

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS- UFGD

FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E
ECONOMIA - FACE

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

WILLIAN MERGENER DA COSTA

**DESCRIÇÃO DA EVIDENCIAÇÃO DOS ATIVOS INTANGÍVEIS
PELAS EMPRESAS LISTADAS NO NOVO MERCADO EM 2012**

DOURADOS/MS

2014

WILLIAN MERGENER DA COSTA

**DESCRIÇÃO DA EVIDENCIAÇÃO DOS ATIVOS INTANGÍVEIS
PELAS EMPRESAS LISTADAS NO NOVO MERCADO EM 2012**

Trabalho de Graduação apresentado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia – FACE, da Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora:

Prof.^a Me Cristiane Mallmann Huppés

Banca Examinadora:

Prof. Dr Antônio Carlos Vaz Lopes

Prof.^a Me Maria Ap. F. de Souza Nogueira

Dourados/MS

2014

DEDICATÓRIA

Dedico este TCC aos meus pais, Aline minha esposa e minha filha Yasmin, fontes de força e inspiração.

EPÍGRAFE

*“Nem tudo que conta pode ser contado e nem
tudo que pode ser contado conta.”*

Albert Einstein

RESUMO

A importância dos Ativos Intangíveis tem aumentado dentro da contabilidade. Na medida que aumenta a importância dos Intangíveis, torna-se mais essencial o conhecimento e aprofundamento deles para agregar-se mais valor e de forma coesa. Os critérios de mensuração dos Ativos Intangíveis devem obedecer a Lei nº 11.638/07 e aos CPCs e principalmente ao CPC-04, que trata especificamente dos Ativos Intangíveis como uma importante ferramenta de valorização patrimonial. Com base nessas normas foi utilizado como modelo a taxonomia desenvolvida pelo professor Kayo (2002). Para classificar os Ativos Intangíveis em grupos, dentro de cada grupo contendo os diversos tipos de Intangíveis. Os estudos dos Ativos Intangíveis são muito importantes como base disseminação do conhecimento ao público interessado, dando acesso à informação em um tema recente. Este TCC analisa as companhias listadas na BM&FBOVESPA no segmento Novo Mercado para responder a seguinte questão: quais os tipos de Ativos Intangíveis estas empresas estão contabilizando? Os resultados desta pesquisa demonstram quais os tipos de Ativos Intangíveis estas empresas mensuraram e como estão classificados.

Palavras-chave: Ativos Intangíveis; CPC-04; Lei nº 11.634/07 e BM&FBOVESPA.

ABSTRACT

The importance of intangible assets has increased within the accounting. To the extent that increases the importance of intangible, becomes essential knowledge and deepening to add more value and cohesion. Measurement standard of intangible assets must comply with Law n° 11,638 / 07 and CPC, specially the CPC-04, which specifically deals with intangible assets as an important asset valuation tool. Based on these standard will use as a model component taxonomy developed by Kayo (2002) teacher to classify intangible assets in groups, within each group containing the different types of intangibles. Studies of intangible assets are very important as a basis dissemination of knowledge to the interested public, providing access to information in a recent issue of little disclosure. This TCC analyzes the lists companies on the BM&FBOVESPA in the new market segment to answer the question: what types of intangible assets these companies are counting? The results have shown what types of intangible assets measured and how these companies are rated.

Keywords: intangible assets; CPC -04; Law No. 11,634 / 07 and BM & FBOVESPA .

LISTA DE FIGURA

Figura 1 - Comparação das Empresas que Reconhece Ativos Intangíveis.....	26
Figura 2 - Tipos de Ativos de Inovação	34
Figura 3 - Tipos de Ativos Estruturais.....	35
Figura 4 - Tipos de Ativos de Relacionamentos.....	39
Figura 5 - Curva dos Ativos Intangíveis mais Contabilizados	43

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Faixas de Reconhecimento dos Intangíveis sobre o Ativo Total	29
Tabela 2 - Empresas Classificadas por Setor.....	29
Tabela 3 - Classificação dos Ativos Intangíveis.....	30
Tabela 4 - Grupos de Ativos Intangíveis por Setor	31
Tabela 5 - Ativos de Inovação	32
Tabela 6 - Ativos Estruturais	35
Tabela 7 - Ativos de Relacionamentos	38
Tabela 8 - Ativos Intangíveis mais Contabilizados	42
Tabela 9 - Principais Intangíveis Classificado por Setor.....	44

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - A Taxonomia Proposta por Kayo.....	14
Quadro 2 - Descrição dos Segmentos da Bolsa de Valores.....	22
Quadro 3 - Setores, Subsetores e Segmentos das Empresas Listada no Novo Mercado.....	28
Quadro 4 - Ativos de Inovação Classificados por Setor, Subsetor e Segmento.....	33
Quadro 5 - Ativos Estruturais Classificados por Setor, Subsetor e Segmento.....	38
Quadro 6 - Ativos de Relacionamentos Classificados por Setor, Subsetor e Segmento.....	41
Quadro 7 - Estrutura de Setores da BM&FBOVESPA.....	54

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
1.1 DEFINIÇÃO DA PERGUNTA DE PESQUISA.....	1
1.2 OBJETIVOS.....	2
1.2.1 Objetivo Geral.....	2
1.2.2 Objetivos Específicos	2
1.3 JUSTIFICATIVA.....	3
2 REFERENCIAL TEÓRICO	4
2.1 ATIVOS	4
2.2 ATIVO INTANGÍVEL.....	6
2.2.1 Identificações do Ativo Intangível.....	6
2.2.2 As formas de adquirir Ativos Intangíveis	6
2.2.2.1 Ativos Intangíveis adquirido separadamente.....	7
2.2.2.2 Ativos Intangíveis adquirido em uma combinação de negócio.....	7
2.2.3 Vidas úteis de Ativo Intangível.....	8
2.2.4 Ativos Intangíveis com vida útil definida.....	9
2.2.4.1 Período e método de amortização.....	10
2.2.4.2 Valores residuais	10
2.2.4.3 Revisões do período e do método de amortização	11
2.2.5 Ativos Intangível com vida útil indefinida	11
2.2.5.1 Revisões da vida útil.....	12
2.2.6 Recuperações do valor contábil e perda por redução ao valor recuperável.....	12
2.2.7 Divulgações de informações sobre Ativo Intangível.....	12
2.3 TIPOS DE ATIVOS INTANGÍVEIS	13
2.3.1 Ativos Humanos	14
2.3.1.1 Capital Intelectual.....	14
2.3.2 Ativos de Inovação	15
2.3.2.1 Pesquisa e Desenvolvimento	15
2.3.2.2 Patentes	16
2.3.3 Ativos Estruturais	17
2.3.3.1 Softwares	17
2.3.3.2 Bancos de Dados	17
2.3.4 Ativos de Relacionamento com públicos estratégicos.....	17
2.3.4.1 Marcas e Nomes de Produtos	18
2.3.4.2 Direitos Autorais	18
2.3.4.3 Franquias e Licenças	19
2.3.5 <i>Goodwill</i>	20
2.4 SEGMENTO NOVO MERCADO.....	21
3 METODOLOGIAS	23
3.1 DELINEAMENTOS DA PESQUISA	23
3.2 DEFINIÇÕES DA ÁREA A SER PESQUISADA.....	23
3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS	24
3.3 TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS.....	24
4 DISCUSSÃO DA PESQUISA	25
4.1 ANÁLISES DE RECONHECIMENTO DOS ATIVOS INTANGÍVEIS.....	25

4.2 PERCENTUAIS DAS EMPRESAS QUE RECONHECERAM OS ATIVOS INTANGÍVEIS	26
4.2.1 Impactos dos Intangíveis sobre o Ativo Total das Empresas	28
4.3 A DIVISÃO DOS ATIVOS INTANGÍVEIS	30
4.3.1 As Contabilizações dentro dos Grupos de Ativos Intangíveis.....	30
4.3.2 Grupos de Ativos Humanos	31
4.3.3 Grupos de Ativos de Inovação.....	32
4.3.4 Grupos de Ativos Estruturais	34
4.3.5 Grupos de Ativos de Relacionamentos	38
4.3.6 Os Principais Tipos de Ativos Intangíveis.....	42
CONCLUSÃO.....	45
REFERÊNCIAS	47
ANEXOS	49

1 INTRODUÇÃO

A Lei nº 6.404/76 (Lei das Sociedades por Ações), trata da contabilidade empresarial no Brasil. No art. 176, consta o rol das demonstrações contábeis obrigatórias em determinado exercício, as quais são: Balanço Patrimonial, demonstrações dos lucros ou prejuízos acumulados, demonstrações do resultado do exercício, demonstrações das origens e aplicações de recursos e demonstração do valor adicionado para as companhias abertas.

O Balanço Patrimonial era dividido em duas partes: Ativo e Passivo. No Ativo existiam os seguintes grupos: Ativo circulante, Ativo realizável a longo prazo e Ativo permanente sendo este dividido em subgrupos: investimentos, imobilizados e diferidos. Já os grupos do passivo eram divididos em circulante, exigível a longo prazo e patrimônio líquido. Este último, subdividido em capital social, reservas de capital, reserva de reavaliação, reservas de lucros e lucros ou prejuízos acumulados.

Com a convergência das Normas Brasileiras de Contabilidade (NBC) às Normas Internacionais de Contabilidade (NIC), foram alterados aspectos que dizem respeito às Demonstrações Contábeis e reconhecimento de Ativos e Passivos. Das alterações, uma das mudanças foi a inclusão do reconhecimento dos Ativos Intangíveis que passou a integrar o Balanço Patrimonial sendo esse nosso objeto de pesquisa.

1.1 DEFINIÇÃO DA PERGUNTA DE PESQUISA

Considerando que as Normas Brasileiras de Contabilidade (NBC) convergiram às Normas Internacionais de Contabilidade (NIC), e que uma das mudanças foi o reconhecimento dos Ativos Intangíveis nos patrimônios das empresas brasileiras, esta pesquisa investiga: **quais os Ativos Intangíveis das empresas listadas no Segmento Novo Mercado da BM&FBOPVSPA no ano de 2012?**

1.2 OBJETIVOS

Lakatos (1993, p. 218) escreve que “a especificação do objetivo de uma pesquisa responde questões *para quê?* E *para quem?*”. Então, pode-se dizer, com base na autora, que o objetivo é de responde por que pesquisar determinado tema e qual o público se destina a pesquisa. Para Lakatos (1993), no objetivo são apresentados o tema e a delimitação do tema.

1.2.1 Objetivo Geral

Segundo Lakatos (1993, p. 219) o objetivo geral “está ligado a uma visão global do tema. Relaciona-se com o conteúdo intrínseco, quer dos fenômenos e eventos, quer das idéias estudadas. Vinculada-se diretamente à própria significação da tese proposta pelo projeto”. Nesta perspectiva, o objetivo geral desta pesquisa é: **descrever os Ativos Intangíveis das empresas listadas no segmento Novo Mercado da BM&FBOVESPA no ano de 2012.**

1.2.2 Objetivos Específicos

Segundo Lakatos (1993, p. 219) os objetivos específicos “apresenta caráter mais concreto. Têm função intermediária e instrumental, permitindo, de um lado, atingir o geral e, de outro, aplicá-lo à situações particulares”. Com o intuito de alcançar o objetivo proposto e, consequentemente responda a pergunta de pesquisa, os objetivos específicos são:

- Pesquisar teoricamente os Ativos Intangíveis;
- Descrever os aspectos de reconhecimento de Ativo Intangível em conformidade com o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC-04); e
- Identificar nas demonstrações contábeis das empresas listadas no segmento Novo Mercado da BM&FBOVESPA, quais os Ativos Intangíveis que foram reconhecidos no ano de 2012.

1.3 JUSTIFICATIVA

A discussão dos Ativos Intangíveis é relativamente nova para a contabilidade, principalmente no aspecto legal, pois sua obrigatoriedade para as companhias veio com Lei nº 11.638/07. Como isso tem se levado à um crescente interesse em estudar e se aprofundar sobre assunto. Considerando ainda uma pesquisa feita por Pacheco (2010, p. 125), o autor descreve:

Uma primeira preocupação a ser levada em conta por esta análise diz respeito a quanto os contabilistas pesquisados consideram que “os Ativos Intangíveis apresentam importância crescente no âmbito das empresas”. Como resposta, 71,77% disseram que “concordam plenamente” que esteja ocorrendo este aumento de importância, e 24,19% concordam parcialmente com isto. No total, 95,96% dos contabilistas manifestam que os Ativos Intangíveis se apresentam como um fator cada vez mais importante em âmbito empresarial.

Por ser um tema novo, não se conhece bem as características dos Ativos Intangíveis. Portanto há a necessidade de se pesquisar o sobre o assunto, entender o comportamento das empresas com relação aos Intangíveis, pois há varias lacunas precisão ser respondidas.

Existem poucos estudos ainda sobre os Intangíveis, embora já exista CPC-04 (2010) que os normatiza, com isto vem a necessidade de estudo teórico sobre as regras, características, tipos de Intangíveis, que de embasamento para a mensuração destes, auxiliando os profissionais da área a terem material para se apoiarem.

Esta pesquisa se propõe oferecer um estudo sobre os aspectos teóricos e normas dos Ativos Intangíveis, que pode ajudar a oferecer uma discussão teórica de alguns autores da área e o que as leis e normas sobre o assunto dizem. Este estudo poderá oferecer ainda uma visão de como os Intangíveis estão sendo tratados pelas entidades, ajudando nos esclarecimentos sobre as definições e tratamento legal e contábil sobre os mesmos, de modo a responder o levantamento feito por Pacheco (2010), demonstrando como as empresas pesquisadas e seus profissionais estão tratando deste novo aspecto “Ativo Intangível”.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta parte do trabalho, serão apresentados os conceitos que norteiam a presente pesquisa. Primeiramente serão apontados aspectos de alteração na Lei Societária, seguida de explicações relativas a identificação, formas de aquisição, vida útil, recuperação e divulgações dos Ativos Intangíveis. Por último, é realizada uma descrição dos tipos de Ativos Intangíveis.

Primeiramente, as alterações ocorridas com a Lei nº 11.638/07 em relação à Lei nº 6.404/76, apresentam diversos detalhes. Algumas mais evidenciadas são: a Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos foi substituída pela Demonstração dos Fluxos de Caixa para publicação. A estrutura do Balanço Patrimonial foi alterada para: Ativo, Passivo e Patrimônio Líquido, sendo o Ativo e o Passivo subdivididos em circulante e não circulante. Outra alteração foi a da exclusão do grupo Diferido e inclusão do grupo Ativo Intangível, este último, objeto desta pesquisa (REIS, MARION e IUDICIBUS, 2010).

2.1 ATIVOS

Ativo é um recurso controlado pela entidade como resultado de eventos passados e do qual se espera que resultem futuros benefícios econômicos para a entidade, de acordo com Pronunciamento Técnico Redução ao Valor Recuperável de Ativos (CPC-01). Para contabilidade o conceito anterior à Lei nº 11.638/07 era de que o Ativo é o conjunto de bens e direitos à disposição de uma entidade. Já na visão de Schmidt, Santos e Fernandes (2006, p. 9), “para definir Ativo é necessário relacioná-lo a coisas e eventos econômicos reais, tendo em vista a confecção dos relatórios contábeis que deverão conter informações úteis a tomada de decisão em relação à investimentos, créditos e similares”.

Então se diz que há alguns Ativos mensuráveis, mas que não são tangíveis como as marcas, patentes, direitos autorais, franquias, softwares, etc., que são denominados Ativos Intangíveis. Para que um bem possa ser considerado como um Ativo para a contabilidade de uma empresa, este deve atender alguns requisitos. De acordo com Hendriksen e Van Breda (1999, *apud* SCHMIDT, SANTOS e FERNANDES, 2006, p. 13).

Deve existir algum direito específico ao benefício futuro ou potenciais serviços;
 Os direitos devem favorecer exclusivamente uma empresa específica;
 Deve haver uma evidência de que a receita dos benefícios futuros seja provável;
 Benefício econômico deve ser o resultado de transação ou eventos passados.

Para a avaliação patrimonial, Edwards e Bell (1961, *apud* SCHMIDT, SANTOS e FERNANDES, 2006, p. 13), apontam três aspectos importantes, que são: “a forma (e lugar) da coisa que está sendo avaliada; a data a que se refere o preço utilizado na avaliação e o mercado de onde se obteve aquele preço.

O *International Accounting Standards Board* (IASB) no *International Accounting Standards-IAS 1*, (*apud* SCHMIDT, SANTOS E FERNANDES, 2006, p. 13-14), citam três características que qualificam um Ativo:

O Ativo deve fornecer um benefício econômico futuro provável que o permita gerar entradas futuras líquidas de caixa;
 A entidade pode receber o benefício e restringir que outra entidade alcance esse benefício;
 O evento que fornece a entidade o direito ao benefício tenha ocorrido.

Iudícibus (1997, *apud* SCHMIDT, SANTOS E FERNANDES, 2006, p. 14), destaca três aspectos a serem observados na definição de Ativos.

O Ativo deve ser considerado à luz de sua propriedade e ou à luz de sua posse e controle;
 Precisa estar incluído no Ativo, em seu bojo, algum direito específico a benefícios futuros (...) ou, em sentido mais amplo, o elemento precisa apresentar uma potencialidade de serviços futuros (fluxos de caixa) para a entidade;
 O direito precisa ser exclusivo da entidade.

Portanto, com base nos conceitos apresentados, pode-se concluir que o Ativo está relacionado aos eventos econômicos que dão origem aos relatórios contábeis auxiliando na tomada de decisão e os recursos controlados por uma entidade que tenha expectativas de benefícios econômicos no futuro seja Ativo.

2.2 ATIVO INTANGÍVEL

Segundo Schmidt, Santos e Fernandes (2006, p. 23), “o termo *Intangível* vem do latim *tangere* ou do grego *tango*, cujo significado é tocar. Em razão disso, os bens Intangíveis são aqueles que não podem ser tocados”.

Para Marion (2010, p. 1), “o Ativo Intangível ou Incorpóreo ou Ativo Invisível são bens que não se pode tocar pegar, que passou a ter grande relevância a partir das ondas de fusões e incorporações na Europa e nos Estados Unidos”.

O Pronunciamento Técnico CPC-04 (2010, p. 6), Ativo Intangível diz que “o Ativo Intangível é um Ativo não monetário identificável sem substância física”.

De acordo com os pensamentos dos autores Schmidt, Santos e Fernandes (2006) e Marion (2010) os Ativos Intangíveis são bens que não podem ser tocados. Já para o CPC-04 (2010) os Ativos Intangíveis são Ativos não monetários identificáveis e não tem características físicas, ou seja, não é tangível.

2.2.1 Identificações do Ativo Intangível

Para que um Ativo possa ser considerado como Ativo Intangível, ele deve atender à alguns requisitos, como ser identificável, mensurável, que seja separável da entidade para que possa ser negociado, que resultem de direitos contratuais e outros direitos legais, de acordo com CPC-04 (2010).

2.2.2 As formas de adquirir Ativos Intangíveis

Segundo Schmidt, Santos e Fernandes (2006), os Ativos Intangíveis podem ser adquiridos de duas formas: separadamente e em uma combinação de negócio.

2.2.2.1 Ativos Intangíveis adquiridos separadamente

Segundo Schmidt, Santos e Fernandes (2006), quando um Ativo Intangível é adquirido separadamente o seu custo pode ser de forma geral confiavelmente mensurado.

O CPC – 04 (2010) aponta que o custo de um Ativo Intangível adquirido em separado pode normalmente ser mensurado com segurança, sobretudo quando o valor é pago em dinheiro ou com outros Ativos monetários. O custo do Ativo Intangível adquirido separadamente é bastante confiável, pois a mensuração desse Ativo é de fácil evidenciação, não vem com seu valor agregado a outro Ativo.

Para Martins, *et al* (2013, p. 317), um Ativo Intangível deve ser reconhecido se “for separável, ou seja, se puder ser separado da entidade e vendido, transferido, licenciado, alugado ou trocado, individualmente ou junto com um contrato, Ativo ou passivo relacionado, independentemente da intenção de uso pela entidade”.

Já para Hendriksen e Van Breda (2007), outra característica diferenciadora dos Intangíveis é a separabilidade deles com outros Ativos físicos das entidades.

Portanto, pode-se dizer que um Ativo Intangível adquirido separadamente deve ser capaz de na sua aquisição de ser separado de outros Ativos, podendo ser negociado separadamente de outro tipo de Ativo. Desta forma fica fácil a evidenciação de seu custo, além de uma mensuração confiável e segura.

2.2.2.2 Ativos Intangíveis adquiridos em uma combinação de negócio

O Ativo Intangível adquirido em uma combinação de negócio deve ter seu custo baseado em um valor justo.

Segundo Schmidt, Santos e Fernandes (2006 p. 28), “o Ativo Intangível é adquirido em uma combinação de negócio do tipo aquisição do controle acionário. Assim o custo do Ativo Intangível será baseado em seu valor justo, na data da aquisição”.

De acordo com o CPC-04 (2010) se um Ativo Intangível é adquirido em uma combinação de negócios, o seu custo é o valor justo na data de aquisição, o qual reflete as expectativas sobre a probabilidade de que os benefícios econômicos futuros incorporados no Ativo serão gerados em favor da entidade. Em outras palavras, a entidade espera que haja

benefícios econômicos em seu favor, mesmo se houver incerteza em relação à época e ao valor desses benefícios econômicos.

Portanto, um Ativo Intangível adquirido em uma combinação de negócio deverá ter seu custo com base no valor justo de aquisição segundo Schmidt, Santos e Fernandes (2006), e uma expectativa de benefícios econômicos futuros, conforme o CPC-04 (2010).

2.2.3 Vidas úteis de Ativo Intangível

Para que um Ativo Intangível tenha sua vida útil mensurada, deve atender a algumas condições.

Schmidt, Santos e Fernandes (2006 p. 31), descrevem alguns fatores para a análise de vida útil de um Ativo Intangível:

- a. a expectativa de uso do Ativo pela entidade;
- b. a expectativa de vida útil de outro Ativo ou grupo de Ativos com o qual a vida útil do Ativo Intangível possa estar relacionada;
- c. qualquer condição contratual, regulamentada ou legal, que possa limitar a sua vida útil;
- d. qualquer condição contratual, regulamentada ou legal, que capacite a renovação ou extensão da vida útil contratual ou legal de um Ativo sem custo substancial;
- e. o efeito da obsolescência, da demanda, da competição e de outros fatores econômicos;
- f. o nível de despesas com manutenção necessária para obter fluxo de caixa futuro esperado do Ativo.

Portanto, para definir a vida útil dos Ativos Intangíveis, deve-se analisar a expectativa de uso, comparar com a vida útil de outros Ativos que possa estar relacionados, observar as condições contratuais, reguladoras ou legais, a capacidade de renovação ou extensão da vida útil, assim como suas condições de obsolescência e as despesas com manutenção para obtenção benefícios econômicos futuros.

O CPC-04 (2010, p. 24) diz que fatores que são considerados na determinação da vida útil de Ativo Intangível são:

- a. a utilização prevista de um Ativo pela entidade e se o Ativo pode ser gerenciado eficientemente por outra equipe de administração;
- b. os ciclos de vida típicos dos produtos do Ativo e as informações públicas sobre estimativas de vida útil de Ativos semelhantes, utilizados de maneira semelhante;
- c. obsolescência técnica, tecnológica, comercial ou de outro tipo;

- d. a estabilidade do setor em que o Ativo opera e as mudanças na demanda de mercado para produtos ou serviços gerados pelo Ativo;
- e. medidas esperadas da concorrência ou de potenciais concorrentes;
- f. o nível dos gastos de manutenção requerido para obter os benefícios econômicos futuros do Ativo e a capacidade e intenção da entidade para atingir tal nível;
- g. o período de controle sobre o Ativo e os limites legais ou similares para a sua utilização, tais como datas de vencimento dos arrendamentos/locações relacionados;
- h. se a vida útil do Ativo depende da vida útil de outros Ativos da entidade.

Conclui-se com base no CPC-04 (2010), onde regulamenta que o Intangível deva ser gerenciado, os ciclos de vida típicos dos produtos do Ativo e as informações públicas sobre estimativas de vida útil de Ativos semelhantes, informações sobre a obsolescência do Ativo, a estabilidade do setor que opera o Ativo, medidas esperadas da concorrência ou de potenciais concorrentes, nível de gastos de manutenção para obter benefícios econômicos futuros, período de controle sobre o Ativo, e se sua vida útil depende de outro Ativo.

2.2.4 Ativos Intangíveis com vida útil definida

Aqui será tratado os Ativos Intangíveis com vida útil definida, conforme métodos a seguir. De acordo com as normas vigentes estabelecida pelo CPC-04, que trata dos critérios de mensuração dos mesmos.

Para Hendriksen e Van Breda (2007, p. 394) Ativo Intangível com vida útil definida refere-se a “patentes, direitos de reprodução e algumas franquias possuem uma vida legal máxima, e apenas raramente sua duração é superior a essa vida legal”.

Pode-se dizer que alguns Ativos Intangíveis têm sua vida útil limitada, como patentes, franquias dentre outros, sendo que depois do término do prazo de vigências da vida útil desses Intangíveis, tanto por prazos legais, por meios de leis e normas que trata do Ativo, como por meio de contratos, acordos e similares, que estipula os prazos de vida útil.

2.2.4.1 Período e método de amortização

De acordo com CPC-04 (2010) o valor amortizável de Ativo Intangível com vida útil definida deve ser apropriado de forma sistemática ao longo da sua vida útil estimada. Ou seja, o Ativo Intangível deve ser amortizado de acordo com a vida útil ou por estimativa que o Ativo Intangível tem de agregação ao fluxo de caixa.

Conforme o CPC-04 (2010) pode ser utilizado vários métodos de amortização para apropriar de forma sistemática o valor amortizável de um Ativo ao longo da sua vida útil. Tais métodos incluem o método linear, também conhecido como método de linha reta, o método dos saldos decrescentes e o método de unidades produzidas. A seleção do método deve obedecer ao padrão de consumo dos benefícios econômicos futuros esperados, incorporados ao Ativo, e aplicado consistentemente entre períodos, a não ser que exista alteração nesse padrão. O método a ser utilizado será adotado pela entidade aquele que lhe for mais vantajoso.

Segundo Hendriksen e Van Breda (2007), os Ativos Intangíveis são adquiridos por meio de uma compra ou desenvolvidos por meio de gastos extraordinários identificáveis são frequentemente capitalizados e amortizados, sendo depreciados igual à instalações e equipamentos.

Portanto, os Ativos Intangíveis com vida útil definida devem ser amortizados, assim como acontece com os imobilizados, pelo seu prazo de vida útil, deve ser amortizado de acordo com a vida útil ou por estimativa que o Ativo Intangível tem de agregação ao fluxo de caixa.

Podendo usar métodos lineares, métodos dos saldos decrescentes e por unidade produzida. Devendo adotar o método que for mais vantajoso para a entidade, obedecendo ao padrão de consumo dos benefícios econômicos futuros esperados.

2.2.4.2 Valores residuais

O CPC-04 (2010) diz que o valor amortizável de Ativo com vida útil definida é determinado após a dedução de seu valor residual. Um valor residual diferente de zero implica que a entidade espera a alienação do Ativo Intangível antes do final de sua vida econômica.

Portanto, o valor residual só se aplica aos Ativos Intangíveis com vida útil definida, conforme o CPC-04 (2010) quando o Ativo Intangível for amortizado por completo, de acordo com sua vida útil, mas que ainda no mercado tenha um valor econômico, ou que seja negociado por determinado valor, quer dizer que o Ativo tem um valor residual.

2.2.4.3 Revisões do período e do método de amortização

De acordo com o CPC-04 (2010) o período e o método de amortização de Ativo Intangível com vida útil definida, devem ser revisados pelo menos ao final de cada exercício.

Portanto, os Ativos Intangíveis devem ser avaliados assim como qualquer outro Ativo de relevância e também devem ser testados ao final de cada exercício, no mínimo, para que possa fazer a amortização deste Ativo Intangível.

2.2.5 Ativos Intangíveis com vida útil indefinida

Os Ativos Intangíveis com vida útil indefinida não devem ser amortizados. Mas de acordo com o CPC-01 (2010), a redução ao valor recuperável de Ativos, a entidade deve testar a perda de valor dos Ativos Intangíveis com vida útil indefinida comparando o seu valor recuperável com o seu valor contábil: anualmente e sempre que existem indícios de que o Ativo Intangível pode ter perdido valor.

Segundo Hendriksen e Van Breda (2007, p. 395), “marcas, custos de organização e *Goodwil* são exemplos de Ativos Intangíveis geralmente vistos como Ativos que não possuem existência limitada ou vida útil natural determinada”.

Portanto, pode-se afirmar que alguns tipos de Ativos Intangíveis não têm prazo de validade, sendo considerados como Intangíveis sem definição de sua vida dentro da empresa. Porém, devem ser avaliados periodicamente conforme exigência estabelecida pelo CPC-01 (2010), fazendo uma comparação de possíveis perdas com o seu valor recuperável.

2.2.5.1 Revisões da vida útil

De acordo com CPC-04 (2010), a vida útil de Ativo Intangível que não é amortizado, deve ser revisada periodicamente para determinar se eventos e circunstâncias continuam a consubstanciar a avaliação de vida útil indefinida. Caso contrário, a mudança na avaliação de vida útil de indefinida para definida deve ser contabilizada como mudança de estimativa contábil.

Portanto, pode-se dizer que os Ativos Intangíveis que não são amortizados, devem ser revisados de tempos em tempos, para verificar se continuam tendo a vida útil indefinida.

2.2.6 Recuperações do valor contábil e perda por redução ao valor recuperável

Para identificar um Ativo Intangível que não tenha mais valor, deve aplicar-se o CPC-01 (2010).

2.2.7 Divulgações de informações sobre Ativo Intangível

O CPC-04 (2010, p. 29-30) regulamenta que a entidade deve divulgar as seguintes informações para cada classe de Ativos Intangíveis, fazendo a distinção entre Ativos Intangíveis gerados internamente e outros Ativos Intangíveis:

- a. com vida útil indefinida ou definida e, se definida, os prazos de vida útil ou as taxas de amortização utilizados;
- b. os métodos de amortização utilizados para Ativos Intangíveis com vida útil definida;
- c. o valor contábil bruto e eventual amortização acumulada (mais as perdas acumuladas no valor recuperável) no início e no final do período;
- d. a rubrica da demonstração do resultado em que qualquer amortização de Ativo Intangível for incluída;
- e. a conciliação do valor contábil no início e no final do período, demonstrando:
 - I. adições, indicando separadamente as que foram geradas por desenvolvimento interno e as adquiridas, bem como as adquiridas por meio de uma combinação de negócios;
 - II. Ativos classificados como mantidos para venda ou incluídos em grupo de Ativos classificados como mantidos para venda e outras baixas;

- III. aumentos ou reduções durante o período, decorrentes de reavaliações nos termos dos itens 75, 85 e 86 e perda por desvalorização de Ativos reconhecida ou revertida diretamente no patrimônio líquido, de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 - Redução ao Valor Recuperável de Ativos;
- IV. provisões para perdas de Ativos, reconhecidas no resultado do período, de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 - Redução ao Valor Recuperável de Ativos (se houver);
- V. reversão de perda por desvalorização de Ativos, apropriada ao resultado do período, de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 - Redução ao Valor Recuperável de Ativos (se houver);
- VI. qualquer amortização reconhecida no período;
- VII. variações cambiais líquidas geradas pela conversão das demonstrações contábeis para a moeda de apresentação e de operações no exterior para a moeda de apresentação da entidade;
- VIII. outras alterações no valor contábil durante o período.

Portanto, o CPC-04 (2010) estabelece as regras a serem adotadas pelas empresas para divulgarem seus Ativos Intangíveis, tais como: prazos de vida útil, taxas de amortizações, métodos de amortização, valores contábeis no início e final do período, as rubricas da demonstração do resultado que tenha amortização de Intangíveis e as conciliações contábeis no início e fim do período.

2.3 TIPOS DE ATIVOS INTANGÍVEIS

Existem diferentes tipos de Ativos Intangíveis, como capital intelectual, patentes, softwares e marcas. O economista e pesquisador Kayo (2002), propôs em sua tese de doutorado uma classificação dos Ativos Intangíveis, conforme Quadro 1.

Tipo de Intangível	Principais componentes
Ativos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> - conhecimento, talento, capacidade, habilidade e experiência dos empregados; - administração superior ou empregados-chaves; - treinamento e desenvolvimento; entre outros.
Ativos de Inovação	<ul style="list-style-type: none"> - pesquisa e desenvolvimento; - patentes; - fórmulas secretas; - know-how tecnológico; entre outros.
Ativos Estruturais	<ul style="list-style-type: none"> - processos; - softwares proprietários; - bancos de dados; - sistemas de informação; - sistemas administrativos; - inteligência de mercado; - canais de mercado; entre outros.
Ativos de Relacionamento (com público estratégicos)	<ul style="list-style-type: none"> - marcas; - logos; - <i>Trademarks</i>; - direitos autorais (de obras literárias, de softwares, etc); - contratos com clientes, fornecedores, etc.; - contratos de licenciamento, franquias, etc.; - direitos de exploração mineral, de água, etc.; entre outros.

Quadro 1 - A Taxonomia Proposta por Kayo

FONTE: Adaptado de Kayo (2002, p. 19).

Nos próximos itens, serão apresentados os conceitos dos tipos de Ativos Intangíveis propostos por Kayo (2002).

2.3.1 Ativos Humanos

Os Ativos humanos são benefícios que o indivíduo pode proporcionar para as organizações, por meio de sua criatividade, conhecimento, habilidade para resolver problemas, tudo visto de forma coletiva e dinâmica, segundo Kayo (2002). E o capital intelectual é uma forma de Ativo humano, agregando alguns fatores como tecnologia a capacidade humana.

2.3.1.1 Capital Intelectual

Segundo Schmidt, Santos e Fernandes (2006) o capital intelectual está associado à conhecimento e informação que os colaboradores de uma entidade possam ter cada vez mais. O mercado fica competitivo, levando as pessoas a se aperfeiçoarem, aprimorarem, adquirindo mais conhecimento. Este capital intelectual, gerado através do conhecimento e informação de

peças é quem gera para entidade uma espécie de “*Goodwill*”, dando uma expectativa de rentabilidade futura.

Para Almeida e Haii (1997, p. 11) “algumas empresas que se viessem a perder um determinado executivo inviabilizariam ou prejudicariam significativamente a obtenção de resultados futuros, pela capacidade intelectual que esse recurso humano detém ou pela sua presença no mercado”.

Para uma empresa de laboratório farmacêutico é indispensável que tenha excelentes químicos, farmacêuticos, etc. para obter sucesso. Com isso, boa parte de seu capital vai estar investido em força intelectual de trabalho para desenvolver pesquisas e fórmulas, pois sem esses profissionais, esta empresa não teria possibilidade de produzir.

2.3.2 Ativos de Inovação

Dentro do grupo Ativo de inovação, os Ativos Intangíveis mais importantes, de maior destaque são pesquisa e desenvolvimento, patentes, fórmulas secretas, *know-how* tecnológico dentre outros.

2.3.2.1 Pesquisa e Desenvolvimento

Segundo Schmidt, Santos e Fernandes (2006) os gastos que uma empresa obtém com pesquisas ou desenvolvimentos de novos produtos, ou para reduzir custos operacionais, que trouxer benefícios futuros à empresa, devem ser incorporados aos Ativos Intangíveis. Durante o período de geração de receita, estes projetos serão amortizados de acordo com suas avaliações.

De acordo com Schmidt, Santos e Fernandes (2006 p. 42) “pesquisa e desenvolvimento são gastos realizados para gerar novos produtos, aperfeiçoar produtos antigos, ou reduzir custos operacionais com o objetivo de benefícios futuros”.

Já, para Hendriksen e Van Breda (2007, p. 398) “a posição do FASB, no *Pronunciamento Número 2*, é a de que todos os custos de pesquisa e desenvolvimento devem

ser contabilizados como despesa quando incorridos, exceto quando a atividade de P&D é realizada para outras entidades, sob contrato”.

Para Martins, Gelbcke, Santos e Iudícibus (2013, p. 323) “a entidade deve avaliar para fins de reconhecimento se um Ativo Intangível gerado internamente está na fase de pesquisa ou na fase de desenvolvimento”.

Portanto, os gastos com pesquisa e desenvolvimento segundo Schmidt, Santos e Fernandes devem ser contabilizados como Ativo Intangível, assim como Martins, Gelbcke, Santos e Iudícibus. Já Hendriksen e Van Breda fala que os gasto com pesquisa e desenvolvimento devem ser contabilizados como despesas seguindo posicionamento da Fasb.

2.3.2.2 Patentes

Segundo Schmidt, Santos e Fernandes (2006) uma patente nada mais é do que o direito de uso exclusivo de um produto ou processo, devidamente legalizado e reconhecido. No Brasil a proteção de uma patente tem o período de duração de 10 anos e no máximo 20 anos. Segundo Schmidt, Santos e Fernandes (2006 p. 47) diz:

Uma patente dá ao seu possuidor direito exclusivo de uso, produção e venda de um produto ou processo por um período de 17 anos. Se a patente for comprada de um investidor ou outro possuidor qualquer, o preço de compra representara o seu custo e, conseqüentemente, deverá ser capitalizado. Além disso, outros custos incorridos em conexão com o registro da patente também devem compor o valor do custo de aquisição, tais como serviços jurídicos, taxas e outros custos relacionados ao seu registro.

A entidade detentora da patente possui o direito exclusivo de seu uso, e os custos relacionados com o registro da patente têm de ser incorporados ao custo da patente.

Para Martins, Gelbcke, Santos e Iudícibus (2013, p. 322) “esta categoria de Intangível normalmente tem valor pequeno, comparativamente com as demais, pois envolve os gastos com registros de marca, nome, invenções próprias, além de desembolsos a terceiros por contratos de uso de marcas, patentes ou processos de fabricação (tecnologia)”.

De acordo como Teh, Kayo e Kimura (2008, p. 12) “Como limitação da variável, não há distinção no valor econômico das patentes, porque nem todas as patentes geradas resultam em novos produtos ou processos que agreguem valor a empresa, conforme discutido anteriormente”.

2.3.3 Ativos Estruturais

Dentro do grupo Ativo estruturais, os Ativos Intangíveis mais importantes, de maior destaque são os *Softwares*, Bancos de Dados, Sistemas de Informação, Sistemas Administrativos dentre outros.

2.3.3.1 *Softwares*

Os Ativos Intangíveis relacionados a softwares estão em praticamente todas as empresas. Para Hendriksen e Van Breda (2007, p. 399) “a condição para a capitalização é a de que a empresa tenha demonstrado a viabilidade tecnológica do produto”. Portanto se pode dizer que para um *Software* ser considerado como Intangível ele tem que ter viabilidade tecnológica.

2.3.3.2 Bancos de Dados

Os bancos de dados são tratados como Ativos Intangíveis, pois segundo Hendriksen e Van Breda (2007, p. 399) “consideremos, por exemplo, o desenvolvimento de grandes bancos de dados tais como os utilizados pelas grandes companhias aéreas para seus horários de vôo”. Um conjunto de informações reunidas, ou seja, um banco de dados pode ter um valor considerável para interessados nestas informações assim como uma carteira de clientes.

2.3.4 Ativos de Relacionamento com públicos estratégicos

Segundo Stewart (1999) *apud* Kayo (2002, p. 17), “o capital cliente refere-se ao valor dos relacionamentos da organização com pessoas com quem ela faz negócios, ou seja, com seus clientes e também com seus fornecedores”, por tanto podemos definir os Ativos de relacionamentos como todos os negócios externamente a empresa, tanto clientes como fornecedores.

2.3.4.1 Marcas e Nomes de Produtos

Segundo Schmidt, Santos e Fernandes (2006) as marcas e nomes de produtos são de grande valia para algumas empresas, pois existem produtos de determinada marcas que só vendem por causa delas, como é o caso da Coca-Cola, o refrigerante mais conhecido no mundo.

De acordo com Schmidt, Santos e Fernandes (2006, p. 40), segue um exemplo de marca:

Uma marca ou nome de produto é a palavra, frase ou símbolo que distingue uma entidade ou produto particular. Esses itens se caracterizam como Ativos porque criam, imediatamente, uma identificação com o produto, na mente dos consumidores, aumentando, dessa forma, a possibilidade de venda do produto, a exemplo das marcas ou nomes de produtos: Coca-Cola, Marlboro, Nestlé, IBM, Mc Donald's, Disney, Sony, Kodak, Nike entre outras.

Como visto no exemplo, pode-se concluir que uma marca, ou um nome para algumas empresas é indispensável, no caso do Marlboro, o cigarro mais conhecido, o que seria dele sem o nome?

Para Hendriksen e Van Breda (2007, p. 399) “a avaliação de marcas surgiu no contexto da minimização de *Goodwil*. Para que sejam evitadas contas elevadas de *Goodwil* não identificado, alguns consultores têm sugerido que as marcas sejam reconhecidas como Ativos Intangíveis identificáveis”.

2.3.4.2 Direitos Autorais

Segundo Schmidt, Santos e Fernandes (2006) os direitos autorais é a garantia de seus autores, que sua obra não será copiada, plagiada. Os direitos autorais geralmente originam de autores, músicos, pintores, escultores, etc., que esteja relacionado a criação ou expressão destes profissionais. Na visão de Schmidt, Santos e Fernandes (2006, p. 47) diz:

Um direito autoral é garantido durante toda a vida de seu criador mais 50 anos após a sua morte e dá a seu possuidor, ou seus herdeiros, o direito

exclusivo de reproduzir e vender uma arte ou trabalho publicado. Contudo, os direitos autorais não são renováveis. Da mesma forma que as patentes, eles podem ser vendidos ou designados para outros indivíduos

Os direitos autorais são um dos Ativos Intangíveis com maior tempo de direito de uso, e também pode se conceder o uso a outros indivíduos, como no caso de um compositor que pode autorizar vários músicos a gravar sua música, em troca terá uma parcela das receitas referente a direitos autorais. A Lei nº 9.610/98 regulamenta a posse dos direitos autorais no Brasil.

2.3.4.3 Franquias e Licenças

Segundo Schmidt, Santos e Fernandes (2006) as franquias e licenças são formas de concessão, que dá o direito de explorar um Ativo Intangível por determinado período estipulado em contrato.

Um exemplo de franquia de acordo com Schmidt, Santos e Fernandes (2006 p. 49), “pode ser acordo realizado com entidades públicas, onde estas permitem o uso da propriedade pública. Nestes casos, é permitido a uma entidade privada usar a propriedade pública para desenvolver suas atividades”. Pode-se notar que as concessões são frequentes entre as entidades públicas e privadas; caso bem comum são as concessões de rodovias públicas dada a determinadas empresas por período determinado, para que usufruam desde que atendam às condições estabelecidas. E segundo Schmidt, Santos e Fernandes (2006), as franquias e licenças por tempo determinado devem fazer a amortização até o final do período.

Segundo Hendriksen e Van Breda (2007), um bom exemplo são as empresas de rádio e televisão que assinam acordos de licenciamentos que lhes dão direito de transmitir uma série de programas, mediante pagamento de uma quantia previamente estabelecida. Hendriksen e Van Breda (2007) fala ainda que uma franquia propriamente dita é um direito comprado, sendo que as franquias permitem aos franqueados o uso dos produtos e das marcas do franqueador, assim como o benefício de sua reputação.

2.3.5 Goodwill

Segundo Schmidt, Santos e Fernandes (2006) o *Goodwil*, ou expectativas de rentabilidade futuras é um dos Ativos Intangíveis mais difíceis de avaliar. Ele é calculado em relação à diferença valor do valor contábil da aquisição de Ativos e do valor de mercado.

Se a entidade adquire um bem por um custo contábil de aquisição de R\$ 1.000,00 e no mercado este bem está avaliado em R\$ 5.000,00 deve ser reconhecida como Intangível essa expectativa de rentabilidade futura, que é cinco vezes maior que o custo de aquisição.

Goodwill comercial => decorrente de serviços colaterais, como equipe amável de vencedores; entregas convenientes; facilidade de crédito; espaço físico apropriado para serviços de manutenção; atributo de qualidade do produto em relação ao preço; atitude e hábito do consumidor como fruto de nome comercial e marca tornados proeminentes em função da propaganda persistente; localização da entidade.

Goodwill industrial => função de altos salários, baixa rotatividade de empregados, oportunidades internas satisfatórias para acesso às posições hierárquicas superiores, serviços médicos, sistema de segurança adequado, quando esses fatores contribuem para a boa imagem da entidade, e a redução do custo unitário da produção gerado pela força de trabalho que opera nessas condições.

Goodwill financeiro => oriundo da atitude dos investidores, fontes de financiamento e de crédito em função de a entidade possuir sólida situação para cumprir suas obrigações e manutenção de sua imagem, ou, ainda, captar recursos financeiros que lhe permitam aquisições de matéria-prima ou mercadorias em melhores termos e preços.

Goodwill político => é aquele que surge em decorrência de um bom relacionamento com o Governo.

De acordo com Hendriksen e Van Breda (2007, p. 392) “*Goodwil* é o mais importante Ativo Intangível na maioria das empresas. Frequentemente, é o Ativo de tratamento mais complexo porque carece de muitas das características associadas a Ativos, tais como identificabilidade e separabilidade”.

Para Martins, Gelbcke, Santos e Iudícibus (2013), o *Goodwil* é nada mais do que a expectativa de rentabilidade que alguém pagou para adquirir essa participação societária, ou seja, um agregado de benefícios econômicos futuros.

Portanto, pode-se dizer que o *Goodwil* está entre os principais Ativos Intangíveis mensurados pelas empresas, e que é nada mais que uma especulação de rentabilidade ocasionado pelo investimento de participação societária.

2.4 SEGMENTO NOVO MERCADO

A Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros (BM&FBOVESPA), é uma companhia que tem por objetivo social: (a) administrar o mercado organizado de títulos e valores mobiliários; (b) manter o ambiente ou sistemas adequados para a realização de negócios de compras e vendas de valores mobiliários; (c) Prestar serviços de registro, de compensação; entre outros. (BM&FBOVESPA(a)). Dentro das prerrogativas objetivadas, a BM&FBOVESPA, estrutura o mercado de valores no Brasil em Segmentos, a saber: Bovespa Mais; Bovespa Mais - Nível 2; Novo Mercado; Nível 2 de Governança Corporativa; Nível 1 de Governança Corporativa; Tradicional – Bovespa; Balcão Organizado; BDR'S Patrocinados e Empresas Incentivadas.

SEGMENTO	DESCRIÇÃO
Bovespa Mais	Esse segmento tem como objetivo fomentar o crescimento de pequenas e médias companhias via mercado de capitais, visando somente a listagem e depois terá mais tempo para realizar a oferta pública de ações.
Bovespa Mais Nível 2	Esse segmento tem como objetivo fomentar o crescimento de pequenas e médias companhias via mercado de capitais, visando somente à listagem e à admissão de ações à negociação e depois terá mais tempo para realizar a oferta pública de ações
Novo Mercado	Novo Mercado firmou-se como uma seção destinada à negociação de ações de empresas que adotam, voluntariamente, práticas de governança corporativa adicionais às que são exigidas pela legislação brasileira, só podem emitir ações com direito de voto. A listagem nesse segmento especial implica na adoção de um conjunto de regras societárias que ampliam os direitos dos acionistas, além da adoção de uma política de divulgação de informações mais transparente e abrangente.
Nível 2 de Governança Corporativa	O Nível 2 é similar ao Novo Mercado, porém com algumas exceções. As empresas listadas têm o direito de manter ações preferenciais (PN). No caso de venda de controle da empresa, é assegurado aos detentores de ações ordinárias e preferenciais o mesmo tratamento concedido ao acionista controlador, prevendo, portanto, o direito de tag along de 100% do preço pago pelas ações ordinárias do acionista controlador.
Nível 1 de Governança Corporativa	As companhias listadas no Nível 1 devem adotar práticas que favoreçam a transparência e o acesso às informações pelos investidores. Para isso, divulgam informações adicionais às exigidas em lei, como por exemplo, um calendário anual de eventos corporativos. O free float mínimo de 25% deve ser mantido nesse segmento, ou seja, a companhia se compromete a manter no mínimo 25% das ações em circulação.

Continua

Continuação

Balcão Organizado	Balcão organizado é um ambiente administrado por instituições auto reguladoras que propiciam sistemas informatizados e regras para a negociação de títulos e valores mobiliários. É chamado de organizado quando se estrutura como um sistema de negociação de títulos e valores mobiliários podendo estar organizado como um sistema eletrônico de negociação por terminais, que interliga as instituições credenciadas em todo o Brasil.
BDR'S Patrocinados	Os BDRs são certificados representativos de ações de emissão de companhias abertas, com sede no exterior, e emitidos por instituição depositária no Brasil.
Empresas Incentivadas	São empresas que recebem incentivos fiscais por estarem localizadas em regiões de interesse econômico ou por produzirem bens e prestarem serviços em áreas de reflorestamento, turismo e pesca, por exemplo.

Quadro 2 – Descrição dos Segmentos da Bolsa de Valores.

FONTE: adaptado do site da BM&FBOVESPA e CVM.

Esta pesquisa descreve informações relativas aos Ativos Intangíveis das empresas listadas no segmento Novo Mercado. Para ser autorizada a negociar ações neste Segmento, a empresa deve atender às seguintes condições:

- Obtenha e mantenha atualizado junto à CVM o registro de companhia que permita negociação de ações ordinárias em bolsa;
- Tenha solicitado o seu registro para negociação na BOVESPA;
- Tenha assinado o Contrato de Participação no Novo Mercado;
- Tenha adaptado o seu estatuto social às cláusulas mínimas divulgadas pela BOVESPA, em especial a que se refere à Cláusula Compromissória;
- Mantenha o Percentual Mínimo de Ações em Circulação, observando, ademais, o disposto nos itens 7.3 e 8.5;
- Tenha seu capital social dividido exclusivamente em ações ordinárias, exceto em casos de desestatização, se tratar de ações preferenciais de classe especial que tenham por fim garantir direitos políticos diferenciados, sejam intransferíveis e de propriedade do ente desestatizante, devendo referidos direitos ter sido objeto de análise prévia pela BOVESPA;
- Não tenha Partes Beneficiárias; e
- Observe as normas legais e regulamentares relativas e aplicáveis ao Novo Mercado. (BM&FBOVESPA, 2010, p. 8-9)

O segmento Novo Mercado está ligado ao tema governança corporativa. As empresas que aderem a este segmento terão que adotar a transparência com relação às suas informações. Também, deverão, voluntariamente, estabelecer uma política de transparência em relação às suas demonstrações contábeis, informações adicionais, inclusive sobre suas ações administrativas. Este Segmento proporciona uma nova visão com relação aos investidores: ganhando mais confiança destes como consequência da transparência utilizada pelas empresas, proporcionando a eles mais certeza na hora de investir, com isso aumentando valor por ações da empresa com a maior procura (BM&FBOVESPA, 2014).

3 METODOLOGIAS

O método utilizado para realizar o trabalho de conclusão de curso, foi o Método Monográfico definido por Lakatos (2008, p. 92) “o método monográfico consiste no estudo de determinados indivíduos, profissões, condições, instituições, grupos ou comunidades, com a finalidade de obter generalizações”. A pesquisa bibliográfica utilizada neste trabalho consiste na busca teórica em livros, artigos, Leis, normas reguladoras e a tese do professor Kayo como base na classificação dos Ativos Intangíveis.

O trabalho de conclusão de curso (TCC) foi redigido dentro das normas reguladoras da Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da Universidade Federal da Grande Dourados (FACE – UFGD), especificamente as normas referentes ao curso de Ciências Contábeis.

3.1 DELINEAMENTOS DA PESQUISA

A pesquisa constitui-se em um estudo documental, sendo avaliados o Balanço Patrimonial e as Notas Explicativas de todas as empresas listadas no segmento Novo Mercado da BM&FBOVESPA, publicadas no ano de 2012.

Foram classificados os Ativos Intangíveis em quatro grupos: Ativos Humanos, Ativos de Inovação, Ativos Estruturais e Ativos de Relacionamento, conforme proposta de Kayo (2002), e acrescentado o Ativo Intangível denominado *Goodwil*, que, após análises preliminares das Demonstrações utilizadas, observou-se grande ocorrência de registro deste tipo de Ativo.

3.2 DEFINIÇÕES DA ÁREA A SER PESQUISADA

O presente estudo foi realizado com as empresas listadas no segmento Novo Mercado da BM&FBOVESPA.

As empresas listadas neste segmento foram usadas como referência para a pesquisa, por adotarem uma política de Governança Corporativa, sendo que as empresas que aderirem a este segmento terão que adotar a transparência com relação às suas informações, desta forma presume-se que elas tenham em suas demonstrações, melhor evidenciação à mensuração dos Ativos Intangíveis, objeto para pesquisa.

3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

Já a pesquisa de campo foi realizada no âmbito quantitativo, havendo a pesquisa de quantas empresas mensuraram os Ativos Intangíveis e os percentuais que cada um representa dentro da pesquisa. Sendo os dados da pesquisa de campo feitas através do *site* da BM&FBOVESPA (www.bmfbovespa.com.br), com as empresas listadas no segmento Novo Mercado, utilizando o Balanço Patrimonial e as Notas Explicativas para detalhar os dados. As informações referem-se às publicações do exercício de 2012, e correspondem a 134 empresas listadas naquele ano.

3.3 TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS

A técnica de análise de dados utilizada foi a documental que, segundo Lakatos e Marconi (2007, p. 29) “trabalha com documentos e se faz, principalmente, por classificações-indexação. Seu objetivo consiste na rerepresentação condensada da informação”. Pela técnica de análise de conteúdo, foi realizada a descrição sistemática, objetiva e quantitativa do conteúdo das Demonstrações Contábeis, em conjunto com método estatístico. Este último permite obter os dados brutos colhidos pela pesquisa e utiliza-los para seu arranjo, análise e compreensão. As medidas estatísticas utilizadas, com o suporte de Planilhas de Excel, possibilitaram a comparação de frequências e apresentação dos dados. A comparação de frequência em forma de porcentagem e tabelas, quadros e gráficos como apresentação dos dados.

4 DISCUSSÃO DA PESQUISA

Esta análise foi realizada tendo como base as empresas listadas no segmento Novo Mercado da BM&FBOVESPA, sendo analisado o Ativo total quanto o Ativo Intangível das mesmas, com referência ao período base de 2012. Utilizando-se ainda das Notas Explicativas para se obter uma análise mais detalhada de como foram reconhecidos e contabilizados os Ativos Intangíveis dessas empresas no período.

A pesquisa tem como base de raciocínio o estudo e classificação dos Ativos Intangíveis (Taxonomia) realizado pelo professor Kayo (2002) em sua tese de doutorado “A Estrutura de Capital e o Risco das Empresas Tangível e Intangível-Intensivas: Uma Contribuição ao Estudo da Valoração de Empresas”, sendo classificado em quatro grupos conforme:

1. Ativos Humanos;
2. Ativos de Inovação;
3. Ativos Estruturais;
4. Ativos de Relacionamento.

Porém, Kayo (2002) não considerou em sua tese o *Goodwil* (Ágio), dentro dos quatro grupos de Ativos Intangíveis. Como parte das empresas reconheceram o *Goodwil* como Ativo Intangível, este será mais uma observação a ser incluída na pesquisa.

4.1 ANÁLISES DE RECONHECIMENTO DOS ATIVOS INTANGÍVEIS

A pesquisa foi realizada tendo como base o segmento Novo Mercado da BM&FBOVESPA, onde foram analisados os Balanços, Notas Explicativas e informações sobre os setores de atuação das 134 empresas listadas no ano de 2012.

4.2 PERCENTUAIS DAS EMPRESAS QUE RECONHECERAM OS ATIVOS INTANGÍVEIS

A Figura 1 demonstra que das 134 empresas pesquisadas no período de referência, 131 delas reconheceram algum tipo de Ativo Intangível em seus Balanços. Isto reflete em um percentual de 97,76% de reconhecimento sobre o total das empresas. Apenas 3 empresas das 134 não reconheceram Ativos Intangíveis em seus Balanços, isso representa 2,24% delas.

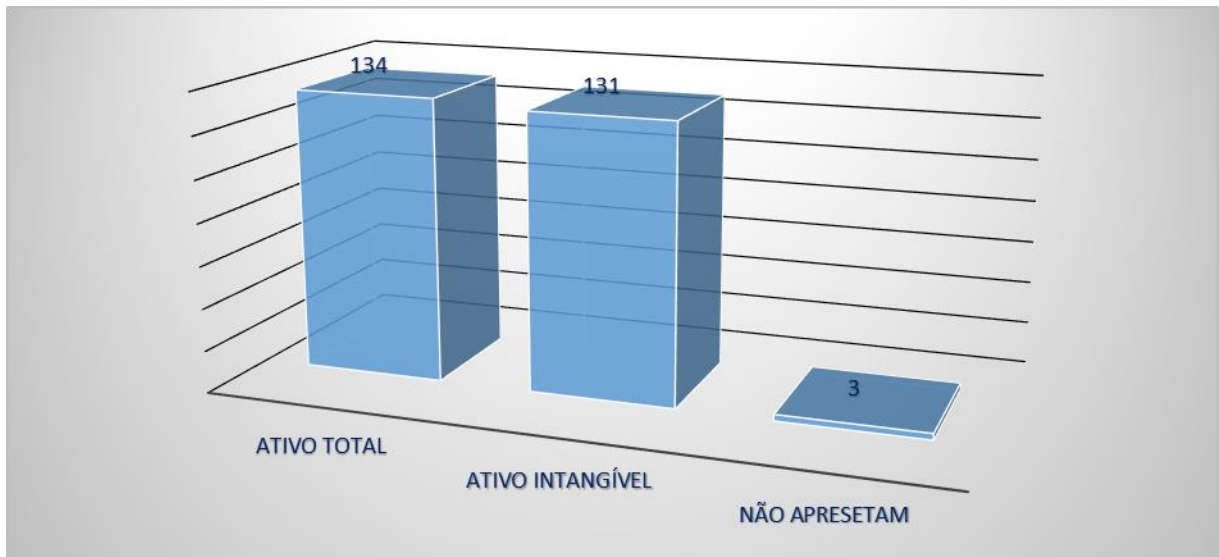


Figura 1 - Comparação das Empresas que Reconhece Ativos Intangíveis.

Fonte: Dados da Pesquisa.

Como se pode observar na Figura 1, o nível de empresas que contabilizam os Ativos Intangíveis é alto, portanto pode-se dizer que de um modo geral as empresas se adequaram a Lei nº 11.638/2007 e ao CPC – 04, onde prevê a obrigatoriedade de se contabilizar os Ativos Intangíveis e as normas e regras de contabilização, respectivamente.

No Quadro 3, pode-se observar por quais setores é composto o Segmento Novo Mercado, assim como os Subsetores, Segmentos e quantas empresas pertence a cada um deles.

Setor	Subsetor	Segmento	Quant.
Bens Industriais	Equipamentos Elétricos	Equipamentos Elétricos	1
	Máquinas e Equipamentos	Máq. e Equip. Industriais	1
		Motores, Compressores e Outros	2
	Material de Transporte	Material Aeronáutico e de Defesa	1
		Material Rodoviário	3
Serviços	Serviços Diversos	2	
Construção e Transporte	Construção e Engenharia	Construção Civil	16
		Intermediação Imobiliária	2
		Materiais de Construção	2
		Serviços Diversos	1
	Transporte	Exploração de Rodovias	4
		Serviços de Apoio e Armazenagem	1
		Transporte Ferroviário	1
		Transporte Hidroviário	1
Transporte Rodoviário		2	
Consumo Cíclico	Comércio	Eletrodomésticos	1
		Produtos Diversos	1
		Tecidos. Vestuário e Calçados	4
	Diversos	Aluguel de carros	2
		Programas de Fidelização	2
		Serviços Educacionais	5
	Hotéis e Restaurantes	Hotelaria	1
		Restaurante e Similares	1
	Tecidos. Vestuário e Calçados	Acessórios	1
		Calçados	1
		Fios e Tecidos	1
		Vestuário	1
	Utilidades Domésticas	Móveis	1
	Viagens e Lazer	Produção de Eventos e Shows	1
Viagens e Turismo		1	
Consumo não Cíclico	Agropecuária	Agricultura	3
	Alimentos Processados	Açúcar e Álcool	3
		Laticínios	1
		Carnes e Derivados	4
		Alimentos Diversos	2
	Comércio e Distribuição	Medicamentos	3
	Diversos	Produtos Diversos	1
	Produtos de Uso Pessoal e de Limpeza	Produtos de Uso Pessoal	1
Saúde	Medicamentos e Outros Produtos	1	
	Serv.Méd.Hospit..Análises e Diagnósticos	5	

Continua

Continuação

Financeiro e Outros	Exploração de Imóveis	Exploração de Imóveis	9
	Holdings Diversificadas	Holdings Diversificadas	1
	Intermediários Financeiros	Holdings Diversificadas	1
	Previdência e Seguros	Corretoras de Seguros	1
	Previdência e Seguros	Seguradoras	2
	Serviços Financeiros Diversos	Gestão de Recursos e Investimentos	1
	Serviços Financeiros Diversos	Serviços Financeiros Diversos	3
Máquinas	Equipamentos	Veículos e Peças	1
Materiais Básicos	Madeira e Papel	Madeira	1
		Papel e Celulose	1
	Materiais Diversos	Materiais Diversos	2
	Mineração	Minerais Não Metálicos	1
		Minerais Metálicos	1
	Químicos	Fertilizantes e Defensivos	1
	Siderurgia e Metalurgia	Artefatos de Cobre	1
Petróleo. Gás e Biocombustíveis	Petróleo. Gás e Biocombustíveis	Exploração e/ou Refino	3
		Equipamentos e Serviços	1
Tecnologia da Informação	Programas e Serviços	Programas e Serviços	3
	Computadores e Equipamentos	Computadores e Equipamentos	2
Telecomunicações	Telefonia Móvel	Telefonia móvel	1
Utilidade Pública	Água e Saneamento	Água e Saneamento	2
	Energia Elétrica	Energia Elétrica	7
11	37	62	134

Quadro 3 - Setores, Subsetores e Segmentos das Empresas Listada no Novo Mercado

FONTE: Dados da Pesquisa

Pode-se observar o que Segmento é composto por 11 setores: Bens Industriais; Construção e Transporte; Consumo Cíclico; Consumo não Cíclico; Financeiro e Outros; Máquinas; Materiais Básicos; Petróleo, Gás e Combustíveis; Tecnologia da Informação; Telecomunicações e Utilidade Pública. Sendo que estes 11 setores são divididos em 37 subsetores e em 62 segmentos.

4.2.1 Impactos dos Intangíveis sobre o Ativo Total das Empresas

Adicionalmente podemos observar o tamanho do impacto que os Ativos Intangíveis têm sobre o total dos Ativos e qual a sua participação por faixa percentual, dando uma visão geral do grau de importância deles para as companhias, conforme a Tabela 1.

Tabela 1 - Faixas de Reconhecimento dos Intangíveis sobre o Ativo Total

Faixa Percentual dos Intangíveis sobre os Ativos	Quantidades de Empresas	Participação (%)
De 0,00% à 5,00%	49	37,40%
De 5,01% à 10,00%	15	11,45%
De 10,01% à 20,00%	20	15,27%
De 20,01% à 50,00%	29	22,14%
De 50,01% à 100,00%	18	13,74%
Total	131	100%

FONTE: Dados da Pesquisa.

Embora o grau de contabilização dos Intangíveis chegue muito próximo ao total das empresas, podemos observar que em cerca 37,40% das empresas os Ativos Intangíveis representam no máximo 5% com relação aos Ativos totais das mesmas. Que 86,26% delas correspondem a um percentual abaixo dos 50% de Intangíveis sobre os Ativos e 13,74% delas ultrapassa os 50% de Intangível contabilizado, como se pode observar na Tabela 1.

Pode-se observar ainda que 49 (37%) das empresas que reconheceram Ativos Intangíveis possuem menos de 5% de correspondência com o Ativo Total. Ainda, 18 (14%) das empresas possuem Ativos Intangíveis representativos em mais de 50% do Ativo Total, destacando as empresas do Setor de Consumo não Cíclico teve 5 dentre as 18.

Na Tabela 2, será demonstrado o percentual dos Ativos Intangíveis sobre o Ativo por Setor.

Tabela 2 - Empresas Classificadas por Setor

Setor	0,00% à 5,00%	5,01% à 10,00%	10,01% à 20,00%	20,01% à 50,00%	50,01% à 100,00%	Total
Bens Industriais	1	1	7	2	0	11
Construção e Transporte	20	2	1	3	4	30
Consumo Cíclico	8	6	1	6	2	23
Consumo não Cíclico	5	1	6	7	5	24
Financeiro e Outros	9	2	2	1	2	16
Materiais Básicos	3	2	1	2	0	8
Petróleo. Gás e Biocombustíveis	1	0	1	1	1	4
Tecnologia da Informação	0	1	1	1	2	5
Telecomunicações	0	0	0	1	0	1
Utilidade Pública	2	0	0	5	2	9
Total	49	15	20	29	18	131

FONTE: Dados da Pesquisa.

Observar-se que o Setor de Construção e Transporte foi o que teve mais empresas que reconheceram Ativos Intangíveis, no total de 30 empresas. Em segundo lugar ficou Consumo não Cíclico com 24 empresas. Em terceiro lugar, com 23 empresas, ficou o Setor de Consumo

Cíclico, seguido pelo Setor Financeiro e Outros com 16. Após, vem Bens Industriais com 11, logo em seguida as empresas de Utilidade Pública com 9, na sequência vem o Setor de Materiais Básicos com 8. Em oitavo lugar ficou o Tecnologia da Informação com 5 empresas, depois vem Petróleo, Gás e Biocombustíveis com 4 e por último ficou o de Telecomunicações com apenas uma empresa.

4.3 A DIVISÃO DOS ATIVOS INTANGÍVEIS

Como já mencionado anteriormente, os Ativos Intangíveis são divididos em quatro grupos: Ativos Humanos, Ativos de Inovação, Ativos Estruturais e Ativos de Relacionamento. Mas além dos quatro grupos de Intangíveis é considerado também o *Goodwil* e outros Ativos Intangíveis não identificados, pela sua relevância dentro das contabilizações das empresas.

4.3.1 As Contabilizações dentro dos Grupos de Ativos Intangíveis

A Tabela 3 apresenta os resultados inerentes de como os Ativos Intangíveis foram contabilizados pelas empresas e como estão divididos, quais os tipos de Intangíveis que as companhias mais têm adotados, reconhecidos, dando uma visão generalizada como elas vêm contabilizando seus Intangíveis após a Lei nº 11.638/07.

Tabela 3 - Classificação dos Ativos Intangíveis

Tipos de Ativos Intangíveis	Quantidades de Empresas	Participação (%)
Ativos Humanos	2	1,53%
Ativos de Inovação	35	26,72%
Ativos Estruturais	111	84,73%
Ativos de Relacionamentos	88	67,18%
<i>Goodwil</i> (Ágio)	94	71,76%
Outros Ativos Intangíveis não Identificados	58	44,27%

FONTE: Dados da Pesquisa.

Nota: Foram consideradas somente as 131 empresas que contabilizaram Ativos Intangíveis.

Como se pode observar, os Ativos estruturais são os mais reconhecidos, seguido pelos Ativos de Relacionamentos, dentro da estrutura proposta por Kayo. Os Ativos Humanos são os menos contabilizados pelas companhias.

Pode-se também constatar que o *Goodwil*, mesmo não estando na classificação feita por Kayo, é imprescindível que o consideremos, pois ele é contabilizado por mais de 70% das empresas, assim como os Ativos Intangíveis não identificados pelas empresas, pois considerado por quase 45% das corporações pesquisadas.

Na Tabela 4, pode-se observar a classificação dos Intangíveis por Setor de atuação.

Tabela 4 - Grupos de Ativos Intangíveis por Setor

Setor	Ativos Humanos	Ativos de Inovação	Ativos Estruturais	Ativos de Relacionamentos	<i>Goodwil</i> (Ágio)	Outros Intangíveis
Bens Industriais	0	3	9	6	10	8
Construção e Transporte	1	7	27	15	20	13
Consumo Cíclico	0	6	22	19	14	9
Consumo não Cíclico	0	6	20	19	21	11
Financeiro e Outros	1	3	15	7	11	6
Materiais Básicos	0	3	5	4	6	2
Petróleo. Gás e Biocombustíveis	0	1	4	3	1	0
Tecnologia da Informação	0	3	5	5	5	4
Telecomunicações	0	0	1	1	1	1
Utilidade Pública	0	3	3	9	5	4
Total	2	35	111	88	94	58

FONTE: Dados da Pesquisa.

Dentro da proposta de classificação dos Intangíveis, observa-se que os Setores de Construção e Transporte, Consumo Cíclico e Consumo não Cíclico, são os que mais contabilizaram Ativos Intangíveis em seus Balanços. Pode-se observar ainda que os Setores de Construção e Transporte e Financeiro e Outros foram os únicos que tiveram Intangíveis reconhecidos em todos os grupos.

4.3.2 Grupos de Ativos Humanos

No grupo de Ativos Humanos somente duas empresas contabilizaram esse tipo de Intangíveis, correspondendo a 1,53% das 131 companhias. Estas duas empresas reconheceram

seguros de vida como Ativos Humanos. Portanto pode-se dizer que o impacto deste grupo de Ativos Intangíveis dentro da contabilidade é pouco mensurado pelas companhias.

4.3.3 Grupos de Ativos de Inovação

Na Tabela 5 vêem-se quais os tipos de Ativos de Inovação as empresas estão contabilizando e quais os principais Ativos de Inovação ela estão lançando em seus Balanços.

Tabela 5 - Ativos de Inovação

Tipos de Ativos de Inovação	Quantidades de Empresas	Participação (%)
Pesquisa e desenvolvimento	31	88,57%
Patentes	3	8,57%
Fórmulas Secretas	0	0,00%
<i>Know-how</i>	6	17,14%

FONTE: Dados da Pesquisa

Nota: Foram 35 empresas que lançaram em seus Balanços Ativos de Inovação, sendo que algumas delas reconheceram mais de um Intangível.

Pode-se observar que o principal Ativo de Inovação reconhecido pelas companhias são as Pesquisas e Desenvoltimentos, sendo que mais de 88% das 35 empresas os contabilizaram. Vale ressaltar ainda *know-how* (tecnologias), que teve mais de 17% empresas que às contabilizaram nesse grupo.

Setor	Subsetor	Segmento	Pesquisa e Desenvolvimento	Patentes	Fórmulas Secretas	Know-how
Bens Industriais	Máquinas e Equipamentos	Máq. e Equip. Industriais	-	-	-	1
	Material de Transporte	Material Aeronáutico e de Defesa	1	-	-	1
	Máquinas e Equipamentos	Motores, Compressores e Outros	1	-	-	-
Construção e Transporte	Construção e Engenharia	Construção Civil	2	-	-	-
		Intermediação Imobiliária	1	-	-	-
	Transporte	Exploração de Rodovias	2	-	-	-
		Transporte Rodoviário	2	-	-	-
Consumo Cíclico	Comércio	Tecidos. Vestuário e Calçados	1	-	-	-
	Tecidos. Vestuário e Calçados	Calçados	1	-	-	1
		Vestuário	1	-	-	-
	Comércio	Elerodomésticos	1	-	-	-
	Diversos	Serviços Educacionais	2	-	-	-
Consumo não Cíclico	Comércio e Distribuição	Medicamentos	1	-	-	-
	Diversos	Produtos Diversos	1	-	-	-
	Alimentos Processados	Alimentos Diversos	1	1	-	-
		Carnes e Derivados	-	1	-	-
	Saúde	Serv.Méd.Hospit..Análises e Diagnósticos	2	-	-	-
Financeiro e Outros	Holdings Diversificadas	Holdings Diversificadas	-	-	-	1
	Serviços Financeiros Diversos	Serviços Financeiros Diversos	2	-	-	-
Materiais Básicos	Madeira e Papel	Papel e Celulose	1	1	-	-
	Mineração	Minerais Não Metálicos	1	-	-	-
	Siderurgia e Metalurgia	Artefatos de Cobre	1	-	-	-
Petróleo. Gás e Biocombustíveis	Petróleo. Gás e Biocombustíveis	Exploração e/ou Refino	-	-	-	1
Tecnologia da Informação	Programas e Serviços	Programas e Serviços	1	-	-	1
	Computadores e Equipamentos	Computadores e Equipamentos	2	-	-	-
Utilidade Pública	Água e Saneamento	Água e Saneamento	1	-	-	-
	Energia Elétrica	Energia Elétrica	2	-	-	-

Quadro 4 - Ativos de Inovação Classificados por Setor, Subsetor e Segmento

FONTE: Dados da Pesquisa

Pode-se observar que os Ativos Intangíveis de Inovação, é mensurado pelos diversos Setores e Segmentos que compõe o Novo Mercado, não havendo nenhum que se destaque dos

demais. A única ressalva é com relação ao Setor de Petróleo, Gás e Combustível, que não teve nenhum Intangível reconhecido dentro do grupo, assim como não houve empresa que contabilizou Formula Secreta.

Na Figura 2 pode-se visualizar o percentual que cada Ativo Intangível compõe o grupo do Ativo de Inovação.

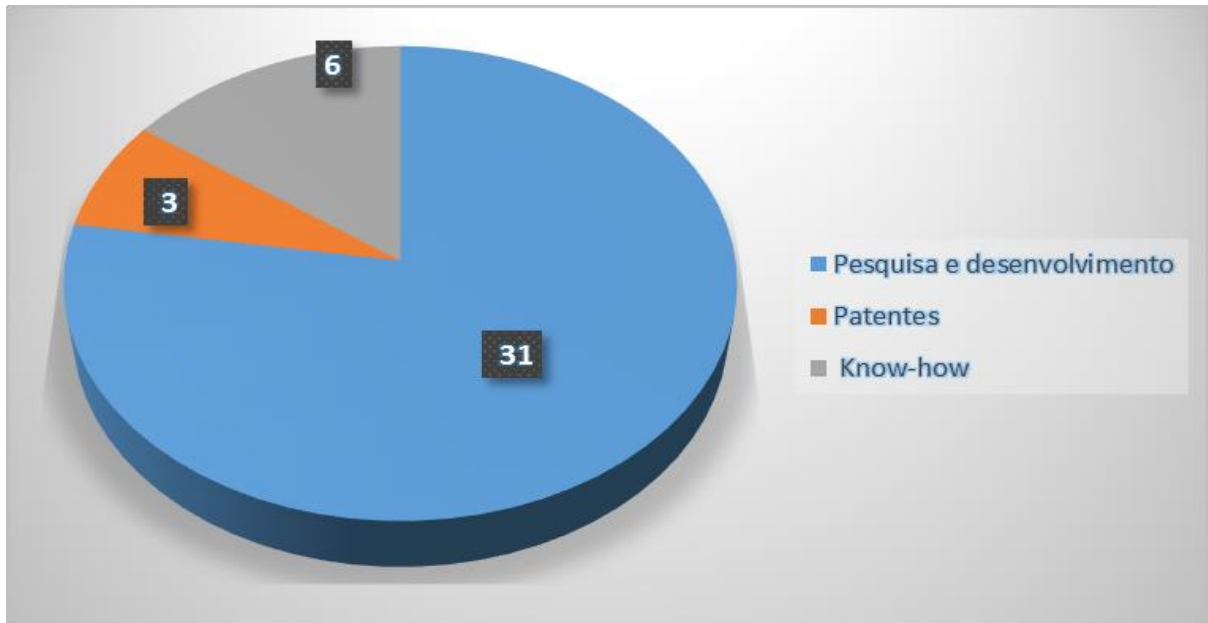


Figura 2 - Tipos de Ativos de Inovação

FONTE: Dados da Pesquisa

Nota: Foi utilizado método quantitativo e não porcentagem, devido a mesma empresa possuir registro de Intangível em mais de tipo Ativo de Inovação.

Na Figura 2, se tem uma dimensão visual do impacto dos Ativos Intangíveis dentro do grupo Ativo de Inovação, tendo as Pesquisas e Desenvolvimento como Intangível de destaque dentro do grupo.

4.3.4 Grupos de Ativos Estruturais

Na Tabela 6 pode-se observar que o principal Ativo Estrutural reconhecido pelas companhias são os *softwares* com mais de 94%, seguido pelo Banco de Dados com quase 19%, sendo que o Ativo Intangível Banco de Dados é composto principalmente por carteiras de clientes.

Tabela 6 - Ativos Estruturais

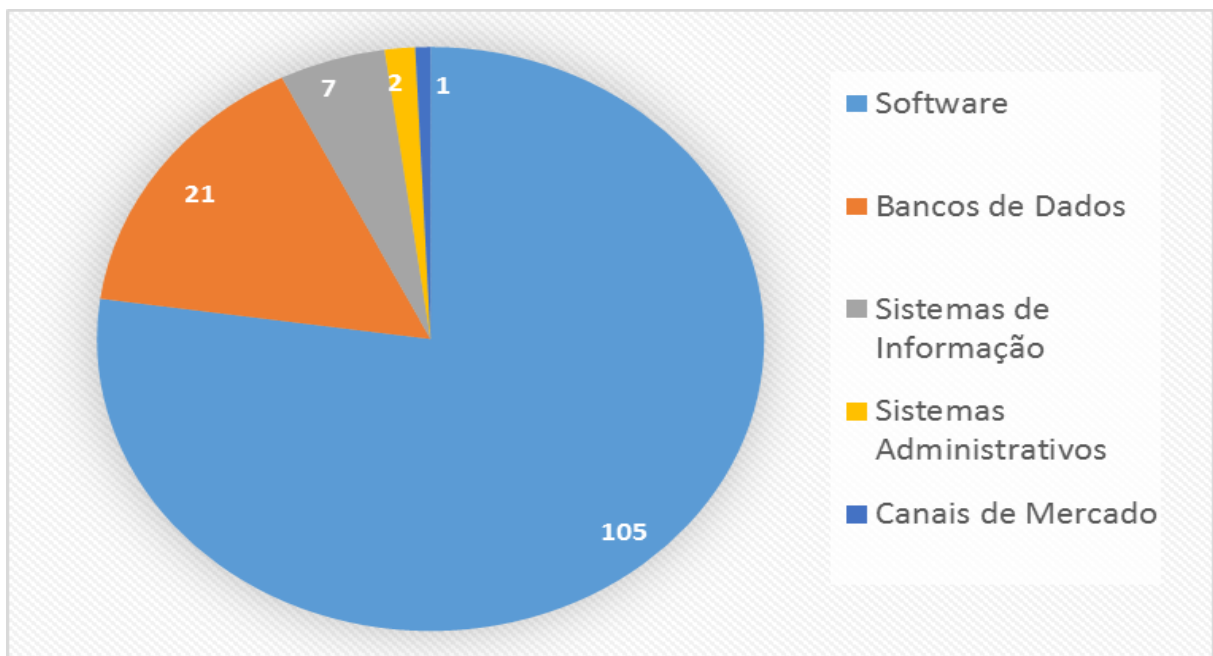
Tipos de Ativos Estruturais	Quantidades de Empresas	Participação (%)
<i>Software</i>	105	94,59%
Bancos de Dados	21	18,92%
Sistemas de Informação	7	6,31%
Sistemas Administrativos	2	1,80%
Canais de Mercado	1	0,90%

FONTE: Dados da Pesquisa

Nota: Foram 111 empresas que lançaram em seus Balanços Ativos Estruturais, sendo que algumas delas reconheceram mais de um Intangível.

O grupo dos Ativos Estruturais, foi o que as empresas mais contabilizaram, totalizando 111 empresas de 131 que reconheceu Ativos Intangíveis. Dentre os tipos de Intangíveis deste grupo, os *softwares* se destaca, com 94,59%, seguido pelos Bancos de Dados com 21 empresas, em terceiro vem os Sistemas de Informação com 7 empresas, tendo ainda os Sistemas Administrativos com 2 empresas e por último Canais de Mercado com apenas uma empresa.

Na figura 3, dá para se ter uma visão de quais os principais Ativos Intangíveis que compõe o grupo dos Ativos Estruturais.

**Figura 3 - Tipos de Ativos Estruturais**

FONTE: Dados da Pesquisa

Nota: Foi utilizado método quantitativo e não porcentagem, devido a mesma empresa possuir registro de Intangível em mais de tipo Ativo Estruturais.

Observa-se que na Figura 3, que este grupo de Ativos Estruturais é composto basicamente por Ativos Intangíveis relacionados a tecnologia da informação, dentre todos o que se destaca são os *softwares* com 105 empresas os reconhecendo. Basicamente estes

Intangíveis estão voltados ao fornecimento de informações para as empresas, por meios de tecnologia.

No Quadro 5, pode-se ver a classificação dos Ativos Estruturais por Setor, Subsetor e Segmento.

Setor	Subsetor	Segmento	Softwares	Banco de Dados	Sistema de Informação	Sistemas Administrativos	Canais de Mercado
Bens Industriais	Máquinas e Equipamentos	Máq. e Equip. Industriais	-	1	-	-	-
		Motores, Compressores e Outros	2	-	-	-	-
	Material de Transporte	Material Aeronáutico e de Defesa	1	-	-	-	-
		Material Rodoviário	2	1	-	-	-
	Serviços	Serviços Diversos	2	-	-	-	-
	Equipamentos Elétricos	Equipamentos Elétricos	1	-	-	-	-
Construção e Transporte	Construção e Engenharia	Construção Civil	14	-	1	-	-
		Intermediação Imobiliária	2	2	-	-	-
		Materiais de Construção	2	-	-	1	-
		Serviços Diversos	1	-	-	-	-
	Transporte	Exploração de Rodovias	3	-	1	-	-
		Serviços de Apoio e Armazenagem	1	-	-	-	-
		Transporte Hidroviário	1	-	-	-	-
		Transporte Rodoviário	2	1	-	-	-
Consumo Cíclico	Comércio	Produtos Diversos	1	-	1	-	-
		Tecidos, Vestuário e Calçados	3	1	1	-	-
		Eletrodomésticos	1	-	-	-	-
	Diversos	Programas de Fidelização	1	-	-	-	-
		Aluguel de carros	2	-	-	-	-
		Serviços Educacionais	5	1	-	-	1
	Hotéis e Restaurantes	Hotelaria	1	-	-	-	-
		Restaurante e Similares	1	-	-	-	-

Continua

Continuação

	Tecidos, Vestuário e Calçados	Acessórios	1	-	-	-	-
		Calçados	1	-	-	-	-
		Vestuário	1	-	-	-	-
	Utilidades Domésticas	Móveis	1	-	-	-	-
	Viagens e Lazer	Produção de Eventos e Shows	1	-	-	-	-
		Viagens e Turismo	1	-	-	-	-
Consumo não Cíclico	Alimentos Processados	Açúcar e Álcool	3	1	-	-	-
		Alimentos Diversos	1	-	-	-	-
		Carnes e Derivados	4	1	-	-	-
		Laticínios	1	-	-	-	-
	Comércio e Distribuição	Medicamentos	3	2	-	-	-
	Diversos	Produtos Diversos	1	-	-	-	-
	Produtos de Uso Pessoal e de Limpeza	Produtos de Uso Pessoal	1	-	-	-	-
	Saúde	Medicamentos e Outros Produtos	1	-	-	-	-
		Serv.Méd.Hospit..Análises e Diagnósticos	3	2	2	-	-
Financeiro e Outros	Exploração de Imóveis	Exploração de Imóveis	8	-	-	-	-
	Intermediários Financeiros	Holdings Diversificadas	1	-	-	1	-
	Previdência e Seguros	Corretoras de Seguros	1	1	-	-	-
	Holdings Diversificadas	Holdings Diversificadas	1	-	-	-	-
	Previdência e Seguros	Seguradoras	1	-	-	-	-
	Serviços Financeiros Diversos	Serviços Financeiros Diversos	3	-	-	-	-
Materiais Básicos	Madeira e Papel	Madeira	1	1	-	-	-
		Papel e Celulose	-	1	-	-	-
	Materiais Diversos	Materiais Diversos	2	-	-	-	-
	Químicos	Fertilizantes e Defensivos	1	-	-	-	-
Petróleo, Gás e Biocombustíveis	Petróleo, Gás e Biocombustíveis	Exploração e/ou Refino	3	-	-	-	-
		Equipamentos e Serviços	1	-	-	-	-

Continua

Continuação

Tecnologia da Informação	Programas e Serviços	Programas e Serviços	3	3	-	-	-
	Computadores e Equipamentos	Computadores e Equipamentos	2	1	1	-	-
Telecomunicações	Telefonia Móvel	Telefonia móvel	1	1	-	-	-
Utilidade Pública	Água e Saneamento	Água e Saneamento	1	-	-	-	-
	Energia Elétrica	Energia Elétrica	2	-	-	-	-

Quadro 5 - Ativos Estruturais Classificados por Setor, Subsetor e Segmento**FONTE:** Dados da Pesquisa

No grupo dos Ativos Estruturais basicamente todos os Setores tiveram *Software* reconhecidos em seus Balanços, assim como boa parte deles também reconheceram os Bancos de Dados. Os Sistemas de Informação alguns Setores mensuraram este Intangível. Já os Sistemas Administrativos tiveram 2 empresas que contabilizou este tipo de Intangível. Uma empresa do Setor de Construção e Transporte e a outra do Setor Financeiro e Outros, e Canais de Mercado teve apenas uma empresa que pertence ao Setor de Consumo Cíclico.

4.3.5 Grupos de Ativos de Relacionamentos

A Tabela 7 apresenta os Ativos de relacionamento, sendo este grupo o que obteve com mais variações de Intangíveis, com maior ocorrência nas contabilizações. O Ativo Intangível Marcas vem em primeiro lugar com 60%, seguido dos Ativos de Contratos com Cliente e Fornecedores, assim como acordos de não concorrência, licenças, franquias, concessões.

Tabela 7 - Ativos de Relacionamentos

Tipos de Ativos de Relacionamentos	Quantidades de Empresas	Participação (%)
Marcas	53	60,23%
Ponto Comercial (Fundo de Comércio)	17	19,32%
<i>Trademarks</i>	1	1,14%
Direitos Autorais	3	3,41%
Contratos com Clientes, Fornecedores, etc.	41	46,59%
Contratos de Licenciamentos, Concessões, Franquias, etc.	35	39,77%
Direitos de Exploração Minerais	7	7,95%

FONTE: Dados da Pesquisa

Nota: Foram 88 empresas que lançaram em seus Balanços os Ativos de Relacionamentos, sendo que algumas delas reconheceram mais de um Intangível.

Os Ativos de Relacionamento, é um grupo mais homogêneo, tendo vários Ativos Intangíveis neste grupo, este grupo não tem um único Intangível que se destaque com relação aos demais.

Na figura 4, dá para se ter uma visão de quais os principais Ativos Intangíveis que compõe o grupo dos Ativos de Relacionamento.

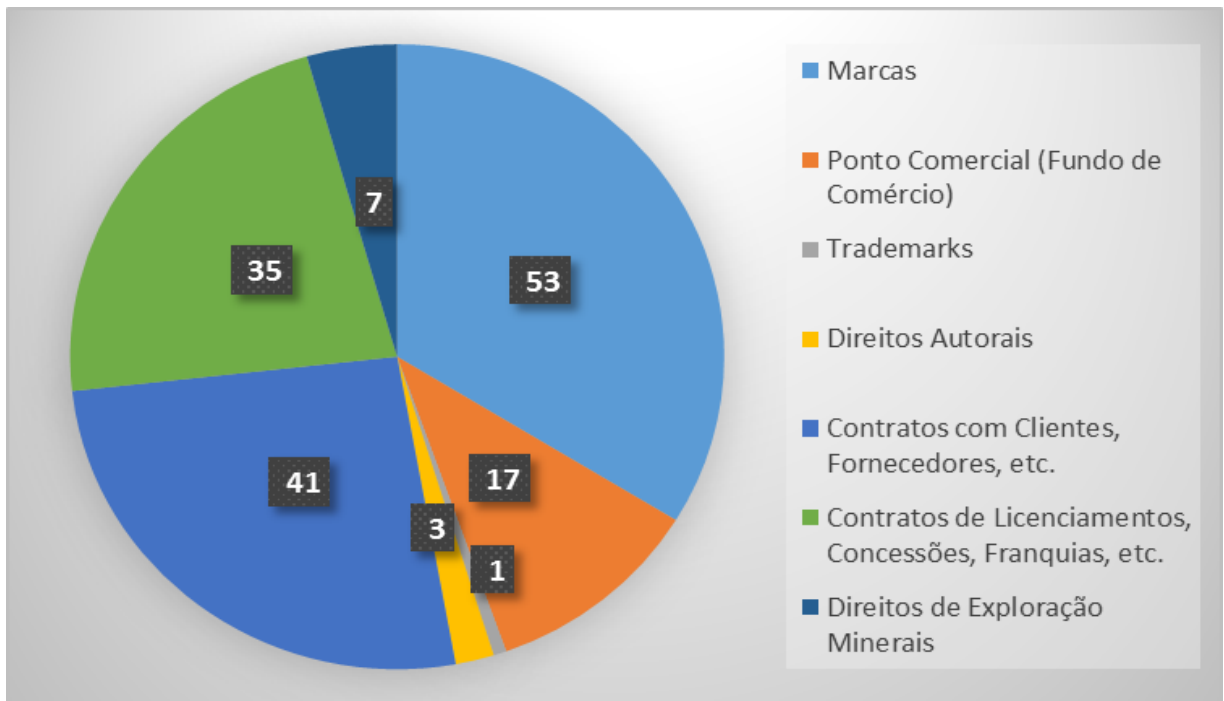


Figura 4 - Tipos de Ativos de Relacionamentos

FONTE: Dados da Pesquisa

Nota: Foi utilizado método quantitativo e não porcentagem, devido a mesma empresa possuir registro de Intangível em mais de tipo Ativo de Relacionamentos.

Observa-se que na Figura 4, que este grupo de Ativos de Relacionamentos é composto basicamente por Ativos Intangíveis relacionados a direitos adquiridos com relacionamento ao público externo. Dentre todos, o que se destaca são as Marcas com 53 empresas. Basicamente estes Intangíveis estão voltados a direitos adquiridos como contratos com cliente, fornecedores, etc., assim como licenças, franquias, marcas, etc.

No Quadro 6, pode-se ver a classificação dos Ativos de Relacionamentos por Setor, Subsetor e Segmento.

Setor	Subsetor	Segmento	Marcas	Ponto Comercial "Fundo de Comércio"	Trademarks	Direitos Autorais	Contratos com Clientes, Fornecedores, etc.	Contratos de Licenciamento, Franquias, etc.	Direitos de Exploração Minerais	
Bens Industriais	Equipamentos Elétricos	Equipamentos Elétricos	1	-	-	-	-	-	-	
	Máquinas e Equipamentos	Máq. e Equip. Industriais	1	-	-	-	-	1	-	
	Material de Transporte	Material Rodoviário	2	-	-	-	2	-	-	
	Serviços	Serviços Diversos	1	-	-	-	-	1	-	
Construção e Transporte	Construção e Engenharia	Intermediação Imobiliária	1	-	-	-	2	1	-	
		Construção Civil	3	1	-	-	1	1	-	
		Materiais de Construção	2	1	-	-	-	-	1	
	Transporte	Exploração de Rodovias	-	-	-	-	-	1	4	1
		Transporte Rodoviário	1	-	-	-	-	1	1	-
		Serviços de Apoio e Armazenagem	-	-	-	-	-	-	1	1
		Transporte Hidroviário	1	-	-	-	-	-	1	-
Consumo Cíclico	Comércio	Produtos Diversos	-	-	1	-	-	-	-	
		Tecidos, Vestuário e Calçados	3	2	-	1	3	-	-	
		Eletrodomésticos	-	1	-	-	1	-	-	
	Diversos	Aluguel de carros	1	-	-	-	-	-	-	
		Serviços Educacionais	3	1	-	1	3	2	-	
	Hoteis e Restaurantes	Restaurante e Similares	1	1	-	-	1	1	-	
	Tecidos, Vestuário e Calçados	Acessórios	1	-	-	-	1	-	-	
		Calçados	1	1	-	-	-	-	-	
		Fios e Tecidos	1	1	-	-	-	-	-	
		Vestuário	1	1	-	-	-	-	-	
	Utilidades Domésticas	Móveis	1	1	-	-	-	-	-	
	Viagens e Lazer	Viagens e Turismo	-	-	-	-	1	-	-	
		Produção de Eventos e Shows	1	-	-	-	-	-	-	

Continua

Continuação

Consumo não Cíclico	Agropecuária	Agricultura	1	-	-	-	-	-	-
	Alimentos Processados	Açúcar e Álcool	1	-	-	-	1	1	-
		Alimentos Diversos	1	-	-	-	1	-	-
		Carnes e Derivados	3	-	-	-	2	1	-
		Laticínios	1	-	-	-	-	-	-
	Comércio e Distribuição	Medicamentos	3	2	-	-	2	-	-
	Diversos	Produtos Diversos	1	-	-	-	-	1	-
	Produtos de Uso Pessoal e de Limpeza	Produtos de Uso Pessoal	1	1	-	-	-	-	-
	Saúde	Medicamentos e Outros Produtos	1	1	-	1	1	-	-
		Serv.Méd.Hospit..Análises e Diagnósticos	4	1	-	-	5	1	-
Financeiro e Outros	Exploração de Imóveis	Exploração de Imóveis	2	-	-	-	-	2	-
	Holdings Diversificadas	Holdings Diversificadas	-	1	-	-	1	-	-
	Previdência e Seguros	Corretoras de Seguros	-	-	-	-	1	-	-
		Seguradoras	1	-	-	-	1	-	-
Serviços Financeiros Diversos	Serviços Financeiros Diversos	1	-	-	-	2	-	-	
Materiais Básicos	Madeira e Papel	Madeira	1	-	-	-	-	-	-
		Papel e Celulose	-	-	-	-	1	-	-
	Mineração	Minerais Metálicos	-	-	-	-	-	1	1
		Minerais Não Metálicos	-	-	-	-	1	1	1
Petróleo, Gás e Biocombustíveis	Petróleo, Gás e Biocombustíveis	Exploração e/ou Refino	-	-	-	-	-	1	2
Tecnologia da Informação	Programas e Serviços	Programas e Serviços	3	-	-	-	1	1	-
	Computadores e Equipamentos	Computadores e Equipamentos	1	-	-	-	-	1	-
Telecomunicações	Telefonia Móvel	Telefonia móvel	-	-	-	-	1	1	-
Utilidade Pública	Água e Saneamento	Água e Saneamento	-	-	-	-	-	2	-
Utilidade Pública	Energia Elétrica	Energia Elétrica	-	-	-	-	3	7	-

Quadro 6 - Ativos de Relacionamentos Classificados por Setor, Subsetor e Segmento

FONTE: Dados da Pesquisa

Este grupo de Intangíveis não tem nenhum Setor que se destaque dentre os demais, todos têm algum Intangível reconhecido. Pode-se observar ainda que estes Intangíveis estão relacionados com diretos adquiridos mediante acordos, contratos, concessões, etc., relevantes para a companhia, como exemplo: direitos de exploração mineral, concessões de rodovias, licenças ambientais de operação, etc.

4.3.6 Os Principais Tipos de Ativos Intangíveis

Na Tabela 6 estão descritos os principais Ativos Intangíveis contabilizados pelas empresas lista na Bovespa no segmento Novo Mercado.

Tabela 8 - Ativos Intangíveis mais Contabilizados

Tipos de Ativos Intangíveis	Quantidades de Empresas	Participação (%)
<i>Software</i>	105	80,15%
<i>Goodwil (Ágio)</i>	94	71,76%
Outros Ativos Intangíveis não Identificados	58	44,27%
Marcas	53	40,46%
Contratos com Clientes, Fornecedores, etc.	41	31,30%
Contratos de Licenciamentos, Concessões, Franquias, etc.	35	26,72%
Pesquisa e desenvolvimento	34	25,95%

FONTE: Dados da Pesquisa

Nota: Os Ativos Intangíveis mais contabilizados pelas 131 empresas que lançaram Ativos Intangíveis em seus Balanços.

Pode-se concluir que o principal Ativo Intangível contabilizado pelas empresas listas são os softwares com mais de 80%, seguido pelo Goodwil com 71%, em terceiro lugar ficou os Ativos Intangíveis não Identificados pelas empresas juntamente com as Marcas com o mesmo percentual de pouco mais de 44%. Em quinto lugar ficou os Contratos com Clientes, Fornecedores, etc., em sexto os contratos de licenciamentos, concessões, franquias, etc., e em sétimo pesquisa e desenvolvimento para finalizar os mais contabilizados.

Na Figura 3 pode-se verificar a curva com os Ativos Intangíveis mais reconhecidos.

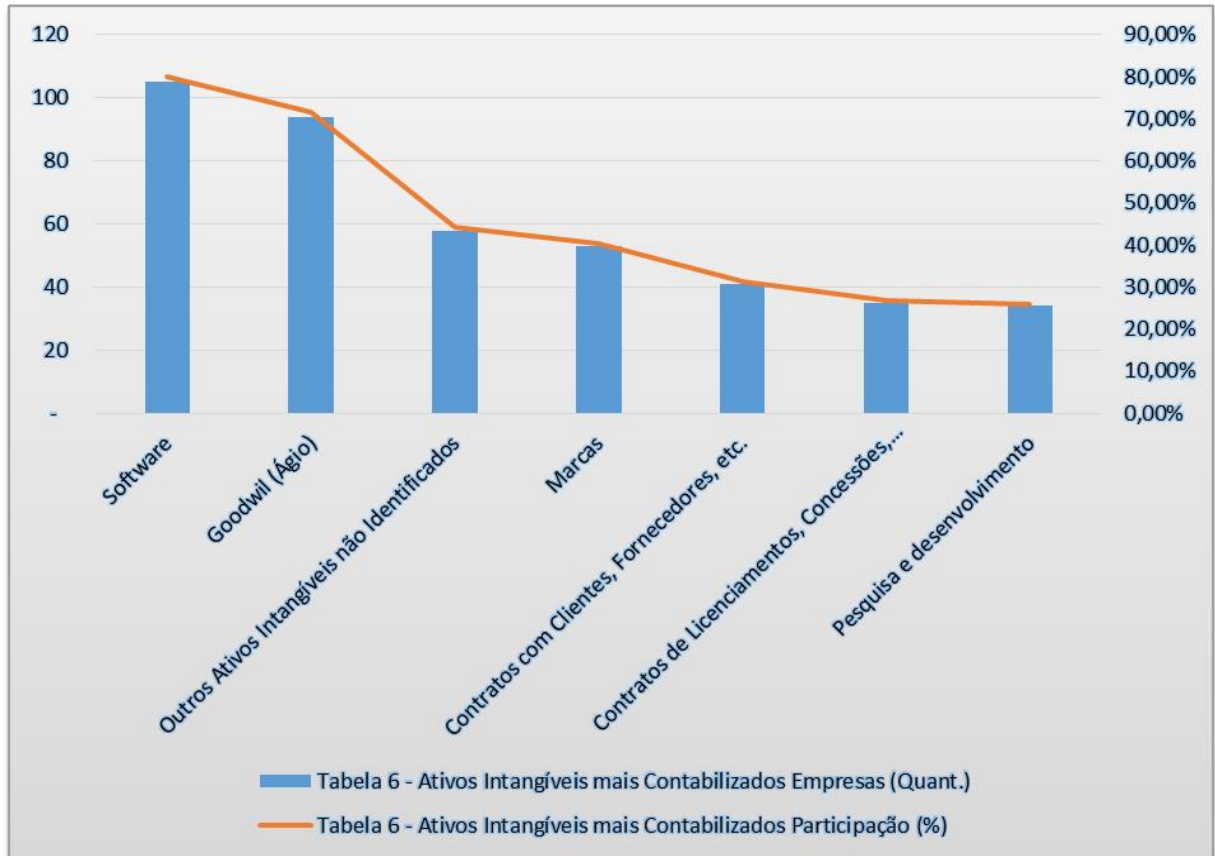


Figura 5 - Curva dos Ativos Intangíveis mais Contabilizados

FONTE: Dados da Pesquisa

Tem uma curva que começa com um Ativo estrutural, passando pelo *Goodwil* (este não está na classificação feita por Kayo), depois passa pelos Ativos não identificados, em seguida vêm as Marcas um Ativo de relacionamento, seguido por mais dois Ativos e relacionamento e por último Pesquisa e Desenvolvimento um Ativo de inovação. O Ativo Humano não está dentre os mais contabilizados.

Na Tabela 9, pode-se observar os principais Ativos Intangíveis reconhecidos pelas empresas, classificado por Setor.

Tabela 9 - Principais Intangíveis Classificado por Setor

Setor	Software	Goodwil (Ágio)	Outros Intangíveis	Marcas	Contratos com Clientes, Fornecedores, etc.	Contratos de Licenciamentos, Concessões, Franquias, etc.	Pesquisa & Desenvolvimento
Bens Industriais	8	10	8	5	2	2	2
Construção e Transporte	26	20	13	8	5	9	7
Consumo Cíclico	21	14	9	14	10	3	6
Consumo não Cíclico	18	21	11	17	12	4	5
Financeiro e Outros	15	11	6	4	5	2	2
Materiais Básicos	4	6	2	1	2	2	3
Petróleo. Gás e Biocombustíveis	4	1	0	0	0	1	3
Tecnologia da Informação	5	5	4	4	1	2	3
Telecomunicações	1	1	1	0	1	1	0
Utilidade Pública	3	5	4	0	3	9	3
Total	105	94	58	53	41	35	34

FONTE: Dados da Pesquisa

De acordo com a Tabela 9, pode-se dizer que os Ativos Intangíveis são: *Software*; *Goodwil*; outros Intangíveis não identificados; Marcas; Contratos com Clientes e Fornecedores etc.; Contratos de Licenciamento, Concessões, Franquias, etc.; e Pesquisa e Desenvolvimento, respectivamente, sendo que dentre os setes tem dois Intangíveis que não está na classificação de Kayo (2002). Dos cinco restantes três pertence ao grupo de Ativos de Relacionamentos (marcas; contratos com clientes e fornecedores, etc.; e contratos de licenciamentos, franquias, concessões, etc.), já os *Softwares* pertence ao grupo de Ativos Estruturais e pesquisa e desenvolvimentos que pertence aos Ativos de Inovação, conforme classificação.

Pode-se observar ainda que o Setor de Construção e Transporte foi o que mais teve empresas que reconheceram os Intangíveis.

CONCLUSÃO

Conclui-se neste trabalho que o objetivo geral era descrever os Ativos Intangíveis das empresas listadas no segmento Novo Mercado da BM&FBOVESPA no ano de 2012, foi alcançado, sendo identificado pelo referencial teórico as características dos Ativos Intangíveis, sendo pesquisado 134 empresas no Segmento Novo Mercado.

O trabalho também atingiu os objetivos específicos de pesquisar teoricamente os Ativos Intangíveis, descrever os aspectos de reconhecimento de Ativo Intangível em conformidade com o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC-04) e identificar nas demonstrações contábeis das empresas listadas no segmento Novo Mercado da BM&FBOVESPA, quais os Ativos Intangíveis que foram reconhecidos no ano de 2012. Sendo pesquisado os tipos de Ativos Intangíveis, sua classificação, características e aspectos de reconhecimento de acordo com o (CPC-04). Foram identificadas 134 empresas listadas no Segmento Novo Mercado, os tipos de Ativos Intangíveis, através do Balanço Patrimonial, Notas Explicativas e informações sobre Setor em que atuam as empresas no *site* da BM&FBOVESPA, no ano 2012

Os principais Ativos Intangíveis reconhecidos pelas empresas listadas no Novo Mercado foram: *Software*, *Goodwil*, Outros Intangíveis não identificados, Marcas, Contratos com Clientes e Fornecedores, etc., Contratos de Licenciamentos, Concessões, Franquias, etc., e Pesquisa & Desenvolvimento. Utilizando ainda o modelo proposto por Kayo (2002), de classificação dos intangíveis, conclui-se que os Ativos Estruturais foram o que as empresas mais reconheceram, sendo 111 empresas em um universo de 134, em segundo lugar ficou os Ativos de Relacionamentos com 88 empresas, em terceiro vem os Ativos de Inovação com 35 empresas e por último os Ativos Humanos com apenas 2 empresas.

Observou-se também que além dos quatros grupos de Ativos Intangíveis proposto por Kayo (2002), foi levantado durante a pesquisa o *Goodwil* com 94 empresas reconhecendo este como Ativo Intangível, isto impacta em mais de 70% das empresas pesquisadas, demonstrando-se de extrema importância acrescentar este intangível como complemento para a classificação de Kayo (2002). Foi observado ainda que 58 empresas reconheceram em seus Balanços Outros Intangíveis não identificado, isto representa mais de 43% das empresas

pesquisadas. Ficando uma lacuna para estas empresas melhorarem a evidenciação deste intangíveis.

Observou-se ainda que dentre os Setores levantado pela pesquisa, o que mais se destacou foi em primeiro lugar o Setor de Construção e Transporte, sendo o que mais teve empresas reconhecendo os principais intangíveis, dentre eles *Software* (26), Outros Intangíveis (13), Contratos de Licenciamentos, Concessões, Franquias, etc. (9) e Pesquisa & Desenvolvimento (7). Em segundo lugar ficou Consumo não Cíclico com praticamente todos os intangíveis mais reconhecidos sendo o segundo Setor que mais reconheceu, porém o *Goodwil* (21) foi o Setor que mais teve empresas mensurado este intangível. Teve o Setor de Consumo Cíclico com bom desempenho conforme pode-se observar na Tabela 9. O Setor de Telecomunicações teve apenas uma empresa, sendo o menos impactante dos pesquisados.

Com relação aos trabalhos futuros sugere-se pesquisar a metodologia que as empresas adotaram para mensurarem seus Ativos Intangíveis. As empresas que não fazem o reconhecimento dos Ativos Intangíveis, pesquisar se realmente não existem Ativos Intangíveis a serem reconhecidos, ou se não estão deixando de aplicar as normas reguladoras (CPCs) vigentes. Sugere-se ainda pesquisar empresas de outros segmentos, para que possa comparar quais os tipos de Ativos Intangíveis elas estão mensurando. Outro ponto levantado por esta pesquisa que poderia ser aprofundado em trabalhos futuros, é com relação aos intangíveis não identificados, tentar identificar quais são este Ativos Intangíveis.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Maria Goreth Miranda; HAIL, Zaina Said. **Mensuração e Avaliação do Ativo: uma Revisão Conceitual e uma Abordagem do Goodwil e do Ativo Intelectual**. Caderno de Estudos, São Paulo, FIECAFI, v.9, nº16, p.66-83, julho/dezembro 1997.

BOVESPA. **Regulamento de listagem do Novo Mercado**. Disponível em <http://www.bmfbovespa.com.br/Pdf/RegulamentoNMercado.pdf>, Acesso em: 21 jun. de 2010.

BRASIL. **Lei n.º 6.404**, de 15 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as Sociedades por Ações. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 17 dez. 1976.

BRASIL, **Lei n.º 11.638**, de 28 de dezembro de 2007. Altera e revoga dispositivos da Lei no 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e da Lei no 6.385, de 7 de dezembro de 1976, e estende às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e divulgação de demonstrações financeiras. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 28 dez. 2007.

BRASIL, **Lei n.º 9.610**, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 20 fev. 1998.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS (CPC). Pronunciamento técnico CPC-01. **Redução ao valor recuperável de Ativos**. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos/Pronunciamento?Id=2>>, Acesso em: 07 dez. de 2014.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS (CPC). Pronunciamento técnico CPC-04. **Ativo Intangível**. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos/Pronunciamento?Id=35>>, Acesso em: 07 dez. 2014.

CVM, Comissão de Valores Mobiliários. **Mercado de Balcão Organizado**, Disponível em <<http://www.cvm.gov.br/port/protinv/caderno7-05.pdf>>. Acesso em 14/12/14.

FIECAFI. **Manual de contabilidade das sociedades por ações**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

FIECAFI. **Manual de contabilidade societária**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.

HENDRIKSEN, Eldon S.; BREDA. **Teoria da contabilidade**. Tradução da 5ª Edição Americana por Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Atlas, 2007.

KAYO, Eduardo Kazuo. **“A Estrutura de Capital e o Risco das Empresas Tangível e Intangível-Intensivas: Uma Contribuição ao Estudo da Valoração de Empresas”**. São Paulo: FEA/USP, 2002, 110p. Tese (Doutorado), Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Departamento de Administração, São Paulo, 2002.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 1993.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LIMA, Manolita Correia. **Monografia a Engenharia da Produção Acadêmica**. São Paulo: Saraiva, 2004.

MARION, José Carlos. **Reflexões sobre Ativo Intangível**. Disponível em <<http://www.marion.pro.br/portal/modules/wfdownloads/visit.php?cid=2&lid=7>>, Acesso em: 21 jun. de 2010.

NICOLODI, Ana Marina. **O Novo Mercado Bovespa**. Disponível em <<http://jusvi.com/artigos/29030>> Acesso em: 21 jun. de 2010.

PACHECO, Vicente. **Mensuração e Divulgação do Capital Intelectual nas Demonstrações Contábeis: Teoria e Empíria**. Volume 5, Disponível em: <<http://www.crcpr.org.br/publicacoes/downloads/volume5.pdf>>, Acesso em: 21 jun. de 2010.

REIS, Arnaldo; MARION, José Carlos; IUDÍCIBUS, Sergio. **Considerações sobre as Mudanças nas Demonstrações Financeiras – Lei 11.638/07**. Disponível em <<http://www.marion.pro.br/portal/modules/wfdownloads/visit.php?cid=2&lid=471>>, acesso 21 jun. de 2010.

SCHMIDT, Paulo; SANTOS, José Luiz; FERNANDES, Luciane Alves. **Fundamentos da Avaliação de Ativos Intangíveis**. Volume 16. São Paulo: Atlas, 2006.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. São Paulo-SP: Cortez Editora, 2007. v. 1. 304 p.

TEH, Chang Chuan; KAYO, Eduardo Kazuo; KIMURARAM Herbert. **Marcas, Patentes e Criação de Valor**. Revista de Administração Mackenzie, Volume 9, n. 1, 2008, p. 86-106.

ANEXOS

Nº	Razão Social	Nome de Pregão
1	ALIANSCCE SHOPPING CENTERS S.A.	ALIANSCCE
2	ALL AMERICA LATINA LOGISTICA S.A.	ALL AMER LAT
3	ANHANGUERA EDUCACIONAL PARTICIPACOES S.A	ANHANGUERA
4	GAEC EDUCAÇÃO S.A.	ANIMA
5	AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.	AREZZO CO
6	ARTERIS S.A.	ARTERIS
7	AUTOMETAL S.A.	AUTOMETAL
8	B2W - COMPANHIA DIGITAL	B2W DIGITAL
9	BB SEGURIDADE PARTICIPAÇÕES S.A.	BBSEGURIDADE
10	BEMATECH S.A.	BEMATECH
11	BHG S.A. - BRAZIL HOSPITALITY GROUP	BHG
12	BIOSEV S.A.	BIOSEV
13	BMFBOVESPA S.A. BOLSA VALORES MERC FUT	BMFBOVESPA
14	BRASIL BROKERS PARTICIPACOES S.A.	BR BROKERS
15	BRASIL INSURANCE PARTICIPAÇÕES E ADMINISTRAÇÃO S.A	BR INSURANCE
16	BR MALLS PARTICIPACOES S.A.	BR MALLS PAR
17	BRASIL PHARMA S.A.	BR PHARMA
18	BR PROPERTIES S.A.	BR PROPERT
19	BCO BRASIL S.A.	BRASIL
20	BRASILAGRO - CIA BRAS DE PROP AGRICOLAS	BRASILAGRO
21	BRF S.A.	BRF SA
22	BROOKFIELD INCORPORAÇÕES S.A.	BROOKFIELD
23	CCR S.A.	CCR SA
24	CCX CARVÃO DA COLÔMBIA S.A.	CCX CARVAO
25	CETIP S.A. - MERCADOS ORGANIZADOS	CETIP
26	CIA HERING	CIA HERING
27	CIELO S.A.	CIELO
28	CIA SANEAMENTO DE MINAS GERAIS-COPASA MG	COPASA
29	COSAN S.A. INDUSTRIA E COMERCIO	COSAN
30	CPFL ENERGIA S.A.	CPFL ENERGIA
31	CPFL ENERGIAS RENOVÁVEIS S.A.	CPFL RENOVAV
32	CR2 EMPREENDIMENTOS IMOBILIARIOS S.A.	CR2
33	CREMER S.A.	CREMER
34	CSU CARDSYSTEM S.A.	CSU CARDSYST
35	CVC BRASIL OPERADORA E AGÊNCIA DE VIAGENS S.A.	CVC BRASIL
36	CYRELA COMMERCIAL PROPERT S.A. EMPR PART	CYRE COM-CCP
37	CYRELA BRAZIL REALTY S.A.EMPREENDE E PART	CYRELA REALT
38	DIAGNOSTICOS DA AMERICA S.A.	DASA
39	DIRECIONAL ENGENHARIA S.A.	DIRECIONAL

Nº	Razão Social	Nome de Pregão
40	DURATEX S.A.	DURATEX
41	ECORODOVIAS INFRAESTRUTURA E LOGÍSTICA S.A.	ECORODOVIAS
42	EMBRAER S.A.	EMBRAER
43	EDP - ENERGIAS DO BRASIL S.A.	ENERGIAS BR
44	ENEVA S.A	ENEVA
45	EQUATORIAL ENERGIA S.A.	EQUATORIAL
46	ESTACIO PARTICIPACOES S.A.	ESTACIO PART
47	ETERNIT S.A.	ETERNIT
48	EVEN CONSTRUTORA E INCORPORADORA S.A.	EVEN
49	EZ TEC EMPREEND. E PARTICIPACOES S.A.	EZTEC
50	FERTILIZANTES HERINGER S.A.	FER HERINGER
51	FIBRIA CELULOSE S.A.	FIBRIA
52	FLEURY S.A.	FLEURY
53	GAFISA S.A.	GAFISA
54	GENERAL SHOPPING BRASIL S.A.	GENERALSHOPP
55	GRENDENE S.A.	GRENDENE
56	HELBOR EMPREENDIMENTOS S.A.	HELBOR
57	HRT PARTICIPAÇÕES EM PETRÓLEO S.A.	HRT PETROLEO
58	HYPERMARCAS S.A.	HYPERMARCAS
59	IDEIASNET S.A.	IDEIASNET
60	IGUATEMI EMPRESA DE SHOPPING CENTERS S.A	IGUATEMI
61	INTERNATIONAL MEAL COMPANY HOLDINGS S.A.	IMC HOLDINGS
62	INDUSTRIAS ROMI S.A.	INDS ROMI
63	IOCHPE MAXION S.A.	IOCHP-MAXION
64	JBS S.A.	JBS
65	JHSF PARTICIPACOES S.A.	JHSF PART
66	JSL S.A.	JSL
67	KROTON EDUCACIONAL S.A.	KROTON
68	RESTOQUE COMÉRCIO E CONFECÇÕES DE ROUPAS S.A.	LE LIS BLANC
69	LIGHT S.A.	LIGHT S/A
70	LINX S.A.	LINX
71	PRUMO LOGÍSTICA S.A.	LLX LOG
72	LOCALIZA RENT A CAR S.A.	LOCALIZA
73	CIA LOCAÇÃO DAS AMÉRICAS	LOCAMERICA
74	LOG-IN LOGISTICA INTERMODAL S.A.	LOG-IN
75	MARISA LOJAS S.A.	LOJAS MARISA
76	LOJAS RENNER S.A.	LOJAS RENNER
77	LPS BRASIL - CONSULTORIA DE IMOVEIS S.A.	LOPES BRASIL
78	LUPATECH S.A.	LUPATECH
79	M.DIAS BRANCO S.A. IND COM DE ALIMENTOS	M.DIASBRANCO
80	MAGAZINE LUIZA S.A.	MAGAZ LUIZA
81	MAGNESITA REFRACTARIOS S.A.	MAGNESITA SA
82	MARFRIG ALIMENTOS S/A	MARFRIG
83	MAHLE-METAL LEVE S.A.	METAL LEVE
84	METALFRIO SOLUTIONS S.A.	METALFRIO

Nº	Razão Social	Nome de Pregão
85	MILLS ESTRUTURAS E SERVIÇOS DE ENGENHARIA S.A.	MILLS
86	MINERVA S.A.	MINERVA
87	MMX MINERACAO E METALICOS S.A.	MMX MINER
88	MRV ENGENHARIA E PARTICIPACOES S.A.	MRV
89	MULTIPLUS S.A.	MULTIPLUS
90	NATURA COSMETICOS S.A.	NATURA
91	ODONTOPREV S.A.	ODONTOPREV
92	ÓLEO E GÁS PARTICIPAÇÕES S.A.	OGX PETROLEO
93	OSX BRASIL S.A.	OSX BRASIL
94	PARANAPANEMA S.A.	PARANAPANEMA
95	PDG REALTY S.A. EMPREEND E PARTICIPACOES	PDG REALT
96	PORTO SEGURO S.A.	PORTO SEGURO
97	PORTOBELLO S.A.	PORTOBELLO
98	POSITIVO INFORMATICA S.A.	POSITIVO INF
99	PROFARMA DISTRIB PROD FARMACEUTICOS S.A.	PROFARMA
100	CIA PROVIDENCIA INDUSTRIA E COMERCIO	PROVIDENCIA
101	QGEP PARTICIPAÇÕES S.A.	QGEP PART
102	QUALICORP S.A.	QUALICORP
103	RAIA DROGASIL S.A.	RAIADROGASIL
104	RENAR MACAS S.A.	RENAR
105	RODOBENS NEGOCIOS IMOBILIARIOS S.A.	RODOBENSIMOB
106	ROSSI RESIDENCIAL S.A.	ROSSI RESID
107	CIA SANEAMENTO BASICO EST SAO PAULO	SABESP
108	SAO CARLOS EMPREEND E PARTICIPACOES S.A.	SAO CARLOS
109	SAO MARTINHO S.A.	SAO MARTINHO
110	SER EDUCACIONAL S.A.	SER EDUCA
111	SONAE SIERRA BRASIL S.A.	SIERRABRASIL
112	SLC AGRICOLA S.A.	SLC AGRICOLA
113	SMILES S.A.	SMILES
114	SPRINGS GLOBAL PARTICIPACOES S.A.	SPRINGS
115	TARPON INVESTIMENTOS S.A.	TARPON INV
116	TECHNOS S.A.	TECHNOS
117	TECNISA S.A.	TECNISA
118	TEGMA GESTAO LOGISTICA S.A.	TEGMA
119	TEMPO PARTICIPACOES S.A.	TEMPO PART
120	TEREOS INTERNACIONAL S.A.	TEREOS
121	TIM PARTICIPACOES S.A.	TIM PART S/A
122	T4F ENTRETENIMENTO S.A.	TIME FOR FUN
123	TOTVS S.A.	TOTVS
124	TRACTEBEL ENERGIA S.A.	TRACTEBEL
125	TRISUL S.A.	TRISUL
126	TPI - TRIUNFO PARTICIP. E INVEST. S.A.	TRIUNFO PART
127	TUPY S.A.	TUPY
128	ULTRAPAR PARTICIPACOES S.A.	ULTRAPAR
129	UNICASA INDÚSTRIA DE MÓVEIS S.A.	UNICASA

N°	Razão Social	Nome de Pregão
130	VANGUARDA AGRO S.A.	V-AGRO
131	VALID SOLUÇÕES E SERV. SEG. MEIOS PAG. IDENT. S.A.	VALID
132	VIGOR ALIMENTOS S.A.	VIGOR FOOD
133	VIVER INCORPORADORA E CONSTRUTORA S.A.	VIVER
134	WEG S.A.	WEG

Quadro 2: Empresas Listadas no Segmento Novo Mercado da BM&FBOVESPA

Fonte: <http://www.bmfbovespa.com.br/>

Setor	Subsetor	Segmento
Bens Industriais	Comércio Equipamentos Elétricos Máquinas e Equipamentos Material de Transporte Serviços	Material de Transporte Equipamentos Elétricos Armas e Munições Máq. e Equip. Construção e Agrícolas Máq. e Equip. Hospitalares Máq. e Equip. Industriais Motores, Compressores e Outros Material Aeronáutico e de Defesa Material Ferroviário Material Rodoviário Serviços Diversos
Construção e Transporte	Construção e Engenharia Transporte	Construção Civil Construção Pesada Engenharia Consultiva Intermediação Imobiliária Materiais de Construção Serviços Diversos Exploração de Rodovias Serviços de Apoio e Armazenagem Transporte Aéreo Transporte Ferroviário Transporte Hidroviário Transporte Rodoviário
Consumo Cíclico	Comércio Diversos Hotéis e Restaurantes Mídia Tecidos, Vestuário e Calçados Utilidades Domésticas Viagens e Lazer	Eletrodomésticos Produtos Diversos Tecidos, Vestuário e Calçados Aluguel de carros Programas de Fidelização Serviços Educacionais Hotelaria Restaurante e Similares Jornais, Livros e Revistas Produção e Difusão de Filmes e Programas Publicidade e Propaganda Acessórios Calçados Fios e Tecidos Vestuário Eletrodomésticos Móveis Utensílios Domésticos Bicicletas Brinquedos e Jogos Parques de Diversão Produção de Eventos e Shows Viagens e Turismo
Consumo não Cíclico	Agropecuária Alimentos Processados Bebidas Comércio e Distribuição Diversos Fumo Produtos de Uso Pessoal e de Limpeza Saúde	Agricultura Açúcar e Álcool Alimentos Diversos Café Carnes e Derivados Grãos e Derivados Laticínios Cervejas e Refrigerantes Alimentos Medicamentos

Setor	Subsetor	Segmento
		Produtos Diversos Cigarros e Fumo Produtos de Limpeza Produtos de Uso Pessoal Medicamentos e Outros Produtos Serv.Méd.Hospit..Análises e Diagnósticos
Financeiro e Outros	Exploração de Imóveis Holdings Diversificadas Intermediários Financeiros Outros Previdência e Seguros Securitizadoras de Recebíveis Serviços Financeiros Diversos	Exploração de Imóveis Holdings Diversificadas Bancos Outros Intermediários Financeiros Soc. Arrendamento Mercantil Soc. Crédito e Financiamento Outros Corretoras de Seguros Seguradoras Securitizadoras de Recebíveis Gestão de Recursos e Investimentos Serviços Financeiros Diversos
Materiais Básicos	Embalagens Madeira e Papel Materiais Diversos Mineração Químicos Siderurgia e Metalurgia	Embalagens Madeira Papel e Celulose Materiais Diversos Minerais Metálicos Minerais Não Metálicos Fertilizantes e Defensivos Petroquímicos Químicos Diversos Artefatos de Cobre Artefatos de Ferro e Aço Siderurgia
Petróleo. Gás e Biocombustíveis	Petróleo. Gás e Biocombustíveis	Equipamentos e Serviços Exploração e/ou Refino
Tecnologia da Informação	Computadores e Equipamentos Programas e Serviços	Computadores e Equipamentos Programas e Serviços
Telecomunicações	Telefonia Fixa Telefonia Móvel	Telefonia Fixa Telefonia móvel
Utilidade Pública	Água e Saneamento Energia Elétrica Gás	Água e Saneamento Energia Elétrica Gás

Quadro 7 - Estrutura de Setores da BM&FBOVESPA

FONTE: <http://www.bmfbovespa.com.br/>