento Econômico	Não é fundamentado, subentendendo-se que seja originado por diferença de avaliação	1. Expectativa de prejuízo futuro definida no plano de aquisição do adquirente 2. Expectativa de prejuízo futuro não definida no plano de aquisição do adquirente	1. Diferença entre o valor de mercado e valor contábil 2. Expectativa de prejuízo futuro
Amortização	Não é amortizado	1. À medida que ocorrem os prejuízos e limitada a 20 anos 2. Da mesma forma que o não fundamentado <u>Sem fundamento:</u> vida útil (média ponderada) dos ativos identificáveis amortizáveis ou depreciáveis	1. Proporcional à realização do ativo 2. Prazo de projeção dos prejuízos limitado a dez anos <u>Sem fundamento:</u> somente quando da baixa por alienação ou perecimento do investimento

Quadro 3: Análise comparativa do *goodwill* negativo adquirido

Fonte: Adaptada de Schmidt e Santos (2002, p. 159)

Constata-se que, assim como o *goodwill*, o *badwill* adquirido caracteriza-se como a diferença entre o valor de mercado e o valor justo dos ativos líquidos da empresa adquirida.

Todavia, tal diferença é negativa.

Deve-se considerar os fundamentos econômicos que geraram tal ativo para que o mesmo seja reconhecido pela contabilidade e amortizado ao longo do tempo. Ressalta-se, segundo Schmidt e Santos (2002, p. 157), que “[...] pelas normas brasileiras o deságio não

fundamentado economicamente deverá ser mantido sem amortização, até que o investimento seja baixado por alienação ou perecimento.”

Destaca-se, ainda, que as normas contábeis internacionais pressupõem como fundamento econômico a expectativa de prejuízos futuros pela empresa adquirente para o reconhecimento do *goodwill* negativo, sendo que as normas norte-americanas, a partir das mudanças ocorridas em 2001, citadas em outro momento, não mais utilizam tal expressão, contendo em seu escopo somente o tratamento contábil a ser dado a tal ativo.

2.3.6 *Goodwill* versus Capital Intelectual

Muito se tem discutido sobre capital intelectual nos últimos tempos. Sem dúvida tal elemento se constitui na chave mestra das empresas da era do conhecimento e todo estudo sobre ele proposto se caracteriza como de grande valia para a sociedade mercantil atual. Entretanto, percebe-se da análise de alguns estudos já realizados, alguns equívocos de conceituação. Muitos o consideram como sinônimo de *goodwill*, o que, de acordo com renomados autores da área contábil, não é verdade.

Conforme Antunes e Martins (2002, p. 3) o capital intelectual faz parte do *goodwill*, não sendo todavia sinônimo deste último:

o Capital Intelectual é um conjunto de elementos que ajuda a empresa a passar a valer mais do que vale a soma algébrica dos seus elementos patrimoniais tradicionais. Logo, é parte do *Goodwill* como um todo. Este é formado, assim, pelo Capital Intelectual da empresa, pelo valor da tecnologia, da sinergia decorrente da junção de diversos ativos, do nome da empresa ou de uma marca que detenha e outros fatores que criem essa mais valia.

Desse modo, quando uma empresa é comprada por outra por um valor a maior do que o valor contábil registrado, caracterizando a geração de *goodwill* na transação, segundo os

referidos autores, o capital intelectual também estaria sendo adquirido nesta mesma transação comercial, visto que faz parte do *goodwill*.

Complementam os autores (2002, p. 3):

se o Capital Intelectual tivesse vida própria, pudesse ser alienado a terceiros, fosse identificado e circunscrito de maneira completa, deixaria de compor o *Goodwill*, teria sua personalidade identificada e poderia ser contabilizado individualmente pelo adquirente dentro da atual estrutura teórica da Contabilidade.

Logo, como ainda não existem métodos adequados de mensuração do capital intelectual, resta impossibilitada sua alienação isolada do *goodwill*, permanecendo como parte integrante deste.

Marion (2003, p. 5) destaca, também, algumas características de tais elementos. Saliencia a visão contábil temporal do *goodwill* e a idéia de amortização a ele atrelada em oposição à visão contábil progressiva e em constante renovação e à perspectiva de vantagens futuras concernentes ao capital intelectual.

Da análise do exposto, apesar de Edvinsson e Malone (apud MARION, 2003, p. 5) pressuporem a igualdade de valores de tais elementos em determinado momento, conclui-se pela diferença de conceitos.

Enfatizam Antunes e Martins (2002, p. 4) que “[...] o Capital Intelectual é a grande explicação de uma parte do Goodwill, como pode outra parte estar simplesmente na localização geográfica da empresa (uma loja comercial estrategicamente localizada [...])”.

Dessa forma, não se constitui o capital intelectual em sinônimo de *goodwill*, visto que tal elemento é uma parte componente de todo o agregado *goodwill*.

2.3.7 *Goodwill* e o processo de avaliação de empresas

Observa-se, atualmente, um grande número de empresas sendo negociadas no mercado por valores muito diferentes dos registrados pela contabilidade. Isto decorre da existência de ativos intangíveis que agregam valor à empresa e que, muitas vezes, não são reconhecidos pela contabilidade e evidenciados nas demonstrações contábeis. As empresas da *internet*, as chamadas *ponto.com*, assim como as empresas do conhecimento, onde o diferencial competitivo são as pessoas, configuram-se como exemplo das discrepâncias concernentes à avaliação econômico-financeira de centenas de empresas contemporâneas.

Conforme Viana (apud SILVA e SANTOS, 2003, p. 2) “[...] a Nike, não tem fábricas. A livraria de maior crescimento do mundo, a Amazon, não tem um metro quadrado de lojas. A filial americana da Nokia fatura 200 milhões de dólares, com cinco empregados.”

Tal citação corrobora para a caracterização da realidade das empresas modernas. Em virtude da globalização de mercados e de culturas, ocorridas nas últimas décadas, assim como, da quebra de paradigmas empresariais, as organizações atuais contam com cada vez menos ativos físicos, investindo, cada vez mais, na obtenção e desenvolvimento de ativos intangíveis.

Monteiro e Coelho (2001, p. 4) acrescentam

a Amazon.com tem uma dívida de US\$ 2,2 bilhões, quase o dobro de seu faturamento anual, teve um prejuízo de US\$ 125 milhões nos primeiros nove meses de 99 e não distribui dividendos. Na mesma data, tinha um valor de mercado de US\$ 33 bilhões.

Como mencionado, a divergência entre o valor de mercado de muitas empresas atuais e seus respectivos valores patrimoniais, concentra-se na existência de intangíveis, como marcas, patentes, capital intelectual e *goodwill*, os quais não são evidenciados pela contabilidade mas que merecem atenção.

Segundo Sá (2003, p. 10) “[...] nenhum empresário está disposto a ceder seu patrimônio pelo montante que evidencia o balanço patrimonial e nem, também, todo o financiador a aceitar como garantia o estimado como aviamento.”

Complementa o autor (2003, p. 11) que o “[...] valor de um componente patrimonial ou de um agente do patrimônio, imaterial, não se mensura por suposição, mas por constatação derivada de um complexo de considerações apoiadas em realidades.”

Diante do exposto, faz-se necessário o conhecimento da empresa, quando de um processo de avaliação, visto que tanto seus ativos tangíveis quanto intangíveis caracterizam-se como componentes do valor econômico da empresa, que, geralmente, constitui-se no valor pelo qual a empresa será negociada com terceiros.

2.3.7.1 Definindo valor

Preliminarmente ao estudo do valor econômico da empresa Alfa e do valor do *goodwill* da entidade, faz-se necessário o entendimento do termo valor.

O grau de utilidade apresentado por um bem representa o fator determinante do valor deste bem. Quanto maior o grau de utilidade que este apresentar, maior será seu valor. Todavia, em virtude da gama de possibilidades de utilização do termo, como, por exemplo, valor econômico, valor patrimonial, valor de liquidação, torna-se dificultada a criação de um conceito único capaz de atender às diversas áreas que o utilizam.

Cavalcante (2002, p. 1), a respeito a dificuldade de conceituação do termo valor, complementa:

A dificuldade reside no fato de a idéia de valor estar quase sempre associada às expectativas dos agentes envolvidos na transação e, portanto, a aspectos subjetivos. Desse modo, é normal que um mesmo objeto de avaliação receba valores diferenciados quando submetido à avaliação de diferentes avaliadores.

Herrmann Jr. (apud CAVALCANTE, 2002, p. 4) define valor como “ “[...] juízo ou opinião formulada pela inteligência a respeito de bens econômicos, cuja medida depende do grau de utilidade e desiderabilidade.””

Logo, dependendo do grau de utilidade que o avaliador considera para determinado bem, o valor deste poderá ser mensurado de formas diversas, culminando em valores distintos de avaliador para avaliador, em determinados casos.

Cabe destacar, que dentre algumas concepções de valor de uma empresa, encontradas na literatura contábil, destaca-se, conforme Neiva (1999), o valor patrimonial e o valor econômico. Versa o autor (1999, p. 12):

- a) Valor Patrimonial: o valor da empresa é determinado pelo somatório dos bens que constituem o patrimônio da empresa.
- b) Valor Econômico: o valor da empresa decorre do potencial de resultados futuros.

Para Santos (2002, p. 68) uma “[...] empresa vale pela sua capacidade de gerar rendimentos para seus quotistas ou acionistas.

Almeida e Straioto (2002, p. 24) destacam, todavia, que o valor de uma empresa resulta da combinação de interesses de comprador e vendedor:

[...] o valor da empresa é o valor de negociação, o montante que o comprador estaria disposto a pagar pela compra do patrimônio líquido de uma empresa e, normalmente, o vendedor estaria disposto, também, a efetuar sua venda, chegando-se, assim, a uma concordância das partes interessadas.

Contudo, mesmo que resultante de acordo entre as partes, compradora e vendedora, a definição do valor de uma empresa é influenciada por vários fatores, ou como menciona Almeida e Straioto (2002, p. 25), “[...] depende de variáveis que possam gerar caixa [...]”, destacando-se entre elas o *goodwill* da empresa.

Proceder-se-á, desse modo, diante das considerações expostas, ao cálculo do valor econômico da empresa Alfa e posterior definição do valor do *goodwill* desta empresa.

3 O CASO DA EMPRESA ALFA

3.1 APRESENTAÇÃO

A empresa Alfa está constituída sob a forma de sociedade por ações, sendo seu objetivo principal a exploração da indústria de aparelhos e equipamentos telefônicos de telecomunicação, bem como a fabricação de peças e acessórios para comercialização.

Há 27 anos no mercado, a empresa se utiliza de capital 100% nacional e tecnologia própria, dispondo de escritórios nas principais cidades do país. Seu parque fabril está localizado na região metropolitana de Florianópolis e, além de atuar no Brasil, mantém relações comerciais com empresas do México, Venezuela, Colômbia, Equador, Peru, Bolívia, Paraguai, Chile, Argentina e Uruguai, estando entre as líderes de mercado de seu setor.

3.2 AVALIAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA DA EMPRESA

Um dos métodos mais utilizados na atualidade para a avaliação de empresas, refere-se ao Fluxo de Caixa Descontado que, segundo Almeida e Straioto (2002, p. 25), tem como objetivo “[...] avaliar a capacidade de geração de caixa da empresa; se ela faz dinheiro hoje e se demonstra capacidade de continuar a fazê-lo no futuro.”

Neste método, o valor dos ganhos da empresa é obtido descontando-se os fluxos de caixa líquidos esperados (após deduzidas as despesas e impostos) pela taxa de desconto que representa o custo de oportunidade do capital aplicado.

Almeida e Straioto (2002, p. 28) ressaltam algumas dificuldades e vantagens da utilização deste método de avaliação:

[...] apesar de todas as dificuldades quanto à taxa de projeção e taxa de desconto, esse método procura evidenciar o valor do dinheiro no tempo, por meio da geração de caixa futuro da empresa a valores presentes; conseqüentemente, evidencia toda a capacidade de competitividade atual da empresa, como também seu maior e mais valioso ativo – o *goodwill*-formado internamente. Por isso, o método do fluxo de caixa descontado é, atualmente, o mais utilizado nos processos de avaliações.”

Sendo assim, elaborar-se-á o fluxo de caixa descontado da empresa Alfa, objetivando-se a mensuração do *goodwill* subjetivo da entidade.

3.2.1 Cenários e taxa de desconto

A base de coleta dos dados a seguir evidenciados se refere aos demonstrativos contábeis da empresa, relativos aos anos de 2000 e 2001, publicados no Diário Oficial do Estado de Santa Catarina.

Utilizou-se como base de referência para os cálculos propostos a média histórica dos anos de 2000 e 2001, sendo que a taxa de desconto adotada refere-se à SELIC do dia 26/11/2003 (www.gazetamercantil.com.br) e corresponde a 18,32%, que representará o custo dos capitais aplicados na empresa Alfa.

3.2.2 Posição patrimonial da empresa em 2001

A identificação do acervo de bens, direitos e obrigações da sociedade está consubstanciada no Balanço Patrimonial de 31/12/2001, cujo resumo e eventuais ajustes são apresentados a seguir.

Tabela 2: Bens e direitos da empresa Alfa

Descrição	Valor (R\$ Mil)
<i>Circulante</i>	52.613
Caixa e bancos	224
Aplicações financeiras	5.672
Contas a receber, líquido	17.732
Estoques	27.740
Impostos a recuperar	460
Adiantamento a fornecedores	785
<i>Realizável a Longo Prazo</i>	2.296
Depósitos judiciais	137
Impostos a recuperar	577
Impostos Diferidos	1.237
Imóveis destinados a venda e outros	345
<i>Permanente</i>	22.551
Investimentos	28
Imobilizado	22.523
Total do Ativo	77.460

Fonte: Extraído do Balanço Patrimonial de 31/12/2001 da empresa Alfa.

Tabela 3: Obrigações da empresa Alfa

Descrição	Valor (R\$ Mil)
<i>Circulante</i>	22.445
Empréstimos e financiamentos	5.097
Fornecedores	3.572
Parcelamentos de impostos e encargos	1.385
Obrigações Trabalhistas	3.576
Obrigações Fiscais	1.488
Dividendos a pagar	782
Debêntures a pagar	5.069
Contas a pagar e outros	1.476
<i>Exigível a Longo Prazo</i>	25.726
Empréstimos e financiamentos	239
Fornecedores	520
Parcelamento de impostos e encargos	3.149
Incentivo fiscal - PRODEC	21.818
Total do Passivo	48.171

Fonte: Extraído do Balanço Patrimonial de 31/12/2001 da empresa Alfa.

3.2.3 Projeção do fluxo de caixa

A receita foi projetada considerando aumento de 3% em relação à receita de referência, nos anos de 2004 e 2005, permanecendo igual a 2005 por período indeterminado, ou seja, considerou-se uma perpetuidade do valor mensurado em 2005.

Quanto aos custos e despesas, adotou-se, também, o critério da perpetuidade do valor projetado para 2005, sendo, entretanto, considerado um aumento de 2% em relação à despesa de referência, nos anos de 2004 e 2005. O percentual foi considerado menor do que a receita considerando os ganhos esperados de produtividade e eficiência nos próximos períodos.

No que concerne aos investimentos da empresa, a partir de 2005, considerou-se que os mesmos referir-se-ão à reposição de ativos, sendo adotado, para a realização dos cálculos propostos, valor idêntico à quota de depreciação. Cumpre destacar que o imposto de renda foi calculado com base no lucro real da empresa.

Tabela 4: Fluxo de caixa projetado da empresa Alfa

Cia. Alfa				
FLUXO DE CAIXA				
Valores em R\$ MIL				
Data Base: 31/12/2003				
CONTAS	REFERÊNCIA	2004	2005	PERPETUIDADE
RECEITA BRUTA DE VENDAS				
Vendas de produtos e serviços	157.120	161.834	166.689	166.689
Deduções - Impostos, devoluções e abatimentos	(32.495)	(33.470)	(34.474)	(34.474)
	-	-	-	-
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	124.625	128.364	132.215	132.215
Custo dos produtos e serviços vendidos	(80.417)	(82.025)	(83.665)	(83.665)
	-	-	-	-
LUCRO BRUTO	44.209	46.339	48.549	48.549
	-	-	-	-
DESPESAS (RECEITAS) OPERACIONAIS				
Despesas comerciais	(20.698)	(21.111)	(21.534)	(21.534)
Despesas administrativas	(4.936)	(5.034)	(5.135)	(5.135)
Outras despesas (receitas) operacionais, líquidas	(252)	(257)	(262)	(262)
	(25.885)	(26.402)	(26.930)	(26.930)
	-	-	-	-
LUCRO ANTES DOS EFEITOS FINANC. E IMP.	18.324	19.937	21.619	21.619
(-) Provisão para Imposto de Renda	(4.557)	(4.960)	(5.381)	(5.381)
(-) Provisão para a Contribuição Social	(1.649)	(1.794)	(1.946)	(1.946)
	-	-	-	-
RESULTADO DO PERÍODO	12.118	13.182	14.293	14.293
	-	-	-	-
Depreciação	3.429	3.429	3.429	3.429
Baixas do ativo imobilizado	275	275	275	275
	-	-	-	-
Fluxo livre antes dos investimentos	15.822	16.886	17.997	17.997
	-	-	-	-
Investimentos	(6.937)	(6.937)	(3.429)	(3.429)
	-	-	-	-
FLUXO DE CAIXA LIVRE	8.885	9.949	14.568	14.568
	-	-	-	-
FLUXO DE CAIXA DESCONTADO	-	8.409	10.406	56.800
FLUXO DE CAIXA DESCONTADO ACUMULADO	-	8.409	18.814	75.614

Fonte: A autora, baseada em Santos (2002, p. 55)

3.2.4 Valor econômico da empresa

O valor econômico da empresa é composto pelos ganhos líquidos futuros, calculados ao valor presente, aplicando-se ao presente caso a taxa de desconto de 18,32%, que é fornecido pelo fluxo de caixa descontado. Adicionou-se ao valor obtido no fluxo de caixa descontado o valor das disponibilidades, créditos a receber, estoques e ativos não operacionais.

Tabela 5: Valor econômico da empresa Alfa

Valor Econômico da Cia. Alfa	
(Em R\$ Mil)	
Valor do Fluxo de Caixa Descontado	75.614
Valor dos Ativos Financeiros e Estoques	54.564
Valor dos Ativos Não-Operacionais	373
Valor Econômico da Empresa	130.551

Fonte: A autora, baseada em Santos (2002, p. 71)

Constata-se, assim, que o valor econômico da empresa Alfa é de R\$ 130.551.000,00.

3.2.5 Valor do *goodwill* da sociedade

Não obstante as considerações expostas até o momento a respeito dos ativos intangíveis, mais precisamente, do *goodwill*, cabe ressaltar a importância dos referidos entes patrimoniais para o processo de avaliação de empresas, haja vista o valor de uma empresa ser resultado do somatório de bens tangíveis e intangíveis de uma sociedade.

Desse modo, sendo a mensuração do *goodwill* subjetivo da empresa Alfa o objetivo maior do presente estudo, proceder-se-á ao cálculo do mesmo.

Adotar-se-á, para o referido cálculo, a metodologia proposta por Santos (2003), qual seja:

$$\begin{array}{r} \boxed{\text{Fluxo de Caixa Livre Descontado}} \\ + \boxed{\text{Disponibilidades, Créditos e Estoques}} \\ + \boxed{\text{Ativos Não-Operacionais}} \\ = \boxed{\text{Valor Econômico da Empresa}} \\ - \boxed{\text{Ativos Revisados e Avaliados}} \\ = \boxed{\textit{Goodwill}} \end{array}$$

Figura 3: Cálculo do *goodwill*
Fonte: Santos (2003)

Como recurso prático para elaboração do referido cálculo, considerou-se o valor dos ativos revisados e avaliados como resultante da diferença entre o valor total do ativo, no ano de 2001, e o valor da rubrica ‘Despesas antecipadas e outros’.

Tabela 6: Demonstrativo do cálculo do goodwill da empresa Alfa

Cia. Alfa		
DEMONSTRATIVO DO CÁLCULO DO <i>GOODWILL</i>		
(Em R\$ Mil)		
Data Base 31/12/2003		
Ativos Financeiros e Estoques		
Caixa e Bancos	224	
Aplicações Financeiras	5.672	
Contas a receber, líquido	17.732	
Estoques	27.740	
Impostos a recuperar	460	
Adiantamento a fornecedores	785	
Depósitos judiciais	137	
Impostos a recuperar	577	
Impostos diferidos	1.237	54.564
Ativos Não-Operacionais		373
FLUXO DE CAIXA DESCONTADO (FCD)		75.614
VALOR ECONÔMICO DA EMPRESA		130.551
(-) TOTAL DOS BENS E DIREITOS		77.460
<i>GOODWILL</i>		53.091

Fonte: A autora, baseada em Santos (2003)

Seguindo a metodologia proposta, mensurou-se o *goodwill* da empresa Alfa, conforme cálculos demonstrados, chegando-se à importância de R\$ 53.091.000,00.

Confrontando o valor do *goodwill* com o valor do ativo ajustado (R\$ 77.460.000,00), denota-se que o valor não reconhecido contabilmente representa 68,5% dos bens e direitos da empresa Alfa. Sendo assim, o *goodwill* representa o mais valioso ativo da empresa analisada.

CONSIDERAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

Atualmente, em virtude do elevado grau de competitividade entre as empresas, estas buscam, cada vez mais, o conhecimento de informações relevantes acerca de sua estrutura operacional.

Todavia, os demonstrativos contábeis, instrumentos responsáveis pela evidenciação das mutações patrimoniais da empresa, não respondem mais aos anseios empresariais. Os ativos intangíveis, neste contexto, sob a alegação de dificuldade em mensurá-los, não são evidenciados pela contabilidade. Contudo, cabe ressaltar, que à medida que não evidenciam todas as transformações ocorridas no patrimônio da empresa, assim como, não fornecem informações sobre o potencial de geração de lucros futuros, atreladas aos intangíveis, os demonstrativos contábeis perdem poder preditivo e informativo para os quais foram criados.

Entretanto, como forma de minimizar as deficiências pertinentes à evidenciação dos entes patrimoniais nas demonstrações financeiras e almejando possibilitar aos gestores da informação ferramentas melhores qualificadas para a gestão do negócio, desenvolveram-se, nos últimos anos, metodologias alternativas de avaliação de empresas.

O valor de uma empresa é determinado pelo somatório dos bens tangíveis incorporados ao patrimônio, combinado com o somatório dos bens intangíveis, os quais, apesar de não possuírem contas específicas para registro, agregam valor ao negócio, proporcionando vantagem competitiva à empresa que os detém.

O *goodwill*, importante ativo do grupo intangível do patrimônio, representado por localização estratégica, treinamento e aperfeiçoamento dos empregados, eficácia administrativa e fidelidade dos clientes, neste contexto, constitui-se fator de forte influência na determinação do valor de uma empresa.

Um dos métodos mais utilizados atualmente para a avaliação de resultados futuros de empresa corresponde ao fluxo de caixa descontado. O referido cálculo é parcela importante na mensuração do *goodwill* subjetivo, proporcionando, assim, uma visão mais real do verdadeiro valor econômico da empresa.

Diante do exposto, o presente estudo alcançou os objetivos propostos, identificando a presença de *goodwill* na empresa Alfa, com base nos cálculos realizados. Cumpre destacar que o método do fluxo de caixa descontado caracterizou-se como instrumento de grande relevância na consecução dos objetivos propostos, permitindo a mensuração do *goodwill* da empresa analisada.

Através da análise dos resultados foi possível averiguar a importância dos ativos intangíveis para as organizações, mais precisamente do *goodwill*, visto que os mesmos são, muitas vezes, os responsáveis pelo crescimento da entidade.

O presente estudo teve, também, como desígnio intrínseco, ressaltar a necessidade da criação de normas que adequem o registro contábil dos referidos ativos intangíveis e a evidenciação dos mesmos nas demonstrações contábeis.

Recomenda-se que futuros estudos busquem a análise de aspectos relacionados a outros importantes ativos intangíveis das organizações.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Dalci Mendes; STRAIOTO, Dilza Maria Goulart Tredezini. Avaliação de empresas: como determinar o valor de uma empresa utilizando o método do fluxo de caixa descontado. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, ano XXXI, n. 135, p. 22-33, maio/jun. 2002.

ALMEIDA, Maria Goreth Miranda; HAJJ, Zaina Said El. Mensuração e avaliação do ativo: uma revisão conceitual e uma abordagem do goodwill e do ativo intelectual. **Caderno de Estudos**, São Paulo, FIPECAFI, v. 9, n. 16, p. 66-83, jul./ dez. 1997.

ANEEL. Disponível em: <http://www.aneel.gov.br/aplicacoes/leitura_arquivo>. Acesso em: 25 out. 2003.

ANTUNES, Maria Thereza Pompa; MARTINS, Eliseu. O capital intelectual integra o *goodwill*. **IOB – Informações Objetivas**, Temática Contábil e Balanços, n. 51, p. 1-6, 3ª semana, dez. 2002.

BASTOS, Lília da Rocha. et al. **Manual para elaboração de projetos e relatórios de pesquisa, teses, dissertações e monografias**. 5.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

BEUREN, Ilse Maria (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2003.

CARNEIRO, Carlos Renato; MARQUES, José Augusto Veiga da Costa. **IOB – Informações Objetivas**, Temática Contábil e Balanços, ano XXXVII, n. 18, p. 8-14, 1ª semana, maio 2003.

CAVALCANTE, Paulo Roberto Nóbrega. Afinal, o que é esse tal de “valor econômico”? **IOB – Informações Objetivas**, Temática Contábil e Balanços, ano XXXVI, n. 10, p. 1-7, 1ª semana, mar. 2002.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**: para uso dos estudantes universitários. Brasil: Editora mcGraw-Hill do Brasil Ltda, 1972.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Resolução nº 921/01, de 13 de dezembro de 2001. Aprova, da NBC T 10 – Dos aspectos contábeis específicos em entidades diversas, o item – Arrendamento Mercantil. **Princípios fundamentais e normas brasileiras de contabilidade**. Brasília: CFC, 2003.

EDVINSSON, Leif; MALONE, Michael S. **Capital Intelectual**. Tradução Roberto Galman. Revisão Técnica Petros Katalifós. São Paulo: Makron Books, 1998.

FERRARI, Alfonso Trujillo. **Metodologia da ciência**. Rio de Janeiro: Kennedy Editora e Distribuidora Ltda., 1974.

GAZETA MERCANTIL. Disponível em: <<http://www.gazetamercantil.com.br>>. Acesso em: 26 nov. 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1988.

Goodwill (Fundo de Comércio) – Um campo fértil para o avanço da contabilidade. **IOB – Informações Objetivas**, Temática Contábil e Balanços, ano XXXIV, n. 36, p. 1-8, 1ª semana, set. 2000.

HENDRIKSEN, Eldon S.; BREDA, Michael F. Van. **Teoria da Contabilidade.** Tradução de Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Atlas, 1999.

IASC. **Normas internacionais de contabilidade.** Traduzido pelo IBRACON. São Paulo, 1998.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da contabilidade.** São Paulo: Atlas, 1980.

_____; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de contabilidade das sociedades por ações:** aplicável às demais sociedades. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. **A estratégia em ação:** balanced scorecard. Tradução de Luiz Euclides Trindade Frazão Filho. 14. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Metodologia do trabalho científico.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 1986.

_____. **Técnicas de pesquisa.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 1990.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Empresarial.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 1995.

_____. **Reflexões sobre o ativo intangível.** Disponível em: <http://www.fipecafi.com.br/public_artigos/marion/ativointangivel.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2003.

_____. **Partes constituintes do patrimônio da entidade.** Disponível em: <<http://www.marion.pro.br/palestras/palestras.htm>>. Acesso em: 23 maio 2003. 1 figura

MARTINS, Eliseu. **Uma contribuição ao estudo do ativo intangível.** 1972. ____f. Tese de Doutorado – Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo. 1972.

MARTINS, Fran. **Curso de Direito Comercial:** empresa comercial, empresários individuais, microempresas, sociedades comerciais, fundo de comércio. Ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

MARTINS, Vinícius Aversari. Depósitos estáveis de instituições bancárias – um ativo intangível (1ª parte). **IOB – Informações Objetivas**, Temática Contábil e Balanços, n. 17, p. 1-7, 4ª semana, abr. 2002.

MONOBE, Massanori. **Contribuição à mensuração e contabilização do goodwill não adquirido**. 1986. 183 f. Tese de Doutorado – Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo. 1986.

MONTEIRO, Andréa Alves Silveira; COELHO, Fabiano Simões. Ativo intangível – uma abordagem teórica. **Pensar Contábil**, Rio de Janeiro, ano IV, n. 12, p. 4-10, mai./jul. 2001.

NEIVA, Raimundo Alelaf. **Valor de mercado da empresa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ORNELAS, Martinho Maurício Gomes de. **Contribuição à formulação de um sistema conceitual e operacional contábil de apuração de haveres em processos judiciais**. 2000. 232 f. Dissertação de Mestrado – Departamento de Contabilidade e Atuária, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2000.

ROYER, Jorge André Braga. **Valorização dos ativos intangíveis na obtenção de recursos em instituições financeiras**. 2002. 93 f. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2002.

SÁ, Antônio Lopes de. Ativo intangível e garantia de capital. **IOB – Informações Objetivas**, Temática Contábil e Balanços, ano XXXVII, n. 11, p. 9-12, 2ª semana, mar. 2003.

_____. Ativo intangível e potencialidades dos capitais. **IOB – Informações Objetivas**, Temática Contábil e Balanços, ano XXXIV, n. 14, p. 6-12, 1ª semana, abr. 2000(a).

_____. Ativo intangível e potencialidades dos capitais. **Revista de Contabilidade do CRC/SP**, São Paulo, ano IV, n. 13, p. 38-47, set. 2000(b).

SANTOS, Nivaldo João dos. **Avaliação de empresas**. Apostila do curso de Pós-Graduação em nível de especialização em Controladoria da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2002.

_____. Avaliação de intangíveis. In: **Jornada de contabilidade**. São Miguel do Iguazu, 2003. Palestra.

SCHMIDT, Paulo; SANTOS, José Luiz dos. **Avaliação de ativos intangíveis**. São Paulo: Atlas, 2002.

SILVA, Romulo Soares da. **Goodwill, avaliação e reconhecimento**. 2001. 40 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2001.

VASCONCELOS, Yumara Lúcia; SILVA, Cleide Carneiro Alves da. Avaliação de ativos: uma análise crítica. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, ano XXXI, n. 137, p. 41-57, set./out. 2002.

VERA, Armando Asti. **Metodologia da pesquisa científica**. 1.ed. Porto Alegre: Editora Globo, 1976.

WERNKE, Rodney. Mensuração de custos intangíveis. **Revista de Contabilidade do CRC/SP**, São Paulo, ano V, n. 16, p. 30-41, jun. 2001.