

LAUDO DE AVALIAÇÃO DE MARCA



Tipo de Marca:

Marca Mista

Dados das Marcas Avaliadas:

H Harpex

(Marca Mista – Nominal e Figurativa)

Registro INPI nº 901351415

Detentor das Marcas:

HARPEX ARTFATOS DE MADEIRA LTDA.

Fundamentação Técnica:

International Standard – ISO 10668

Pronunciamento Técnico CPC nº 04

Data de Referência da Avaliação:

24/03/2025

Número do Laudo:



VLG032025000000001

CONCLUSÕES RESUMIDAS DO LAUDO DE AVALIAÇÃO

O valor médio de mercado da Marca Mista (Nominal e Figurativa) H HARPEX, registrada perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI sob nº 901351415, de propriedade da empresa Harpex Artefatos de Madeira Ltda., e avaliadas conforme as recomendações da International Standard – ISO 10668 e do Pronunciamento Técnico CPC nº 04, é de:

**Valor Médio da Marca H HARPEX
(Marca Mista):**

R\$ 100.226,98

(cem mil, duzentos e vinte e seis reais e noventa e oito centavos)

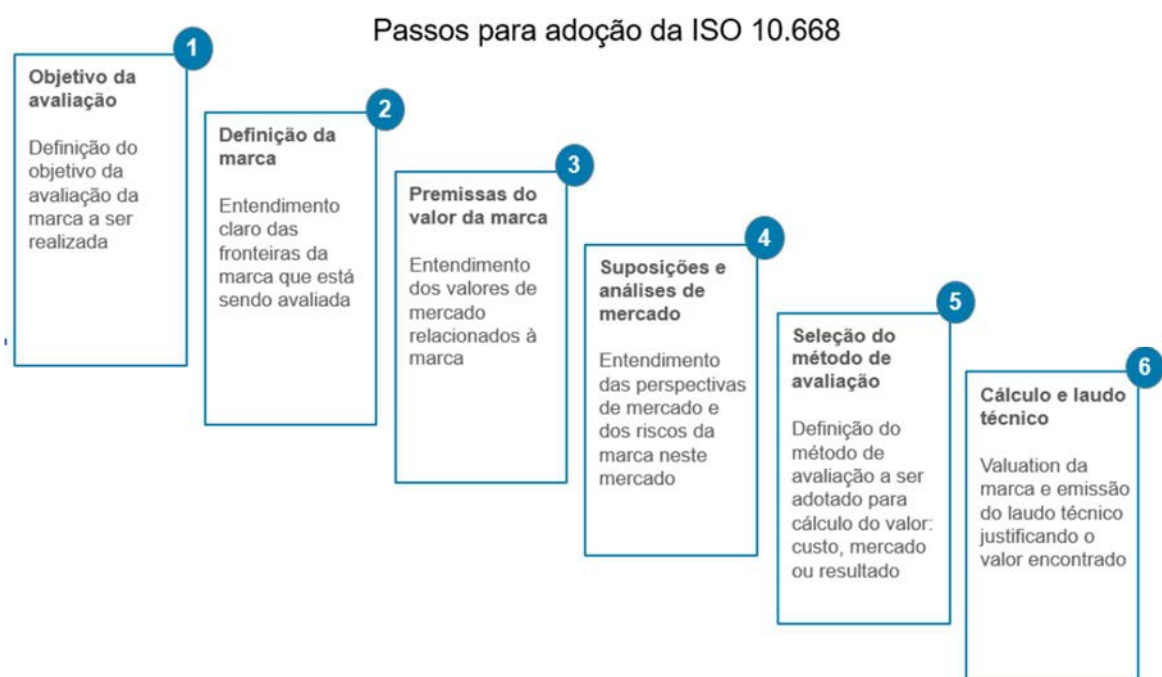
Valores referentes ao mês de março de 2025.

Para concluir por este valor, consideramos o último resultados da Receita Operacional Líquida (ROL), projetando um período de dez anos e considerando uma taxa desconto de 12% ao ano, taxa de royalties estimada em 5% da projeção destes resultados (subtraindo taxas e impostos de 15% deste valor, além das despesas de registro e manutenção da marca junto ao INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI.

1. CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Tem por objetivo o presente **laudo de avaliação**, a partir das recomendações da **International Standard – ISO 10668** e do **Pronunciamento Técnico CPC nº 04**, sugerir o **valor médio de mercado** da **Marca Mista (Nominal e Figurativa) H HARPEX**, registrada perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI sob nº **901351415**, de propriedade da empresa **HarpeX Artefatos de Madeira Ltda..**

Segundo a metodologia da **ISO 10.668** são consideradas seis etapas para o cálculo do valor de uma marca. A seguir um fluxograma que ilustra o raciocínio e que está adotado neste relatório:



Este relatório está constituído em capítulos conforme as etapas sugeridas da ISO 10.668, sendo o primeiro capítulo a introdução e definição do objetivo da avaliação da marca a ser realizada.

O segundo capítulo apresenta a definição da marca com entendimento claro das fronteiras da marca que está sendo avaliada. Inclui considerações sobre a história da empresa, seu pioneirismo, inovação que criaram uma marca perante o mercado.

O terceiro capítulo apresenta as premissas de valor da marca sob o olhar do marketing com o reconhecimento sobre valor de marca - brand equity.

Na continuação, o quarto capítulo apresenta uma breve caracterização da indústria de molas automotivas, a partir da análise de dados secundários e amplitude mercadológica.

O quinto capítulo apresenta considerações sobre a ISO 10.668 e CPC 04 (Correlação às Normas Internacionais de Contabilidade), a seleção e definição do método de avaliação a ser adotado para o cálculo do valor potencial da marca H HARPEX.

O sexto capítulo é efetuado o laudo técnico com consolidação de simulações financeiras feitas com base nas premissas para o segmento em questão para avaliação e justificativa do valor estimado da marca H HARPEX.

2. PREMISSAS DO VALOR DA MARCA

O escopo do presente trabalho tem por objetivo elaborar as premissas de cálculo para a marca H HARPEX, considerando-as ativos intangíveis. Os ativos intangíveis são considerados por diferentes autores como componentes do patrimônio das empresas ou organizações, sendo, portanto, bens e direitos desta empresa, devendo ser mensuráveis monetariamente.

Para Khauaja e Prado (2008), a marca é uma forma de expressão que faz parte do cotidiano das pessoas, as quais têm em mente um nome ao lembrar de um produto ou serviço.

De acordo com a American Marketing Association (AMA, 1998) marca significa nome, termo, símbolo, desenho ou combinação desses elementos caracterizando referenciais físicos e simbólicos, que deve identificar os bens ou serviços que o diferenciem da concorrência.

Para Tybout e Carpenter (2001) as marcas representam um papel importante na vida dos compradores; elas proporcionam funcionalidade, imagens e experiências nos diferentes pontos de contato com seus consumidores, seja na mídia ou nos estabelecimentos comerciais.

Para Kotler e Keller (2007, 2012, 2015, 2019) as marcas transcenderam seu próprio símbolo, tornando-se um elemento-chave, tanto na relação entre empresas e consumidores como na monetização do valor da própria empresa.

O conceito de brand equity (AAKER, 1994, 2006) expressa esta dualidade; para a construção de valor, a marca precisa ser reconhecida por seus públicos em razão de seu desempenho, seja como produto ou serviço.

Da mesma forma, Tybout e Carpenter (2001) reafirmam esta visão da marca, afirmando que sua força decorre da percepção de seus consumidores, traduzindo-se diretamente em lucros para as empresas.

Assim, em um mercado repleto de concorrentes ofertando produtos e serviços similares, a marca representará a diferenciação para o consumidor, permitindo o estabelecimento de valor para este. Portanto, de acordo com Moura e Araújo (2014) o valor da marca corresponde ao valor intrínseco que esta carrega consigo, ou melhor, ao valor agregado ao produto em decorrência do nome da marca que este representa.

Se para o consumidor a importância da marca, de acordo com Keller (2003), significa identificar o produto ou serviço que está escolhendo e seu responsável legal; implica reduzir o risco, custo e tempo de escolha entre produtos e serviços; e, por fim, implica reconhecer a qualidade deste produto ou serviço.

Por outro lado, e não menos importante, para a empresa o conceito de marca significa, segundo Keller (2003), possuir meios de proteger legalmente seus recursos exclusivos; capacidade de avaliar nível de qualidade de seus clientes satisfeitos; construção de associações exclusivas para seus produtos e serviços; ser fonte de vantagem competitivo e oferecer retorno financeiro.

Para reconhecer o conceito de marca como um ativo monetariamente avaliável é preciso destacar o conceito de valor agregado. De acordo com Gilbreath (2010), Passerini (2011), Kotler e Keller (2007, 2012, 2015, 2019) entre outros, valor agregado implica que ao desenvolver uma ação de marketing, uma empresa deve considerar o valor agregado e seu real impacto na decisão de compra do consumidor. Desta forma, de acordo com os autores, os consumidores estão mais dispostos a pagar um valor maior por seu produto ou serviço, em comparação com sua concorrência, maior é o valor agregado de sua marca.

Ao agir desta forma, os consumidores manifestam maior lealdade a determinados produtos em sua categoria, decidem se engajar mais com sua marca e estabelecem uma relação de troca que eles percebem como valiosa.

O valor da marca, brand equity, de acordo com Aaker (1994; 1998; 2007; 2105), Keller (2003), Keller e Machado (2006), Kotler e Keller (2007; 2012; 2015; 2019), é o conjunto de ativos, obrigações e atributos intangíveis, associados a um nome de marca e símbolo que agrega ou subtrai valor do que é fornecido por um produto ou serviço para os clientes da empresa ou para ela própria.

Desta forma, o conceito de brand equity é reconhecido como um ativo intangível cujo valor adicional da marca diferencia seus produtos/serviços e a própria organização para o consumidor.

Assim, de acordo com Keller (2003) o conceito de brand equity é resultado da essência de branding, ou seja, refere-se ao esforço das empresas em construir diferenças para produtos de uma mesma categoria. A construção desta diferença entre produtos e serviços que cumprem / atendem a mesma utilidade resulta no conceito de "valor agregado".

Desta forma, defende Keller (2003) a premissa básica do brand equity "é que o poder de uma marca reside no que os clientes têm, aprenderam, sentiram, viram, ouviram etc. sobre a marca como resultado de suas experiências ao longo do tempo" (2003, p. 09).

O valor da marca (Brand Equity), segundo alguns autores, FIGURA como um conjunto de ativos, obrigações e atributos intangíveis, associados a um nome de marca e símbolo que agrega ou subtrai valor do que é fornecido por um produto ou serviço para os clientes da empresa ou para ela própria.

Autores apontam fases e dimensões na formação do valor da marca. As fases são basicamente aquelas seguidas para a avaliação de empresas, sendo que as dimensões consideradas passam por: (a) notoriedade; (b) associações/diferenciações; (c) qualidade percebida/liderança; (d) lealdade; (e) e o mercado (AAKER, 2001, p. 175; BARRETO; FAMÁ, 1998; LOURO, 2000; SERRALVO; FURRIER, 2008).

O brand equity é o valor adicional da marca sob o prisma do consumidor e da empresa que a possui para diferenciar seus produtos/serviços e a própria organização para o consumidor.

Nos últimos anos, esse conceito tornou-se importante na vida das empresas, principalmente pelo reconhecimento dos ativos intangíveis no processo de combinação de negócios (AAKER, 2001; SAMPAIO, 2002).

De acordo com Keller (1993), existem duas motivações gerais para o estudo do brand equity. Uma é baseada na motivação financeira de estimar o valor da marca o mais precisamente com os propósitos contábeis (em termos de avaliação de ativos para o balanço patrimonial), para fusões, aquisições, ou propósitos de alienação. A segunda razão para estudar o brand equity recai na estratégia baseada na motivação para melhorar a produtividade de marketing.

Nesse contexto, a mensuração do valor da marca é extremamente relevante para saber se os investimentos em marca dão resultado e geram adequados retornos, para assim justificar suas ações pelo marketing (YEUNG e RAMASAMY, 2007). Uma vez que Aaker (1996) ressalta que não é fácil construir marcas fortes devido à pressão para investir em outros ativos e por ser difícil dos resultados aparecerem no curto prazo.

3. MÉTODO DE AVALIAÇÃO DA MARCA

A norma técnica internacional, ISO 10.668 (2007), reconhece que marca significa “nomes, termos, sinais, símbolos, logotipos e designs, ou uma combinação destes, destinados a identificar bens, serviços ou entidades, ou uma combinação destes” (AMA, Apud Keller, 2003). A ISO 10.668 admite e normatiza o reconhecimento formal e jurídico que uma marca representa, monetária e financeiramente, como parte dos bens de uma empresa ou organização.

Desta forma ao reconhecer a marca como um ativo, mais especificamente como um ativo intangível, significa que este ativo, como qualquer outro bem precisa ser avaliado a partir de critérios claros e mensuráveis. (SCHMIDT e SANTOS, 2002). Deste reconhecimento deriva o conceito fundamental que uma marca proporciona um diferencial competitivo e seu valor está relacionado com o retorno de mercado, seu reconhecimento e prestígio, suas vantagens competitivas percebidas pelo consumidor que agregam valor aos produtos ou serviços por ela identificados.

Em vista das características da Indústria de Molas Automotivas e da maturidade inserida da marca H HARPEX foi escolhido como Método de avaliação o MÉTODO DE RESULTADO.

Esta categoria de metodologia adota perspectiva futura de resultados relacionados à marca. Trata-se de metodologia com facilidade de discussão no ambiente financeiro e o valor é calculado pelo potencial da marca.

Tipos de Métodos para Brand Valuation				
	Métodos do Custo	Métodos de Mercado	Métodos de Resultado	Métodos de Fórmula
DESCRIÇÃO	Relacionados aos custos de criação e substituição de marca	Lidam com valores relacionados às intenções de venda e de compra de uma marca entre partes	Adotam perspectiva futura de resultados relacionados à marca	Métodos que adotam fórmulas de vários itens (quanti e quali); normalmente de propriedade de consultoria especializadas (ex: Inbrands)
PRÓ	- Facilidade na apuração e discussão; - Foco na contabilidade; - Possibilidade de quantificar marca em criação (start up)	Exprime melhor o valor percebido da marca por players do mercado / setor	- Valor vem do potencial da marca; - Facilidade de discussão em ambiente financeiro;	- Flexibilidade ao adotar variáveis distintas; - Possibilidade na configuração da fórmula para atender mercado / momento;
CONTRA	- Não captura o real valor da marca; - Não mede eficiência/eficácia na criação de marca	Dificuldade de encontrar transações de marcas com mesmo valor no mesmo setor	Estimativa de premissas de alto impacto (ex: WACC, geração de caixa inerente a marca, etc)	- Falta de transparência na estrutura das fórmulas; - Dependência das proprietárias das fórmulas na emissão das avaliações;

Dentre os MÉTODOS DE RESULTADO foi adotado a TAXA DE ROYALTIES (também conhecido como Royalty Relief).

Este método parte do princípio de que uma marca conhecida no mercado pode ser licenciada para um terceiro pelo proprietário da marca. Neste cenário, o fluxo de caixa presente dos recebimentos do proprietário da marca pelo licenciamento ao terceiro constituiria o Valuation da marca.

Método	Descrição	Prós	Contra	Observações
3.1 Taxa de Royalties	Define como referência de quanto uma empresa teria que pagar, em royalties, para utilizar a marca em avaliação.	Método com informações disponíveis no setor e facilmente aceita por autoridades tributárias	Possibilidade de ter um amplo intervalo de valor de taxa de royalties paga no setor, requerendo um julgamento qualitativo de qual taxa adotar	Método mais usual no mercado

4. DO REGISTRO DAS MARCAS A SEREM AVALIADAS

Conforme pesquisa realizada junto ao INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial, consta **01** (um) **registro da marca H HARPEX**, conforme segue:

- Registro nº 901351415**, referente a **marca mista (nominal e figurativa) H HARPEX** na subclasse nacional de produtos/serviços enquadrado como 20 (Cadeiras e assentos; Guarda-louças; Armários; Balcões; Gaveta; Portas para móveis; Mesas *; Espelhos; Prateleiras para móveis).

Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No. Processo | Marca | Titular | Cód. Figura |

1/0

Marca

Nº do Processo: **901351415**

Marca: H HARPEX

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto



Classificação de Produtos / Serviços

Classe de Nice	Situação da Classe	Especificação
NCL(9) 20	Vide Situação do Processo	Cadeiras [assentos]; Guarda-louças; Armários; Balcões; Gavetas; Po...

Classificação Internacional de Viena

Edição	Código	Descrição
4	27.1.1	Letras ou algarismos formando figuras geométricas, inscrições em perspectiva

Titulares

	Nome
Titular(1):	HARPEX ARTFATOS DE MADEIRA LTDA

Representante Legal

	Nome
Procurador:	P. A. PRODUTORES ASSOCIADOS MARCAS E PATENTES LTDA

Datas

Data de Depósito	Data de Concessão	Data de Vigência
05/12/2008	02/08/2011	02/08/2031

Prazos para prorrogação de registro de marca

	Prazo Ordinário	Prazo Extraordinário
Início	03/08/2030	03/08/2031
Fim	02/08/2031	02/02/2032

Petições

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800220040828	02/02/2022	-	375	HARPEX ARTFATOS DE MADEIRA LTDA.		-
✓	800110033131	28/02/2011	-	372	HARPEX ARTFATOS DE MADEIRA LTDA.		-
✓	810090169580	06/01/2009	-	366	HARPEX ARTFATOS DE MADEIRA LTDA.		-
✓	901351415	05/12/2008	-	302	HARPEX ARTFATOS DE MADEIRA LTDA.		-

Publicações

RPI	Data RPI	Despacho	Certificado	Inteiro Teor	Complemento do Despacho
2668	22/02/2022	Deferimento da petição	-	-	Protocolo: 800220040828 (02/02/2022) Petição (tipo): Prorrogação de registro de marca e expedição de certificado no prazo extraordinário (375.5) Titular(es): HARPEX ARTFATOS DE MADEIRA LTDA. Procurador: P A Produtores Associados Marcas e Patentes Ltda.
2117	02/08/2011	400	-	-	
2086	28/12/2010	351	-	-	
1982	30/12/2008	003	-	-	Sem Especificação.

Dados atualizados até 18/03/2025 - Nº da Revista: 2828

Em relação à sua vigência, constatou-se que seu **depósito** ocorreu em **05/12/2008**, a sua **concessão** em **02/08/2011**, estando atualmente em pleno gozo de seus **direitos de vigência**, sendo este estendido até **02/08/2031**.

Segundo cotações obtidas de empresas especializadas em registros de marca –CRIMARK e APOLO Marcas -, o custo total para registro de uma nova marca no INPI (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual) fica entre R\$ 4.687,00 e R\$ 7.870,00.

Neste valor está contemplado tanto os serviços da empresa especializada quanto os impostos a serem pagos no processo. Desta maneira, estimamos o custo médio para registro da marca no INPI em R\$ 6.279,00 (seis mil duzentos e setenta e nove reais).

Valor médio para registro no INPI:

$$(R\$ 4.687,00 + R\$ 7.870,00) / 2 = R\$ 6.279,00$$

5. AVALIAÇÃO DA MARCA H HARPEX

O cálculo do valor da marca está baseado em uma lista de critérios, com variantes para cada tipo específico de marca. Os pontos gerais de Avaliação levam em conta o tempo que a marca está no momento, para determinar a tradição do produto, o percentual que ela representa no seu segmento de mercado, entre outros aspectos.

Pela característica da marca H HARPEX, o método mais recomendável é o da renda mediante a aplicação do conceito “alívio de royalty”, em um período de vendas líquidas de até 10 anos, com agregação de projeção, por período de 10 anos com base no desempenho atual.

Esse critério contempla o tempo de existência da marca, bem como sua expressão e representatividade em um mercado concorrido, com presença de empresas com expressão econômica. O conceito de “alívio de royalty” parte do princípio da cessão das marcas para utilização por terceiros, que a queira explorar comercialmente, pressupondo que se a Empresa não fosse a titular teria que pagar pela sua utilização.

Por semelhança também se aplica esse método para Marcas que foram criadas e desenvolvidas pela própria empresa daí a terminologia “alívio de royalty”.

A taxa de “royalty” estabelecida será determinada em função do desempenho da Marca, incidindo tanto para o período histórico, como para o período projetado.

Os demonstrativos financeiros apresentados neste capítulo têm como base o demonstrativo contábil da empresa, onde o **último demonstrativo da Receita Líquida Operacional (ROL) referente aos cinco últimos resultados apresentou um valor de R\$ 100.256,62, conforme documentos apresentados.**

Colocados estes aspectos, juntamos a seguir planilha considerando o último demonstrativo da Receita Operacional Líquida (ROL), projetando um período de dez anos e considerando uma taxa desconto de 12% ao ano, taxa de royalties estimada em 5% da projeção destes resultados (subtraindo taxas e impostos de 15% deste valor, conforme segue:

PLANILHA DE CÁLCULO DE AVALIAÇÃO MARCA H HARPEX (MISTA - NOMINATIVA E FIGURATIVA)

PLANILHA DE AVALIAÇÃO
VALOR DA MARCA MISTA (NOMINAL E FIGURATIVA)
H HARPEX - REGISTRO INPI N° 901351415

Período Ano Taxa de Desconto (12% a.a.)	1 2025	2 2026	3 2027	4 2028	5 2029
Receita Operacional Líquida (ROL)	R\$ 100.256,62	R\$ 169.438,80	R\$ 304.514,38	R\$ 361.402,68	R\$ 412.195,80
Valor Presente	R\$ 100.256,62	R\$ 151.284,65	R\$ 242.757,00	R\$ 257.239,29	R\$ 261.957,88
Royalties Marcas Cindumel (5%)	R\$ 5.012,83	R\$ 7.564,23	R\$ 12.137,85	R\$ 12.861,96	R\$ 13.097,89
(-) Imposto de Royalties (15%)	R\$ 751,92	R\$ 1.134,63	R\$ 1.820,68	R\$ 1.929,29	R\$ 1.964,68
Caixa Livre Gerado - Projetado	R\$ 4.260,91	R\$ 6.429,60	R\$ 10.317,17	R\$ 10.932,67	R\$ 11.133,21

Período Ano Taxa de Desconto (12% a.a.)	6 2030	7 2031	8 2032	9 2033	10 2034
Receita Operacional Líquida (ROL)	R\$ 457.546,81	R\$ 498.038,77	R\$ 534.192,31	R\$ 566.472,26	R\$ 595.293,65
Valor Presente	R\$ 259.624,34	R\$ 252.321,94	R\$ 241.641,47	R\$ 228.788,65	R\$ 214.668,86
Royalties Marcas Cindumel (5%)	R\$ 12.981,22	R\$ 12.616,10	R\$ 12.082,07	R\$ 11.439,43	R\$ 10.733,44
(-) Imposto de Royalties (15%)	R\$ 1.947,18	R\$ 1.892,41	R\$ 1.812,31	R\$ 1.715,91	R\$ 1.610,02
Caixa Livre Gerado - Projetado	R\$ 11.034,03	R\$ 10.723,68	R\$ 10.269,76	R\$ 9.723,52	R\$ 9.123,43

VALOR DAS MARCAS H HARPEX (MARCA MISTA)				R\$ 93.947,98	
--	--	--	--	----------------------	--

6. ENCERRAMENTO

Encerramos o presente laudo de avaliação com 11 (onze) páginas e 03 (três) anexos com as documentações que complementam as conclusões aqui relatadas.

Os profissionais que assinam o presente trabalho estão devidamente habilitados e se enquadram nas exigências previstas pela legislação vigente e estão devidamente cadastrados no Portal de Auxiliares da Justiça do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo - TJSP.

Declara ainda que os profissionais e a empresa que assinam o presente laudo de avaliação não possuem qualquer vínculo ou interesse na comercialização do bem avaliado, de modo que a análise e execução deste trabalho foi realizada com total independência e sem conflito de interesses que possam macular as conclusões aqui obtidas.

São Paulo, 24 de março de 2025.

MARCELO SARNELLI LEMOS
Sócio – Diretor
EMPRESA BRASILEIRA DE CONSULTORIA
E AVALIAÇÃO PATRIMONIAL
VALIENGE BRASIL
CNPJ N° 42.586.916/0001-15
Cadastro Portal de Auxiliares da Justiça TJSP n° 91.073

ANEXO 01

Registro Marca Mista H HARPEX
INPI nº 901351415



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
Ministério da Economia
Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Diretoria de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas

Certificado de registro de marca

Processo nº: 901351415

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial, para garantia da propriedade e do uso exclusivo, certifica que a marca abaixo reproduzida foi prorrogada nos termos das normas legais e regularmente em vigor, mediante as seguintes características e condições:



Data de depósito: 05/12/2008
Data da concessão: 02/08/2011
Fim da vigência: 02/08/2031

Titular: HARPEX ARTFATOS DE MADEIRA LTDA [BR/SP]
CNPJ: 54434535000108
Endereço: AV 12 2741, JARDIM SAO PAULO, 13500, RIO CLARO,
SÃO PAULO, BRASIL

Apresentação: Mista
Natureza: Marca de Produto
CFE(4): 27.1.1
NCL(9): 20
Especificação: Cadeiras [assentos]; Guarda-louças; Armários; Balcões; Gaveta; Portas para móveis; Mesas *; Espelhos; Prateleiras para móveis (da classe 20)



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
Ministério da Economia
Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Diretoria de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas

Certificado de registro de marca

Processo nº: 901351415

Rio de Janeiro, 23/05/2022

Felipe Augusto Melo de Oliveira
Diretor

ANEXO 02

International Standard – ISO 10668

Requiriments for Monetary Brand Valuation

INTERNATIONAL STANDARD

**ISO
10668**

First edition
2010-09-01

Brand valuation — Requirements for monetary brand valuation

*Evaluation d'une marque — Exigences pour l'évaluation monétaire
d'une marque*



Reference number
ISO 10668:2010(E)

© ISO 2010

Contents	Page
Foreword	iv
Introduction.....	v
1 Scope	1
2 Terms and definitions	1
3 General requirements	2
3.1 Transparency	2
3.2 Validity	2
3.3 Reliability.....	2
3.4 Sufficiency	2
3.5 Objectivity	2
3.6 Financial, behavioural and legal parameters	2
4 Specific requirements	3
4.1 Declaration of purpose	3
4.2 Value concept	3
4.3 Identification of brand.....	3
5 Valuation approaches and methods.....	3
5.1 General considerations.....	3
5.2 Income approach.....	4
5.3 Market approach.....	6
5.4 Cost approach	7
6 Necessary valuation inputs.....	7
6.1 Market and financial data	7
6.2 Behavioural aspects.....	7
6.3 Legal aspects	9
6.4 Sourcing and use of quality data and assumptions	10
7 Reporting.....	10
8 Independence	11

ISO 10668:2010(E)**Foreword**

ISO (the International Organization for Standardization) is a worldwide federation of national standards bodies (ISO member bodies). The work of preparing International Standards is normally carried out through ISO technical committees. Each member body interested in a subject for which a technical committee has been established has the right to be represented on that committee. International organizations, governmental and non-governmental, in liaison with ISO, also take part in the work. ISO collaborates closely with the International Electrotechnical Commission (IEC) on all matters of electrotechnical standardization.

International Standards are drafted in accordance with the rules given in the ISO/IEC Directives, Part 2.

The main task of technical committees is to prepare International Standards. Draft International Standards adopted by the technical committees are circulated to the member bodies for voting. Publication as an International Standard requires approval by at least 75 % of the member bodies casting a vote.

Attention is drawn to the possibility that some of the elements of this document may be the subject of patent rights. ISO shall not be held responsible for identifying any or all such patent rights.

ISO 10668 was prepared by Project Committee ISO/PC 231, *Brand valuation*.

ISO 10668:2010(E)**Introduction**

Intangible assets are recognized as highly valued properties. Arguably the most valuable but least understood intangible assets are brands. However, reliable values need to be placed on brands. This International Standard provides a consistent, reliable approach to brand valuation, including financial, behavioural and legal aspects.

Brand valuation — Requirements for monetary brand valuation

1 Scope

This International Standard specifies requirements for procedures and methods of monetary brand value measurement.

This International Standard specifies a framework for brand valuation, including objectives, bases of valuation, approaches to valuation, methods of valuation and sourcing of quality data and assumptions. It also specifies methods for reporting the results of such valuation.

2 Terms and definitions

For the purposes of this document, the following terms and definitions apply.

2.1

asset

legal right or organizational resource which is controllable by an entity and has the capacity to generate economic benefits

2.2

brand

marketing-related intangible asset including, but not limited to, names, terms, signs, symbols, logos and designs, or a combination of these, intended to identify goods, services or entities, or a combination of these, creating distinctive images and associations in the minds of stakeholders, thereby generating economic benefits/values

2.3

intangible asset

identifiable non-financial asset with no physical substance

2.4

monetary brand value

brand value

economic value of the brand in transferable monetary units

NOTE The result obtained can be either a single economic value or a range of values.

2.5

premise of value

assumption regarding the most likely set of circumstances that can be applicable to the subject valuation

2.6

present value

current discounted worth of a future monetary amount

2.7

stakeholder

person whose decision making is, or might be, affected by a brand

NOTE Common stakeholders are customers, consumers, suppliers, employees, potential employees, opinion leaders, shareholders, investors, governmental authorities and non-governmental organizations.

ISO 10668:2010(E)**2.8****trade mark**

legally protectable sign, or any combination of signs, capable of distinguishing the goods or services of one undertaking from those of other undertakings

EXAMPLE Words (including personal names), letters, numerals, figurative elements and combinations of colours.

NOTE 1 This definition is in accordance with the trade mark definition of the WTO Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS).

NOTE 2 A trade name is the name of a business, association or other organization used to identify it. It might or might not be the same as the trade mark used to identify the company's goods and/or services.

2.9**valuation date**

date on which the valuation is concluded

2.10**value date**

date on which the valuation inputs, assumptions and valuation result are valid

3 General requirements**3.1 Transparency**

Monetary brand valuation processes shall be transparent. This requirement includes disclosure and quantification of valuation inputs, assumptions and risks as well as, when appropriate, sensitivity analyses of the brand value to the main parameters used in the valuation models.

3.2 Validity

A valuation shall be based on valid and relevant inputs and assumptions as of the value date.

3.3 Reliability

If a valuation is repeated, it shall reliably give a comparable and reconcilable result.

3.4 Sufficiency

Brand valuations shall be based on sufficient data and analysis to form a reliable conclusion.

3.5 Objectivity

The appraiser shall conduct the valuation free from any form of biased judgement.

3.6 Financial, behavioural and legal parameters

When performing a monetary brand valuation, financial, behavioural and legal parameters shall be taken into account, the aforementioned parameters forming part of the overall assessment. The monetary brand valuation shall be conducted on the basis of the findings from the financial, behavioural and legal modules.

ISO 10668:2010(E)**4 Specific requirements****4.1 Declaration of purpose**

The declaration of purpose shall specify the intended use, the addressed audiences, the identified asset, the premise of value, the position of the appraiser (valuator), the valuation date and the value date.

The value concept shall be specified in accordance with the purpose of valuation.

NOTE The purposes of valuation are diverse. Common purposes are:

- a) management information;
- b) strategic planning;
- c) value reporting;
- d) accounting;
- e) liquidation;
- f) legal transaction;
- g) licensing;
- h) litigation support;
- i) dispute resolution;
- j) taxation planning and compliance;
- k) loan and equity financing.

4.2 Value concept

The monetary value of a brand shall represent the economic benefit conferred by a brand over its expected useful economic life. Generally, the monetary value shall be calculated by reference to cash flows, determined by reference to earnings, economic profits or cost savings.

4.3 Identification of brand

The appraisal shall identify, define and describe the brand subject to valuation.

5 Valuation approaches and methods**5.1 General considerations**

Brands shall be valued by applying the income, market or cost approach. The purpose of the valuation, the value concept and the characteristics of the brand being valued shall dictate which approach (or approaches) is (are) utilized to calculate the value of a brand.

ISO 10668:2010(E)**5.2 Income approach****5.2.1 Description of the income approach**

The income approach measures the value of the brand by reference to the present value of the economic benefits expected to be received over the remaining useful economic life of the brand.

The steps followed in applying the income approach shall include estimating the expected after-tax cash flow streams attributable to the asset over its remaining useful economic life, and converting these after-tax cash flow streams to present value through discounting with an appropriate discount rate.

5.2.2 Determination of cash flows**5.2.2.1 General**

The cash flows (or an alternative measure of brand earnings) used in a brand valuation shall be those cash flows reasonably attributable to the brand. Various methods are available to determine the cash flows, as outlined in 5.2.2.2 to 5.2.2.7.

5.2.2.2 Price premium method

The price premium method shall estimate the value of a brand by reference to the price premium that it generates.

The price charged for goods or services marketed with a certain brand shall preferably be compared with the price charged for a generic product, i.e. an unbranded product.

In order to arrive at the additional cash flow attributable to a brand, the appraisal shall identify and eliminate non-brand factors that make it possible for the owner of the brand to charge a higher price for the goods or services in question.

Additional and extra costs incurred in order to be able to charge a premium price shall be deducted from any price premium charged.

In many industries, identifying an unbranded or generic product for comparison with a branded product can be difficult, and price premium shall then be assessed through reference to the brand with the lowest brand strength (see 6.2.4) in the market.

The price premium method shall be used taking into account the volume premium method. In addition, it shall take into account cost-saving benefits.

5.2.2.3 Volume premium method

The volume premium method shall estimate the value of a brand by reference to the volume premium that it generates.

In order to determine the cash flow generated by the brand, the volume premium method can be applied. In this method, additional cash flows generated through a volume premium shall be determined based on an analysis of market shares.

The additional cash flow generated by the brand is the operating cash profit related to the excess market share.

The appraisal shall pay attention to the fact that there may be other factors explaining a specific market share. Market imperfection is one such very important factor. When valuing a brand with a significant market position, the appraisal shall identify the effect of any market imperfection on the generated cash flow and exclude this from the cash flow attributed to the brand.

ISO 10668:2010(E)

As with the premium price, consideration shall be given to additional costs incurred in order to hold a larger market share or faster growth in market share.

The volume premium method shall be used taking into account the price premium method. In addition, it shall take into account cost-saving benefits.

5.2.2.4 Income-split method

The income-split method shall value the brand as the present value of the portion of the economic profit attributable to the brand. The economic profit corresponds to the net operating profit after a charge for capital employed in the business, expressed at market value. The results of behavioural research shall then be used to identify the contribution of the brand to increasing earnings or reducing costs. The value of the brand shall then correspond to the present value of the portion of the economic profit over the brand's remaining useful economic life.

5.2.2.5 Multi-period excess earnings method

The multi-period excess earnings method shall value the brand as the present value of the future residual cash flow after deducting returns for all other assets required to operate the business.

When there are several intangible assets generating cash flow in the business, this method requires a valuation of each individual group of intangible assets in order to be able to calculate the cost of capital related to each of them.

5.2.2.6 Incremental cash flow method

The incremental cash flow method shall identify the cash flow generated by a brand in a business through comparison with a comparable business with no such brand. In practice, there are few situations where one can identify such similar conditions of operations, without one specific asset — the brand. Cash flows are not only generated through increased revenues, but also through reduced costs. Such cost efficiencies shall be identified and considered when valuing a brand.

5.2.2.7 Royalty relief method

In order to determine the cash flow generated by the brand, the royalty relief method can be applied. This method shall measure the value of the brand as the present value of expected future royalty payments, assuming that the brand is not owned but licensed. The value calculated through the royalty relief method thus constitutes the present value of the royalty payments saved through the ownership of the brand.

The royalty rate applied in the valuation shall be determined after an in-depth analysis of available data from licensing arrangements for comparable brands and an appropriate split of brand earnings between licensor and licensee, and shall be as close as possible to brands with the same characteristics and size as the brand subject to valuation.

5.2.3 Determination of financial variables**5.2.3.1 Determination of discount rate**

Under the income approach, risks that are not already reflected in future cash flows shall be considered in the discount rate.

The discount rate used for discounting future expected cash flows attributable to a brand shall be derived from the discount rate used for the discounting of cash flows generated by the business as a whole, i.e. the weighted average cost of capital (WACC). As a business is a portfolio of assets and liabilities, the discount rate shall also reflect the specific risks of the brand.

ISO 10668:2010(E)

Unless explicitly considered in the cash flow projection or in the estimated lifetime of the asset, some entity-specific factors shall be considered in the discount rate including, but not limited to, market, behavioural and legal risks.

5.2.3.2 Useful economic life

The useful economic life of a brand, using the income approach, shall consider the general trend for brands in the industry in which the brand is used. The valuation shall not cover a forecast period that exceeds the remaining useful economic life of the brand.

NOTE It is possible for a brand to have an indefinite useful economic life.

5.2.3.3 Tax considerations**5.2.3.3.1 Tax rate**

Cash flows in the income approach shall be calculated on the after-tax basis.

5.2.3.3.2 Tax amortization benefit (TAB)

When valuing a brand, the effect of tax savings through depreciation (amortization) shall be considered and, where relevant, calculated.

The valuation reports shall clearly state if the value includes the value of any tax savings and, where relevant, show this value as a separate item.

5.2.3.4 Long-term growth rate

Under the income method, the period beyond the explicit forecast shall be valued using a long-term expected growth rate. The growth rate used shall be based on justifiable economic fundamentals.

5.3 Market approach**5.3.1 Description of the market approach**

The market approach measures value based on what other purchasers in the market have paid for assets that can be considered reasonably similar to those being valued.

The application of the market approach shall result in an estimate of the price reasonably expected to be realized if the brand were to be sold. Data on the price paid for reasonably comparable brands shall be collected, and adjustments shall be made to compensate for differences between those assets and the brand under analysis. For selected comparables, multiples shall be computed on the basis of their acquisition price. Those multiples shall then be applied to the aggregates of the subject brand.

5.3.2 Considerations when applying market approach

When applying the market approach, brands considered as comparable shall have similar characteristics to the brand subject to valuation, such as brand strength, goods and services, or economic and legal situation.

In order to be comparable, the transactions shall have been made within a reasonable closeness in time to the value date of the subject for valuation.

The valuation shall take into account the fact that the actual price negotiated by independent parties in a transaction may reflect strategic values and synergies that cannot be realized by the present owner.

NOTE The number of transactions relating to brands as isolated assets is very small. In addition, when the data are known, the characteristics of the brand being valued can differ significantly from the characteristics of the few examples of brands being sold.

5.4 Cost approach

5.4.1 Description of the cost approach

The cost approach measures the value of a brand based on the cost invested in building the brand, or its replacement or reproduction cost.

NOTE It is based on the premise that a prudent investor would not pay more for a brand than the cost to replace or reproduce the brand.

The actual cost invested in the brand shall encompass all costs spent on building and protecting the brand up to the value date. The cost to replace the brand shall include the cost of constructing a similar brand of equivalent utility at prices applicable at the time of the valuation analysis. The reproduction cost shall represent the cost to be incurred, at the value date, to recreate a similar brand and shall be adjusted in order to take into account potential losses of awareness and strength.

5.4.2 Considerations when applying cost approach

When applying the cost approach, a comparison shall be performed between the past expenditure and the awareness of the brand generated by such expenditure. It shall not be automatically considered that there is a link between money spent and value.

NOTE The cost approach is often based on retrospective data and does not consider a company's future earnings potential.

The cost approach can be used when the other valuation approaches cannot be implemented and there is reliable data to estimate the cost.

The cost approach can be used to assess the consistency and the reasonableness of the value obtained through other approaches.

6 Necessary valuation inputs

6.1 Market and financial data

In order to assess the market in which the subject brand operates (e.g. size, trends), an analytical review of the current and predicted market volumes, values, margins and channels shall be performed. The appraiser shall ensure that the results of this review are reflected in the valuation.

The appraisal shall include an assessment of all relevant financial data.

6.2 Behavioural aspects

6.2.1 Relation to financial aspects

In order to assess the value of the brand, the key financial parameters and valuation assumptions shall be adjusted based on an analysis of the behavioural aspects of the brand.

When applying the income approach, an analysis of the behavioural aspects of the brand is necessary in order to determine the monetary proportion attributable to the brand, and to assess the risk connected with the brand when determining the discount rate.

When applying the market approach, an analysis of the behavioural aspects of the brand is necessary in order to determine the appropriate multiples.

When applying the cost approach, an analysis of the behavioural aspects is necessary in order to determine the cost of constructing a similar brand of equivalent utility.

6.3 Legal aspects

6.3.1 Assessment of legal protection

The appraisal shall include an assessment of the legal protection afforded to the brand, identifying

- each of the legal rights that protect the brand,
- the legal owner of each of those legal rights, and
- the legal parameters influencing negatively or positively the value of the brand.

NOTE 1 An important component of brand valuation is assessing the legal protection afforded to the brand in each relevant jurisdiction. Legal protection is one factor that informs brand value because it permits the brand owner to utilize formal legal systems to exclude third parties from using the same brand, thereby providing exclusivity.

NOTE 2 The legal rights that exist to protect aspects of a brand vary between legal systems. With a small number of exceptions (e.g. the European Community trade mark system), legal rights that protect brands exist at a national level only.

6.3.2 Legal rights to be valued

6.3.2.1 General

An analysis under local laws shall be an essential element of brand valuation.

The appraisal shall include the identification of the legal rights related to the brand and their ownership.

NOTE In general, the most important form of legal protection will be registered trade marks. However, other legal rights might also exist that protect aspects of a brand. Examples include rights to protect trade names, unregistered trade marks on the basis of use, rights to protect registered or unregistered designs, rights to protect copyright works and rights to prevent unfair, deceptive or anti-competitive behaviour. Not all such legal rights will be relevant in all markets, and other national rights might exist in addition to these examples.

6.3.2.2 Ownership

The value determined in a brand valuation shall only be attributable to the owner of the legal rights.

6.3.2.3 Determination of legal rights

The legal rights shall be determined in accordance with the relevant national and regional laws.

NOTE A legal right comes into force through registration, use or legislation. The legal rights come either as a single legal right or as a family of legal rights.

6.3.2.4 Legal rights through registration

The legal right(s) acquired through registration shall be defined in terms of sign(s), goods/service(s) and territory(ies) as they appear in the registration document(s).

6.3.2.5 Legal rights, or potential legal rights, or both, acquired through use

The rights acquired through use shall be defined taking into account the territory of use and the market recognition in accordance with respective national or regional law.

ISO 10668:2010(E)**6.3.3 Legal parameters affecting the brand value**

The appraisal shall take into account all legal parameters affecting positively or negatively the value of the brand, including:

- a) distinctiveness;
- b) scope of use/scope of registration (territory, goods and services);
- c) extent of use;
- d) notoriety/extent to which brand is well-known;
- e) risk of cancellation, priority, dilution and the ability, or willingness, or both, of the owner to enforce legal rights.

NOTE 1 The legal parameters depend on the correspondence between the legal rights of the brand and the market it operates in. These parameters often define the relationship between the legal rights and the market perception.

NOTE 2 Third parties' rights can influence the current or intended use of the brand, and thereby its value.

6.4 Sourcing and use of quality data and assumptions

The appraiser shall ensure that reliable data for the completion of the brand valuation is obtained. This shall include data available from the brand owner and appropriate third parties. The appraiser shall thoroughly assess the relevance, consistency and adequacy of all data and assumptions used.

7 Reporting

Every brand valuation report shall clearly state the following:

- a) position and status of the appraiser;
- b) purpose of valuation;
- c) identification of the subject brand;
- d) brand-related assets valued;
- e) addressed audience/addressees;
- f) premise of value;
- g) approaches and methods used;
- h) valuation date;
- i) value date;
- j) result of the monetary brand valuation;
- k) data sources used;
- l) overview of legal rights, behavioural aspects and financial analysis;
- m) key assumptions and sensitivities;
- n) limitations.

ISO 10668:2010(E)**8 Independence**

The appraiser shall use care and professional judgement to maintain independence and objectivity in reaching the valuation opinion.

ANEXO 03

Pronunciamento Técnico CPC 04

Ativo Intangível


CVM

Comissão de Valores Mobiliários
Protegendo quem investe no futuro do Brasil

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS

PRONUNCIAMENTO TÉCNICO CPC 04 (R1)

ATIVO INTANGÍVEL

Correlação às Normas Internacionais de Contabilidade – IAS 38 (IASB – BV2010)

Sumário	Item
OBJETIVO	1
ALCANCE	2 – 7
DEFINIÇÕES	8 – 17
Ativo intangível	9 – 17
Identificação	11 – 12
Controle	13 – 16
Benefício econômico futuro	17
RECONHECIMENTO E MENSURAÇÃO	18 – 67
Aquisição separada	25 – 32
Aquisição como parte de combinação de negócios	33 – 43
Mensuração do valor justo de ativo intangível adquirido em combinação de negócios	35 – 41
Gastos subsequentes em projeto de pesquisa e desenvolvimento em andamento adquirido	42 – 43
Aquisição por meio de subvenção ou assistência governamentais	44
Permuta de ativos	45 – 47
Ágio derivado da expectativa de rentabilidade futura (<i>goodwill</i>) gerado internamente	48 – 50
Ativo intangível gerado internamente	51 – 67
Fase de pesquisa	54 - 56
Fase de desenvolvimento	57 – 64
Custo de ativo intangível gerado internamente	65 – 67
RECONHECIMENTO DE DESPESA	68 – 71
Despesa anterior não reconhecida como ativo	71
MENSURAÇÃO APÓS RECONHECIMENTO	72 – 87
Método de custo	74


CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

Método de reavaliação	75 – 87
VIDA ÚTIL	88 – 96
ATIVO INTANGÍVEL COM VIDA ÚTIL DEFINIDA	97 – 106
Período e método de amortização	97 – 99
Valor residual	100 – 103
Revisão do período e do método de amortização	104 – 106
ATIVO INTANGÍVEL COM VIDA ÚTIL INDEFINIDA	107 – 110
Revisão da vida útil	109 – 110
RECUPERAÇÃO DO VALOR CONTÁBIL – PERDA POR REDUÇÃO AO VALOR RECUPERÁVEL DE ATIVOS	111
BAIXA E ALIENAÇÃO	112 – 117
DIVULGAÇÃO	118 – 128
Geral	118 – 123
Ativo intangível mensurado após o reconhecimento utilizando o método de reavaliação	124 – 125
Gasto com pesquisa e desenvolvimento	126 – 127
Outras informações	128
DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS	129 – 132
Permuta de ativos similares	131
REVOGAÇÃO DE OUTRO PRONUNCIAMENTO	133
EXEMPLOS ILUSTRATIVOS	
INTERPRETAÇÃO TÉCNICA DO CPC 04	
Ativo Intangível – Custo com Sítio para Internet (<i>Website Costs</i>)	

Objetivo

1. O objetivo do presente Pronunciamento Técnico é definir o tratamento contábil dos ativos intangíveis que não são abrangidos especificamente em outro Pronunciamento. Este Pronunciamento estabelece que uma entidade deve reconhecer um ativo intangível apenas se determinados critérios especificados neste Pronunciamento forem atendidos. O Pronunciamento também especifica como mensurar o valor contábil dos ativos intangíveis, exigindo divulgações específicas sobre esses ativos.

Alcance

2. O presente Pronunciamento aplica-se à contabilização de ativos intangíveis, exceto:



CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

- (a) ativos intangíveis dentro do alcance de outro Pronunciamento Técnico;
 - (b) ativos financeiros, conforme definidos no Pronunciamento Técnico CPC 39 - Instrumentos Financeiros: Apresentação;
 - (c) no reconhecimento e mensuração de ativos advindos da exploração e avaliação de recursos minerais (ver Pronunciamento Técnico CPC 34 – Exploração e Avaliação de Recursos Minerais, quando emitido);
 - (d) gastos com desenvolvimento e extração de minerais, óleo, gás natural e recursos naturais não renováveis similares.
3. Se outro pronunciamento estabelecer o tratamento contábil para um tipo específico de ativo intangível, a entidade deve aplicar o referido pronunciamento específico em vez deste. Por exemplo, este pronunciamento não deve ser aplicado nos seguintes casos:
- ~~(a) ativos intangíveis mantidos por uma entidade para venda no curso ordinário dos negócios (ver Pronunciamento Técnico CPC 16 – Estoques e Pronunciamento Técnico CPC 17 – Contratos de Construção);~~
 - (a) ativos intangíveis mantidos pela entidade para venda no curso ordinário dos negócios (ver CPC 16 – Estoques); *(Alterada pela Revisão CPC 12)*
 - (b) ativos fiscais diferidos (ver Pronunciamento Técnico CPC 32 – Tributos sobre o Lucro);
 - (c) arrendamentos mercantis, dentro do alcance do Pronunciamento Técnico CPC 06 – Operações de Arrendamento Mercantil;
 - (d) ativos advindos de planos de benefícios a empregados (ver Pronunciamento Técnico CPC 33 – Benefícios a Empregados);
 - ~~(e) ativos financeiros, conforme definido no Pronunciamento Técnico CPC 39. O reconhecimento e a mensuração de alguns ativos financeiros são tratados pelos Pronunciamentos Técnicos CPC 35 – Demonstrações Separadas, CPC 36 – Demonstrações Consolidadas, CPC 18 – Investimento em Coligada e em Controlada e CPC 19 – Investimento em Empreendimento Controlado em Conjunto (Joint Venture);~~
 - (e) ativos financeiros, conforme definido no Pronunciamento Técnico CPC 39. O reconhecimento e a mensuração de alguns ativos financeiros são tratados pelos Pronunciamentos Técnicos CPC 35 – Demonstrações Separadas, CPC 36 – Demonstrações Consolidadas e CPC 18 – Investimento em Coligada, em Controlada e em Empreendimento Controlado em Conjunto; *(Alterada pela Revisão CPC 03)*
 - (f) ágio por expectativa de rentabilidade futura (*goodwill*) adquirido em combinação de negócios (ver Pronunciamento Técnico CPC 15 – Combinação de Negócios);
 - (g) custos de aquisição diferidos e ativos intangíveis advindos de direitos contratuais de seguradora, dentro do alcance do Pronunciamento Técnico CPC 11 – Contratos de Seguro. O Pronunciamento Técnico CPC 11 contém exigências de divulgação específicas para referidos custos de aquisição diferidos, porém não trata dos aludidos ativos intangíveis. Assim sendo, as exigências de divulgação deste Pronunciamento devem ser aplicadas para tais ativos intangíveis;
 - (h) ativos intangíveis não circulantes classificados como mantidos para venda (ou incluídos em um grupo de ativos a ser alienado, que é classificado como mantido para venda), conforme Pronunciamento Técnico CPC 31 – Ativo Não Circulante Mantido para Venda



CVM

Comissão de Valores Mobiliários
Protegendo quem investe no futuro do Brasil

e Operação Descontinuada;

- (i) ativos decorrentes de contratos com clientes que devem ser reconhecidos de acordo com o CPC 47 – Receita de Contrato com Cliente. *(Incluída pela Revisão CPC 12)*

4. Alguns ativos intangíveis podem estar contidos em elementos que possuem substância física, como um disco (como no caso de *software*), documentação jurídica (no caso de licença ou patente) ou em um filme. Para saber se um ativo que contém elementos intangíveis e tangíveis deve ser tratado como ativo imobilizado de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 27 – Ativo Imobilizado ou como ativo intangível, nos termos do presente Pronunciamento, a entidade avalia qual elemento é mais significativo. Por exemplo, um *software* de uma máquina-ferramenta controlada por computador que não funciona sem esse *software* específico é parte integrante do referido equipamento, devendo ser tratado como ativo imobilizado. O mesmo se aplica ao sistema operacional de um computador. Quando o *software* não é parte integrante do respectivo *hardware*, ele deve ser tratado como ativo intangível.
5. Entre outros, o presente Pronunciamento aplica-se a gastos com propaganda, marcas, patentes, treinamento, início das operações (também denominados pré-operacionais) e atividades de pesquisa e desenvolvimento. As atividades de pesquisa e desenvolvimento destinam-se ao desenvolvimento de conhecimento. Por conseguinte, apesar de poderem gerar um ativo com substância física (por exemplo, um protótipo), o elemento físico do ativo é secundário em relação ao seu componente intangível, isto é, o conhecimento incorporado ao mesmo.
6. No caso de arrendamento financeiro, o ativo correspondente pode ser tangível ou intangível. Após o reconhecimento inicial, o arrendatário deve aplicar o presente Pronunciamento para a contabilização de um ativo intangível. Direitos cedidos por meio de contratos de licenciamento para itens como filmes cinematográficos, gravações em vídeo, peças, manuscritos, patentes e direitos autorais estão fora do alcance do Pronunciamento Técnico CPC 06 – Operações de Arrendamento Mercantil, estando, por consequência, dentro do alcance deste Pronunciamento.
7. As exclusões do alcance deste Pronunciamento podem ocorrer no caso de determinadas atividades ou transações que são tão especializadas que dão origem a questões que requerem tratamento diferenciado. Essas questões ocorrem na contabilização de gastos com a exploração ou o desenvolvimento e a extração de petróleo, gás e depósitos minerais de indústrias extrativas ou no caso de contratos de seguro. Portanto, o presente Pronunciamento não é aplicável a tais atividades e contratos. Entretanto, este Pronunciamento aplica-se a outros ativos intangíveis utilizados (caso do *software*) e a outros gastos incorridos (como os gastos pré-operacionais) por indústrias extrativas ou seguradoras.

Definições

8. Os termos abaixo são utilizados no presente Pronunciamento com os seguintes significados:

~~Mercado ativo é um mercado no qual se verificam todas as seguintes condições:~~

~~(a) os itens transacionados no mercado são homogêneos;~~

~~(b) compradores e vendedores dispostos a negociar podem ser encontrados a qualquer~~



CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

momento; e

(c) os preços estão disponíveis para o público. (Eliminada pela Revisão CPC 03)

~~Combinação de negócios é uma operação ou outro evento por meio do qual a adquirente obtém o controle de um ou mais negócios, independentemente da forma jurídica da operação.~~ (Eliminada pela Revisão CPC 03)

~~Data de aquisição de uma combinação de negócios é a data em que a adquirente obtém efetivamente o controle sobre a adquirida.~~ (Eliminada pela Revisão CPC 03)

Amortização é a alocação sistemática do valor amortizável de ativo intangível ao longo da sua vida útil.

Ativo é um recurso:

- (a) controlado pela entidade como resultado de eventos passados; e
- (b) do qual se espera que resultem benefícios econômicos futuros para a entidade.

Valor contábil é o valor pelo qual um ativo é reconhecido no balanço patrimonial após a dedução da amortização acumulada e da perda por desvalorização.

Custo é o montante de caixa ou equivalente de caixa pago ou o valor justo de qualquer outra contraprestação dada para adquirir um ativo na data da sua aquisição ou construção, ou ainda, se for o caso, o valor atribuído ao ativo quando inicialmente reconhecido de acordo com as disposições específicas de outro Pronunciamento como, por exemplo, o Pronunciamento Técnico CPC 10 – Pagamento Baseado em Ações.

Valor amortizável é o custo de um ativo ou outro valor que substitua o custo, menos o seu valor residual.

Desenvolvimento é a aplicação dos resultados da pesquisa ou de outros conhecimentos em um plano ou projeto visando à produção de materiais, dispositivos, produtos, processos, sistemas ou serviços novos ou substancialmente aprimorados, antes do início da sua produção comercial ou do seu uso.

Valor específico para a entidade é o valor presente dos fluxos de caixa que uma entidade espera (i) obter com o uso contínuo de um ativo e com a alienação ao final da sua vida útil ou (ii) incorrer para a liquidação de um passivo.

~~Valor justo de um ativo é o valor pelo qual um ativo pode ser negociado entre partes interessadas, conhecedoras do negócio e independentes entre si, com ausência de fatores que pressionem para a liquidação da transação ou que caracterizem uma transação compulsória.~~

Valor justo é o preço que seria recebido pela venda de um ativo ou que seria pago pela transferência de um passivo em uma transação não forçada entre participantes do mercado na data de mensuração (ver CPC 46 – Mensuração do Valor Justo). (Alterada pela Revisão CPC 03)

Perda por desvalorização é o valor pelo qual o valor contábil de um ativo ou de uma unidade geradora de caixa excede seu valor recuperável (Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução



CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

ao Valor Recuperável de Ativos).

Ativo intangível é um ativo não monetário identificável sem substância física.

Ativo monetário é aquele representado por dinheiro ou por direitos a serem recebidos em uma quantia fixa ou determinável de dinheiro.

Pesquisa é a investigação original e planejada realizada com a expectativa de adquirir novo conhecimento e entendimento científico ou técnico.

Valor residual de um ativo intangível é o valor estimado que uma entidade obteria com a venda do ativo, após deduzir as despesas estimadas de venda, caso o ativo já tivesse a idade e a condição esperadas para o fim de sua vida útil.

Vida útil é:

- (a) o período de tempo no qual a entidade espera utilizar um ativo; ou
- (b) o número de unidades de produção ou de unidades semelhantes que a entidade espera obter pela utilização do ativo.

Ativo intangível

9. As entidades frequentemente despendem recursos ou contraem obrigações com a aquisição, o desenvolvimento, a manutenção ou o aprimoramento de recursos intangíveis como conhecimento científico ou técnico, projeto e implantação de novos processos ou sistemas, licenças, propriedade intelectual, conhecimento mercadológico, nome, reputação, imagem e marcas registradas (incluindo nomes comerciais e títulos de publicações). Exemplos de itens que se enquadram nessas categorias amplas são: *softwares*, patentes, direitos autorais, direitos sobre filmes cinematográficos, listas de clientes, direitos sobre hipotecas, licenças de pesca, quotas de importação, franquias, relacionamentos com clientes ou fornecedores, fidelidade de clientes, participação no mercado e direitos de comercialização.
10. Nem todos os itens descritos no item anterior se enquadram na definição de ativo intangível, ou seja, são identificáveis, controlados e geradores de benefícios econômicos futuros. Caso um item abrangido pelo presente Pronunciamento não atenda à definição de ativo intangível, o gasto incorrido na sua aquisição ou geração interna deve ser reconhecido como despesa quando incorrido. No entanto, se o item for adquirido em uma combinação de negócios, passa a fazer parte do ágio derivado da expectativa de rentabilidade futura (*goodwill*) reconhecido na data da aquisição (ver item 68).

Identificação

11. A definição de ativo intangível requer que ele seja identificável, para diferenciá-lo do ágio derivado da expectativa de rentabilidade futura (*goodwill*). O ágio derivado da expectativa de rentabilidade futura (*goodwill*) reconhecido em uma combinação de negócios é um ativo que representa benefícios econômicos futuros gerados por outros ativos adquiridos em uma combinação de negócios, que não são identificados individualmente e reconhecidos separadamente. Tais benefícios econômicos futuros podem advir da sinergia entre os ativos identificáveis adquiridos ou de ativos que, individualmente, não se qualificam para



CVM

Comissão de Valores Mobiliários
Protegendo quem investe no futuro do Brasil

reconhecimento em separado nas demonstrações contábeis.

12. Um ativo satisfaz o critério de identificação, em termos de definição de um ativo intangível, quando:
 - (a) for separável, ou seja, puder ser separado da entidade e vendido, transferido, licenciado, alugado ou trocado, individualmente ou junto com um contrato, ativo ou passivo relacionado, independente da intenção de uso pela entidade; ou
 - (b) resultar de direitos contratuais ou outros direitos legais, independentemente de tais direitos serem transferíveis ou separáveis da entidade ou de outros direitos e obrigações.

Controle

13. A entidade controla um ativo quando detém o poder de obter benefícios econômicos futuros gerados pelo recurso subjacente e de restringir o acesso de terceiros a esses benefícios. Normalmente, a capacidade da entidade de controlar os benefícios econômicos futuros de ativo intangível advém de direitos legais que possam ser exercidos num tribunal. A ausência de direitos legais dificulta a comprovação do controle. No entanto, a imposição legal de um direito não é uma condição imprescindível para o controle, visto que a entidade pode controlar benefícios econômicos futuros de outra forma.
14. O conhecimento de mercado e o técnico podem gerar benefícios econômicos futuros. A entidade controla esses benefícios se, por exemplo, o conhecimento for protegido por direitos legais, tais como direitos autorais, uma limitação de um acordo comercial (se permitida) ou o dever legal dos empregados de manterem a confidencialidade.
15. A entidade pode dispor de equipe de pessoal especializado e ser capaz de identificar habilidades adicionais que gerarão benefícios econômicos futuros a partir do treinamento. A entidade pode também esperar que esse pessoal continue a disponibilizar as suas habilidades. Entretanto, o controle da entidade sobre os eventuais benefícios econômicos futuros gerados pelo pessoal especializado e pelo treinamento é insuficiente para que esses itens se enquadrem na definição de ativo intangível. Por razão semelhante, raramente um talento gerencial ou técnico específico atende à definição de ativo intangível, a não ser que esteja protegido por direitos legais sobre a sua utilização e obtenção dos benefícios econômicos futuros, além de se enquadrar nos outros aspectos da definição.
16. A entidade pode ter uma carteira de clientes ou participação de mercado e esperar que, em virtude dos seus esforços para criar relacionamentos e fidelizar clientes, estes continuarão a negociar com a entidade. No entanto, a ausência de direitos legais de proteção ou de outro tipo de controle sobre as relações com os clientes ou a sua fidelidade faz com que a entidade normalmente não tenha controle suficiente sobre os benefícios econômicos previstos, gerados do relacionamento com os clientes e de sua fidelidade, para considerar que tais itens (por exemplo, carteira de clientes, participação de mercado, relacionamento e fidelidade dos clientes) se enquadrem na definição de ativo intangível. Entretanto, na ausência de direitos legais de proteção do relacionamento com clientes, a capacidade de realizar operações com esses clientes ou similares por meio de relações não contratuais (que não sejam as advindas de uma combinação de negócios) fornece evidências de que a entidade é, mesmo assim, capaz de controlar os eventuais benefícios econômicos futuros gerados pelas relações com clientes. Uma vez que tais operações também fornecem evidências que esse relacionamento com



CVM

Comissão de Valores Mobiliários
Protegendo quem investe no futuro do Brasil

clientes é separável, ele pode ser definido como ativo intangível.

Benefício econômico futuro

17. Os benefícios econômicos futuros gerados por ativo intangível podem incluir a receita da venda de produtos ou serviços, redução de custos ou outros benefícios resultantes do uso do ativo pela entidade. Por exemplo, o uso da propriedade intelectual em um processo de produção pode reduzir os custos de produção futuros em vez de aumentar as receitas futuras.

Reconhecimento e mensuração

18. O reconhecimento de um item como ativo intangível exige que a entidade demonstre que ele atende:
 - (a) a definição de ativo intangível (ver itens 8 a 17); e
 - (b) os critérios de reconhecimento (ver itens 21 a 23).

Este requerimento é aplicável a custos incorridos inicialmente para adquirir ou gerar internamente um ativo intangível e aos custos incorridos posteriormente para acrescentar algo, substituir parte ou recolocá-lo em condições de uso.

19. Os itens 25 a 32 tratam da aplicação dos critérios de reconhecimento de ativos intangíveis adquiridos separadamente, enquanto os itens 33 a 43 tratam da sua aplicação a ativos intangíveis adquiridos em uma combinação de negócios. O item 44 trata da avaliação inicial dos ativos intangíveis adquiridos por meio de subvenção ou assistência governamentais; os itens 45 a 47, das permutas de ativos intangíveis; os itens 48 a 50, do ágio derivado da expectativa de rentabilidade futura (*goodwill*) gerado internamente. Os itens 51 a 67 tratam do reconhecimento e mensuração iniciais dos ativos intangíveis gerados internamente.
20. A natureza dos ativos intangíveis implica, em muitos casos, não haver o que ser adicionado ao ativo nem se poder substituir parte dele. Por conseguinte, a maioria dos gastos subsequentes provavelmente são efetuados para manter a expectativa de benefícios econômicos futuros incorporados ao ativo intangível existente, e não atendem à definição de ativo intangível, tampouco aos critérios de reconhecimento do presente Pronunciamento. Além disso, dificilmente gastos subsequentes são atribuídos diretamente a determinado ativo intangível em vez da entidade como um todo. Portanto, somente em raras ocasiões os gastos subsequentes (incorridos após o reconhecimento inicial de ativo intangível adquirido ou a conclusão de item gerado internamente) devem ser reconhecidos no valor contábil de um ativo. Em conformidade com o item 63, gastos subsequentes com marcas, títulos de publicações, logomarcas, listas de clientes e itens de natureza similar (quer sejam eles adquiridos externamente ou gerados internamente) sempre devem ser reconhecidos no resultado, quando incorridos, uma vez que não se consegue separá-los de outros gastos incorridos no desenvolvimento do negócio como um todo.
21. Um ativo intangível deve ser reconhecido apenas se:
 - (a) for provável que os benefícios econômicos futuros esperados atribuíveis ao ativo serão gerados em favor da entidade; e
 - (b) o custo do ativo possa ser mensurado com confiabilidade.


CVM
Comissão de Valores Mobiliários
Protegendo quem investe no futuro do Brasil

22. A entidade deve avaliar a probabilidade de geração de benefícios econômicos futuros utilizando premissas razoáveis e comprováveis que representem a melhor estimativa da administração em relação ao conjunto de condições econômicas que existirão durante a vida útil do ativo.
23. A entidade deve utilizar seu julgamento para avaliar o grau de certeza relacionado ao fluxo de benefícios econômicos futuros atribuíveis ao uso do ativo, com base nas evidências disponíveis no momento do reconhecimento inicial, dando maior peso às evidências externas.
24. Um ativo intangível deve ser reconhecido inicialmente ao custo.

Aquisição separada

25. Normalmente, o preço que a entidade paga para adquirir separadamente um ativo intangível reflete sua expectativa sobre a probabilidade de os benefícios econômicos futuros esperados, incorporados no ativo, serem gerados a seu favor. Em outras palavras, a entidade espera que haverá benefícios econômicos a seu favor, mesmo que haja incerteza em relação à época e ao valor desses benefícios econômicos. Portanto, a condição de probabilidade a que se refere o item 21(a) é sempre considerada atendida para ativos intangíveis adquiridos separadamente.
26. Além disso, o custo de ativo intangível adquirido em separado pode normalmente ser mensurado com confiabilidade, sobretudo quando o valor é pago em dinheiro ou com outros ativos monetários.
27. O custo de ativo intangível adquirido separadamente inclui:
 - (a) seu preço de compra, acrescido de impostos de importação e impostos não recuperáveis sobre a compra, depois de deduzidos os descontos comerciais e abatimentos; e
 - (b) qualquer custo diretamente atribuível à preparação do ativo para a finalidade proposta.
28. Exemplos de custos diretamente atribuíveis são:
 - (a) custos de benefícios aos empregados (conforme definido no Pronunciamento Técnico CPC 33 – Benefícios a Empregados) incorridos diretamente para que o ativo fique em condições operacionais (de uso ou funcionamento);
 - (b) honorários profissionais diretamente relacionados para que o ativo fique em condições operacionais; e
 - (c) custos com testes para verificar se o ativo está funcionando adequadamente.
29. Exemplos de gastos que não fazem parte do custo de ativo intangível:
 - (a) custos incorridos na introdução de novo produto ou serviço (incluindo propaganda e atividades promocionais);
 - (b) custos da transferência das atividades para novo local ou para nova categoria de clientes (incluindo custos de treinamento); e
 - (c) custos administrativos e outros custos indiretos.
30. O reconhecimento dos custos no valor contábil de ativo intangível cessa quando esse ativo


CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

está nas condições operacionais pretendidas pela administração. Portanto, os custos incorridos no uso ou na transferência ou reinstalação de ativo intangível não devem ser incluídos no seu valor contábil, como, por exemplo, os seguintes custos:

- (a) custos incorridos durante o período em que um ativo capaz de operar nas condições operacionais pretendidas pela administração não é utilizado; e
- (b) prejuízos operacionais iniciais, tais como os incorridos enquanto a demanda pelos produtos do ativo é estabelecida.

31. Algumas operações realizadas em conexão com o desenvolvimento de ativo intangível não são necessárias para deixá-lo em condições operacionais pretendidas pela administração. Essas atividades eventuais podem ocorrer antes ou durante as atividades de desenvolvimento. Como essas atividades não são necessárias para que um ativo fique em condições de funcionar da maneira pretendida pela administração, as receitas e as despesas relacionadas devem ser reconhecidas imediatamente no resultado e incluídas nas suas respectivas classificações de receita e despesa.
32. Se o prazo de pagamento de ativo intangível excede os prazos normais de crédito, seu custo deve ser o equivalente ao preço à vista. A diferença entre esse valor e o total dos pagamentos deve ser reconhecida como despesa com juros, durante o período, a menos que seja passível de capitalização, como custo financeiro diretamente identificável de ativo, durante o período em que esteja sendo preparado para o uso pretendido pela administração (quando se tratar de ativo que leva necessariamente um período substancial de tempo para ficar pronto para o seu uso). Nesse último caso, o custo financeiro deve ser capitalizado no valor do ativo de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 20 – Custos de Empréstimos.

Aquisição como parte de combinação de negócios

- ~~33. De acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 15 – Combinação de Negócios, se um ativo intangível for adquirido em uma combinação de negócios, o seu custo deve ser 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, a condição de probabilidade a que se refere o item 21(a) é sempre considerada atendida para ativos intangíveis adquiridos em uma combinação de negócios. Se um ativo adquirido em uma combinação de negócios for separável ou resultar de direitos contratuais ou outros direitos legais, considera-se que exista informação suficiente para mensurar com confiabilidade o seu valor justo. Portanto, o critério de mensuração previsto no item 21(b) é sempre considerado atendido para ativos intangíveis adquiridos em uma combinação de negócios.~~
33. De acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 15 – Combinação de Negócios, se um ativo intangível for adquirido em uma combinação de negócios, o seu custo deve ser o valor justo na data de aquisição, o qual reflete as expectativas dos participantes do mercado na data de aquisição 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, a condição de probabilidade a que se refere o item 21(a) é sempre considerada atendida para ativos intangíveis adquiridos em uma



CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

combinação de negócios. Se um ativo adquirido em uma combinação de negócios for separável ou resultar de direitos contratuais ou outros direitos legais, considera-se que exista informação suficiente para mensurar com confiabilidade o seu valor justo. Portanto, o critério de mensuração previsto no item 21(b) é sempre considerado atendido para ativos intangíveis adquiridos em uma combinação de negócios. (Alterado pela Revisão CPC 03)

34. De acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 15 – Combinação de Negócios, o adquirente deve reconhecer na data da aquisição, separadamente do ágio derivado da expectativa de rentabilidade futura (*goodwill*) apurado em uma combinação de negócios, um ativo intangível da adquirida, independentemente de o ativo ter sido reconhecido pela adquirida antes da aquisição da empresa. Isso significa que a adquirente reconhece como ativo, separadamente do ágio derivado da expectativa de rentabilidade futura (*goodwill*), um projeto de pesquisa e desenvolvimento em andamento da adquirida se o projeto atender à definição de ativo intangível. Um projeto de pesquisa e desenvolvimento em andamento da adquirida atende à definição de ativo intangível quando:
- (a) corresponder à definição de ativo; e
 - (b) for identificável, ou seja, é separável ou resulta de direitos contratuais ou outros direitos legais.

Mensuração do valor justo de ativo intangível adquirido em combinação de negócios

35. Se um ativo intangível adquirido em uma combinação de negócios for separável ou resultar de direitos contratuais ou outros direitos legais, considera-se que o seu valor justo pode ser mensurado com confiabilidade. Quando, para as estimativas utilizadas na avaliação do valor justo de ativo intangível, existir uma gama de resultados possíveis, com diferentes probabilidades, a incerteza passa a fazer parte da determinação do valor justo. Se um ativo intangível adquirido em uma combinação de negócios tiver vida útil definida, haverá a presunção de que o valor justo possa ser estimado com segurança.
36. Um ativo intangível adquirido em combinação de negócios pode ser separável, mas apenas em conjunto com um contrato a ele relacionado, ativo ou passivo identificável. Nesses casos, a adquirente deve reconhecer o ativo intangível separadamente do ágio derivado da expectativa de rentabilidade futura (*goodwill*), mas em conjunto com o item relacionado.
37. O adquirente pode reconhecer um grupo de ativos intangíveis complementares como um único ativo desde que os ativos individuais no grupo tenham vida útil semelhante. Por exemplo, as expressões “marca” e “nome comercial” são muitas vezes utilizadas como sinônimos de marcas registradas e outros. No entanto, as primeiras são nomes comerciais genéricos que são usados para se referir a um grupo de ativos complementares, como marca comercial (ou marca de serviço) e os seus relacionados nome comercial, fórmulas, receitas e especialização técnica.
38. (Eliminado).
- ~~39. Os preços de mercado cotados em mercado ativo oferecem uma estimativa confiável do valor justo de ativo intangível (ver também item 78). O preço de mercado adequado costuma ser o preço corrente de oferta de compra. Se não estiver disponível, o preço da operação similar mais recente pode oferecer uma base de estimativa do valor justo, desde que não tenha~~



CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

~~ocorrido nenhuma mudança econômica significativa entre a data da operação e a data em que o valor justo do ativo é estimado. (Eliminado pela Revisão CPC 03)~~

~~40. Se não existir mercado ativo para um ativo intangível, o seu valor justo será o valor que a entidade teria pago por ele, na data de aquisição, em operação sem favorecimento entre partes conhecedoras do assunto e dispostas a negociar com base na melhor informação disponível. Na apuração desse valor, a entidade deve considerar o resultado de operações recentes com ativos similares. Por exemplo, a entidade pode aplicar múltiplos que reflitam transações correntes de mercado para indicadores que ajudam a determinar a rentabilidade do ativo (como receita, lucro operacional ou lucro antes de participações, impostos, depreciação e amortização). (Eliminado pela Revisão CPC 03)~~

~~41. As entidades envolvidas na compra e venda de ativos intangíveis podem desenvolver técnicas para mensurar indiretamente os seus valores justos. Essas técnicas podem ser utilizadas para a mensuração inicial de ativo intangível adquirido em combinação de negócios se o seu objetivo for estimar o valor justo e se refletirem operações e práticas correntes no setor a que esses ativos pertencem. Estas técnicas incluem, conforme o caso:~~

- ~~(a) desconto de fluxos de caixa futuros líquidos do ativo;~~
- ~~(b) estimativa dos custos que a entidade evita por possuir o ativo intangível e por não necessitar de:~~
 - ~~(i) licença de outra parte em transação em base usual de mercado sem favorecimento (como na abordagem de dispensa de *royalty*, no uso de fluxo de caixa líquido descontado); ou~~
 - ~~(ii) recriá-las ou substituí-las (como na abordagem de custo). (Eliminado pela Revisão CPC 03)~~

Gastos subsequentes em projeto de pesquisa e desenvolvimento em andamento adquirido

42. Gastos de pesquisa ou desenvolvimento:

- (a) relativos a projeto de pesquisa e desenvolvimento em andamento, adquirido em separado ou em combinação de negócios e reconhecido como ativo intangível; e
 - (b) incorridos após a aquisição desse projeto,
- devem ser contabilizados de acordo com os itens 54 a 62.

43. A aplicação das disposições dos itens 54 a 62 significa que os gastos subsequentes de projeto de pesquisa e desenvolvimento em andamento, adquirido separadamente ou em uma combinação de negócios e reconhecido como ativo intangível, devem ser reconhecidos da seguinte maneira:

- (a) gastos de pesquisa – como despesa quando incorridos;
- (b) gastos de desenvolvimento que não atendem aos critérios de reconhecimento como ativo intangível, previstos no item 57 – como despesa quando incorridos; e
- (c) gastos de desenvolvimento em conformidade com referidos critérios de reconhecimento do item 57 – adicionados ao valor contábil do projeto de pesquisa ou desenvolvimento em andamento adquirido.


CVM
Comissão de Valores Mobiliários
Protegendo quem investe no futuro do Brasil

Aquisição por meio de subvenção ou assistência governamentais

44. Em alguns casos, um ativo intangível pode ser adquirido sem custo ou por valor nominal, por meio de subvenção ou assistência governamentais. Isso pode ocorrer quando um governo transfere ou destina a uma entidade ativos intangíveis, como direito de aterrissagem em aeroporto, licenças para operação de estações de rádio ou de televisão, licenças de importação ou quotas ou direitos de acesso a outros recursos restritos. De acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 07 – Subvenção e Assistência Governamentais, uma entidade tem a faculdade de reconhecer inicialmente ao valor justo tanto o ativo intangível quanto a concessão governamental. Se uma entidade optar por não reconhecer inicialmente ao valor justo o ativo, ela deve reconhecer o ativo inicialmente ao valor nominal (o outro tratamento permitido pelo Pronunciamento Técnico CPC 07) acrescido de quaisquer gastos que sejam diretamente atribuídos à preparação do ativo para o uso pretendido.

Permuta de ativos

45. Um ou mais ativos intangíveis podem ser adquiridos por meio de permuta por ativo ou ativos não monetários, ou conjunto de ativos monetários e não monetários. O ativo ou ativos objeto de permuta podem ser de mesma natureza ou de naturezas diferentes. O texto a seguir refere-se apenas à permuta de ativo não monetário por outro; todavia, o mesmo conceito pode ser aplicado a todas as permutas descritas anteriormente. O custo de ativo intangível é mensurado pelo valor justo a não ser que (a) a operação de permuta não tenha natureza comercial ou (b) o valor justo do ativo recebido e do ativo cedido não possa ser mensurado com confiabilidade. O ativo adquirido deve ser mensurado dessa forma mesmo que a entidade não consiga dar baixa imediata ao ativo cedido. Se o ativo adquirido não for mensurável ao valor justo, seu custo deve ser determinado pelo valor contábil do ativo cedido.
46. A entidade deve determinar se a operação de permuta tem natureza comercial considerando até que ponto os seus fluxos de caixa futuros serão modificados em virtude da operação. A operação de permuta tem natureza comercial se:
- (a) a configuração (ou seja, risco, oportunidade e valor) dos fluxos de caixa do ativo recebido for diferente da configuração dos fluxos de caixa do ativo cedido; ou
 - (b) o valor específico para a entidade de parcela das suas atividades for afetado pelas mudanças resultantes da permuta; e
 - (c) a diferença em (a) ou (b) for significativa em relação ao valor justo dos ativos permutados.

Para determinar se uma operação de permuta tem natureza comercial, o valor específico para a entidade da parcela das suas atividades afetado pela operação deve estar refletido nos fluxos de caixa após os efeitos da sua tributação. O resultado dessas análises pode ficar claro sem que a entidade realize cálculos detalhados.

- ~~47. O item 21(b) especifica que uma das condições de reconhecimento de ativo intangível é a mensuração do seu custo com confiabilidade. O valor justo de ativo intangível para o qual não existem transações comparáveis só pode ser mensurado com confiabilidade: (a) se a variabilidade da faixa de estimativas de valor justo razoável não for significativa ou (b) se as probabilidades de várias estimativas, dentro dessa faixa, possam ser razoavelmente avaliadas e utilizadas na mensuração do valor justo. Caso a entidade seja capaz de mensurar com~~


CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

~~confiabilidade tanto o valor justo do ativo recebido como do ativo cedido, então o valor justo do segundo deve ser usado para determinar o custo, a não ser que o valor justo do primeiro seja mais evidente.~~

47. O item 21(b) especifica que uma das condições de reconhecimento de ativo intangível é a mensuração do seu custo com confiabilidade. O valor justo de ativo intangível é mensurado com confiabilidade: (a) se a variabilidade da faixa de mensuração de valor justo razoável não for significativa ou (b) se as probabilidades de várias estimativas, dentro dessa faixa, possam ser razoavelmente avaliadas e utilizadas na mensuração do valor justo. Caso a entidade seja capaz de mensurar com confiabilidade tanto o valor justo do ativo recebido como do ativo cedido, então o valor justo do segundo deve ser usado para mensurar o custo, a não ser que o valor justo do primeiro seja mais evidente. (Alterado pela Revisão CPC 03)

Ágio derivado da expectativa de rentabilidade futura (goodwill) gerado internamente

48. O ágio derivado da expectativa de rentabilidade futura (*goodwill*) gerado internamente não deve ser reconhecido como ativo.
49. Em alguns casos incorre-se em gastos para gerar benefícios econômicos futuros, mas que não resultam na criação de ativo intangível que se enquadre nos critérios de reconhecimento estabelecidos no presente Pronunciamento. Esses gastos costumam ser descritos como contribuições para o ágio derivado da expectativa de rentabilidade futura (*goodwill*) gerado internamente, o qual não é reconhecido como ativo porque não é um recurso identificável (ou seja, não é separável nem advém de direitos contratuais ou outros direitos legais) controlado pela entidade que pode ser mensurado com confiabilidade ao custo.
- ~~50. As diferenças entre valor de mercado da entidade e o valor contábil de seu patrimônio líquido, a qualquer momento, podem incluir uma série de fatores que afetam o valor da entidade. No entanto, essas diferenças não representam o custo dos ativos intangíveis controlados pela entidade.~~
50. As diferenças entre valor justo da entidade e o valor contábil de seu patrimônio líquido, a qualquer momento, podem incluir uma série de fatores que afetam o valor justo da entidade. No entanto, essas diferenças não representam o custo dos ativos intangíveis controlados pela entidade. (Alterado pela Revisão CPC 03)

Ativo intangível gerado internamente

51. Por vezes é difícil avaliar se um ativo intangível gerado internamente se qualifica para o reconhecimento, devido às dificuldades para:
- (a) identificar se, e quando, existe um ativo identificável que gerará benefícios econômicos futuros esperados; e
 - (b) determinar com confiabilidade o custo do ativo. Em alguns casos não é possível separar o custo incorrido com a geração interna de ativo intangível do custo da manutenção ou melhoria do ágio derivado da expectativa de rentabilidade futura (*goodwill*) gerado internamente ou com as operações regulares (do dia-a-dia) da entidade.

Portanto, além de atender às exigências gerais de reconhecimento e mensuração inicial de ativo intangível, a entidade deve aplicar os requerimentos e orientações contidos nos itens 52

CPC_04(R1_rev_12)



CVM

Comissão de Valores Mobiliários
Protegendo quem investe no futuro do Brasil

a 67, a seguir, a todos os ativos intangíveis gerados.

52. Para avaliar se um ativo intangível gerado internamente atende aos critérios de reconhecimento, a entidade deve classificar a geração do ativo:

- (a) na fase de pesquisa; e/ou
- (b) na fase de desenvolvimento.

Embora os termos "pesquisa" e "desenvolvimento" estejam definidos, as expressões "fase de pesquisa" e "fase de desenvolvimento" têm um significado mais amplo para efeitos deste Pronunciamento.

53. Caso a entidade não consiga diferenciar a fase de pesquisa da fase de desenvolvimento de projeto interno de criação de ativo intangível, o gasto com o projeto deve ser tratado como incorrido apenas na fase de pesquisa.

Fase de pesquisa

54. Nenhum ativo intangível resultante de pesquisa (ou da fase de pesquisa de projeto interno) deve ser reconhecido. Os gastos com pesquisa (ou da fase de pesquisa de projeto interno) devem ser reconhecidos como despesa quando incorridos.
55. Durante a fase de pesquisa de projeto interno, a entidade não está apta a demonstrar a existência de ativo intangível que gerará prováveis benefícios econômicos futuros. Portanto, tais gastos devem ser reconhecidos como despesa quando incorridos.
56. São exemplos de atividades de pesquisa:
- (a) atividades destinadas à obtenção de novo conhecimento;
 - (b) busca, avaliação e seleção final das aplicações dos resultados de pesquisa ou outros conhecimentos;
 - (c) busca de alternativas para materiais, dispositivos, produtos, processos, sistemas ou serviços; e
 - (d) formulação, projeto, avaliação e seleção final de alternativas possíveis para materiais, dispositivos, produtos, processos, sistemas ou serviços novos ou aperfeiçoados.

Fase de desenvolvimento

57. Um ativo intangível resultante de desenvolvimento (ou da fase de desenvolvimento de projeto interno) deve ser reconhecido somente se a entidade puder demonstrar todos os aspectos a seguir enumerados:
- (a) viabilidade técnica para concluir o ativo intangível de forma que ele seja disponibilizado para uso ou venda;
 - (b) intenção de concluir o ativo intangível e de usá-lo ou vendê-lo;
 - (c) capacidade para usar ou vender o ativo intangível;
 - (d) forma como o ativo intangível deve gerar benefícios econômicos futuros. Entre outros aspectos, a entidade deve demonstrar a existência de mercado para os produtos do ativo



CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

intangível ou para o próprio ativo intangível ou, caso este se destine ao uso interno, a sua utilidade;

- (e) disponibilidade de recursos técnicos, financeiros e outros recursos adequados para concluir seu desenvolvimento e usar ou vender o ativo intangível; e
- (f) capacidade de mensurar com confiabilidade os gastos atribuíveis ao ativo intangível durante seu desenvolvimento.

58. Na fase de desenvolvimento de projeto interno, a entidade pode, em alguns casos, identificar um ativo intangível e demonstrar que este gerará prováveis benefícios econômicos futuros, uma vez que a fase de desenvolvimento de um projeto é mais avançada do que a fase de pesquisa.
59. São exemplos de atividades de desenvolvimento:
 - (a) projeto, construção e teste de protótipos e modelos pré-produção ou pré-utilização;
 - (b) projeto de ferramentas, gabaritos, moldes e matrizes que envolvam nova tecnologia;
 - (c) projeto, construção e operação de fábrica-piloto, desde que já não esteja em escala economicamente viável para produção comercial; e
 - (d) projeto, construção e teste da alternativa escolhida de materiais, dispositivos, produtos, processos, sistemas e serviços novos ou aperfeiçoados.
60. Para demonstrar como um ativo intangível gerará prováveis benefícios econômicos futuros, a entidade deve avaliar os benefícios econômicos a serem obtidos por meio desse ativo com base nos princípios do Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos. Se o ativo gerar benefícios econômicos somente em conjunto com outros ativos, deve ser considerado o conceito de unidades geradoras de caixa previsto no Pronunciamento Técnico CPC 01.
61. A disponibilidade de recursos para concluir, usar e obter os benefícios gerados por um ativo intangível pode ser evidenciada, por exemplo, por um plano de negócios que demonstre os recursos técnicos, financeiros e outros recursos necessários, e a capacidade da entidade de garantir esses recursos. Em alguns casos, a entidade demonstra a disponibilidade de recursos externos ao conseguir, junto a um financiador, indicação de que ele está disposto a financiar o plano.
62. Os sistemas de custeio de uma entidade podem muitas vezes mensurar com confiabilidade o custo da geração interna de ativo intangível e outros gastos incorridos para obter direitos autorais, licenças ou para desenvolver *software* de computadores.
63. Marcas, títulos de publicações, listas de clientes e outros itens similares, gerados internamente, não devem ser reconhecidos como ativos intangíveis.
64. Os gastos incorridos com marcas, títulos de publicações, listas de clientes e outros itens similares não podem ser separados dos custos relacionados ao desenvolvimento do negócio como um todo. Dessa forma, esses itens não devem ser reconhecidos como ativos intangíveis.

Custo de ativo intangível gerado internamente



CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

65. O custo de ativo intangível gerado internamente que se qualifica para o reconhecimento contábil nos termos deste Pronunciamento como estabelecido no item 24 se restringe à soma dos gastos incorridos a partir da data em que o ativo intangível atende aos critérios de reconhecimento contidos nos itens 21, 22 e 57. O item 71 não permite a reintegração de gastos anteriormente reconhecidos como despesa.
66. O custo de ativo intangível gerado internamente inclui todos os gastos diretamente atribuíveis, necessários à criação, produção e preparação do ativo para ser capaz de funcionar da forma pretendida pela administração. Exemplos de custos diretamente atribuíveis:
- (a) gastos com materiais e serviços consumidos ou utilizados na geração do ativo intangível;
 - (b) custos de benefícios a empregados (conforme definido no Pronunciamento Técnico CPC 33 – Benefícios a Empregados) relacionados à geração do ativo intangível;
 - (c) taxas de registro de direito legal; e
 - (d) amortização de patentes e licenças utilizadas na geração do ativo intangível.
- O Pronunciamento Técnico CPC 20 – Custos de Empréstimos especifica critérios para o reconhecimento dos juros como um elemento do custo de um ativo intangível gerado internamente.
67. Os seguintes itens não são componentes do custo de ativo intangível gerado internamente:
- (a) gastos com vendas, administrativos e outros gastos indiretos, exceto se tais gastos puderem ser atribuídos diretamente à preparação do ativo para uso;
 - (b) ineficiências identificadas e prejuízos operacionais iniciais incorridos antes do ativo atingir o desempenho planejado; e
 - (c) gastos com o treinamento de pessoal para operar o ativo.

Exemplo do item 65

Uma entidade está desenvolvendo novo processo de produção. No exercício de 20X5, os gastos incorridos foram de \$ 1.000, dos quais \$ 900 foram incorridos antes de 1º de dezembro de 20X5 e \$ 100 entre essa data e 31 de dezembro de 20X5. A entidade está apta a demonstrar que em 1º de dezembro de 20X5 o processo de produção atendia aos critérios para reconhecimento como ativo intangível. O valor recuperável do *know-how* incorporado no processo (inclusive futuras saídas de caixa para concluí-lo e deixá-lo pronto para uso) está estimado em \$ 500.

Ao final de 20X5, o processo de produção está reconhecido como ativo intangível ao custo de \$ 100 (gasto incorrido desde a data em que os critérios de reconhecimento foram atendidos, ou seja, 1º de dezembro de 20X5). Os gastos de \$ 900 incorridos antes de 1º de dezembro de 20X5 devem ser reconhecidos como despesa porque os critérios de reconhecimento só foram atendidos nessa data, não podendo ser incluídos no custo do processo de produção reconhecido na data do balanço.

No exercício de 20X6, os gastos incorridos são de \$ 2.000. Ao final de 20X6, o valor recuperável do *know-how* incorporado no processo (inclusive futuras saídas de caixa para


CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

concluí-lo e deixá-lo pronto para uso) está estimado em \$1.900.

Ao final de 20X6, o custo do processo de produção é de \$ 2.100 (gastos de \$ 100 reconhecidos no final de 20X5 mais \$ 2.000 reconhecidos em 20X6). A entidade deve reconhecer uma perda de valor de \$ 200 para ajustar o valor contábil do processo antes dessa perda de valor (\$ 2.100) ao seu valor recuperável (\$ 1.900). Essa perda por redução no valor recuperável será revertida em um período posterior se os requerimentos de reversão de perda de valor, previstos no Pronunciamento Técnico CPC 01 - Redução ao Valor Recuperável de Ativos, forem atendidos.

Reconhecimento de despesa

68. Os gastos com um item intangível devem ser reconhecidos como despesa quando incorridos, exceto:
- (a) se fizerem parte do custo de ativo intangível que atenda aos critérios de reconhecimento (ver itens 18 a 67); ou
 - (b) se o item é adquirido em uma combinação de negócios e não possa ser reconhecido como ativo intangível. Nesse caso, esse gasto (incluído no custo da combinação de negócios) deve fazer parte do valor atribuível ao ágio derivado da expectativa de rentabilidade futura (*goodwill*) na data de aquisição (ver Pronunciamento Técnico CPC 15).
69. Em alguns casos são incorridos gastos para gerar benefícios econômicos futuros à entidade, sem a aquisição ou criação de ativo intangível ou outros ativos passíveis de serem reconhecidos. No caso do fornecimento de produtos, a entidade deve reconhecer esse gasto como despesa quando tiver o direito de acessar aqueles produtos. No caso do fornecimento de serviços, a entidade deve reconhecer o gasto como despesa quando receber os serviços. Por exemplo, gastos com pesquisa devem ser reconhecidos como despesa quando incorridos (ver item 54), exceto quando forem adquiridos como parte de uma combinação de negócios. Exemplos de outros gastos a serem reconhecidos como despesa quando incorridos:
- (a) gastos com atividades pré-operacionais destinadas a constituir a empresa (ou seja, custo do início das operações), exceto se estiverem incluídas no custo de um item do ativo imobilizado, conforme Pronunciamento Técnico CPC 27 - Ativo Imobilizado. O custo do início das operações pode incluir custos de estabelecimento, tais como custos jurídicos e de secretaria, incorridos para constituir a pessoa jurídica, gastos para abrir novas instalações ou negócio (ou seja, custos pré-abertura) ou gastos com o início de novas unidades operacionais ou o lançamento de novos produtos ou processos;
 - (b) gastos com treinamento;
 - (c) gastos com publicidade e atividades promocionais (incluindo envio de catálogos); e
 - (d) gastos com remanejamento ou reorganização, total ou parcial, da entidade.
- 69A. A entidade tem o direito de acessar os produtos quando estes passam a ser de sua propriedade. Da mesma forma, ela tem o direito de acessar produtos que tenham sido desenvolvidos por um fornecedor, de acordo com os termos de contrato de fornecimento e cuja entrega possa ser exigida pela entidade em troca do pagamento efetuado. Serviços são recebidos quando são prestados por um fornecedor de acordo com contrato de prestação de serviços e não quando a entidade usa os mesmos para prestar outros serviços, como, por exemplo, para enviar material



CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

de publicidade aos clientes.

70. O item 68 não impede que a entidade reconheça o pagamento antecipado como ativo, quando bens tenham sido pagos antes de a entidade obter o direito de acessar aqueles bens. De forma similar, o item 68 não impede que a entidade reconheça o pagamento antecipado como ativo, quando serviços tiverem sido pagos antes de a entidade receber esses serviços.

Despesa anterior não reconhecida como ativo

71. Gastos com um item intangível reconhecidos inicialmente como despesa não devem ser reconhecidos como parte do custo de ativo intangível em data subsequente.

Mensuração após reconhecimento

72. A Estrutura Conceitual para a Elaboração e Apresentação das Demonstrações Contábeis que consta do Pronunciamento Conceitual Básico do CPC prevê que a entidade pode, em determinadas circunstâncias, optar pelo método de custo ou pelo método de reavaliação para a sua política contábil. Quando a opção pelo método de reavaliação não estiver restringida por lei ou norma legal regularmente estabelecida¹, a entidade deve optar em reconhecer um ativo intangível pelo método de custo (item 74) ou pelo método de reavaliação (item 75). Caso um ativo intangível seja contabilizado com base no método de reavaliação, todos os ativos restantes da sua classe devem ser registrados utilizando o mesmo método, exceto quando não existir mercado ativo para tais itens.
73. Uma classe de ativos intangíveis é um grupo de ativos com natureza e uso semelhante, dentro das operações da entidade. Os itens de uma classe de ativos intangíveis devem ser reavaliados simultaneamente para evitar a reavaliação de apenas alguns ativos e a apresentação de valores de outros ativos nas demonstrações contábeis, representando uma mistura de custos e valores em datas diferentes.

Método de custo

74. Após o seu reconhecimento inicial, um ativo intangível deve ser apresentado ao custo, menos a eventual amortização acumulada e a perda acumulada (Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos).

Método de reavaliação

- ~~75. Após o seu reconhecimento inicial, se permitido legalmente¹, um ativo intangível pode ser apresentado pelo seu valor reavaliado, correspondente ao seu valor justo à data da reavaliação. Para efeitos de reavaliação nos termos do presente Pronunciamento, o valor justo deve ser apurado em relação a um mercado ativo. A reavaliação deve ser realizada regularmente para que, na data do balanço, o valor contábil do ativo não apresente divergências relevantes em relação ao seu valor justo.~~

¹ Na data da aprovação deste Pronunciamento, a reavaliação de bens tangíveis ou intangíveis não é permitida devido às disposições contidas na Lei nº. 11.638/07, que alterou a Lei nº. 6.404/76, com vigência a partir de 1º de janeiro de 2008.



CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

75. Após o seu reconhecimento inicial, se permitido legalmente¹, um ativo intangível pode ser apresentado pelo seu valor reavaliado, correspondente ao seu valor justo à data da reavaliação. Para efeitos de reavaliação nos termos do presente Pronunciamento Técnico, o valor justo deve ser mensurado em relação a um mercado ativo. A reavaliação deve ser realizada regularmente para que, na data do balanço, o valor contábil do ativo não apresente divergências relevantes em relação ao seu valor justo. (Alterado pela Revisão CPC 03)
76. O método de reavaliação não permite:
- (a) a reavaliação de ativos intangíveis que não tenham sido previamente reconhecidos como ativos; nem
 - (b) o reconhecimento inicial de ativos intangíveis a valores diferentes do custo.
77. O método de reavaliação deve ser aplicado após um ativo ter sido inicialmente reconhecido pelo custo. No entanto, se apenas parte do custo de um ativo intangível é reconhecido como ativo porque ele não atendia aos critérios de reconhecimento até determinado ponto do processo (ver item 65), o método de reavaliação pode ser aplicado a todo o ativo. Além disso, o método de reavaliação pode ser aplicado a ativo intangível recebido por subvenção ou assistência governamental e reconhecido pelo valor nominal (ver item 44).
- ~~78. É raro existir mercado ativo, com as características descritas no item 8, para um ativo intangível, mas pode acontecer. Por exemplo, em alguns locais, pode haver mercado ativo para licenças de táxi, licenças de pesca ou cotas de produção transferíveis livremente. No entanto, pode não haver mercado ativo para marcas, títulos de publicações, direitos de edição de músicas e filmes, patentes ou marcas registradas porque esse tipo de ativo é único. Além do mais, apesar de ativos intangíveis serem comprados e vendidos, contratos são negociados entre compradores e vendedores individuais e transações são relativamente raras. Por essa razão, o preço pago por um ativo pode não constituir evidência suficiente do valor justo de outro. Ademais, os preços muitas vezes não estão disponíveis para o público.~~
78. É raro existir mercado ativo para um ativo intangível, mas pode acontecer. Por exemplo, em alguns locais, pode haver mercado ativo para licenças de táxi, licenças de pesca ou cotas de produção transferíveis livremente. No entanto, pode não haver mercado ativo para marcas, títulos de publicações, direitos de edição de músicas e filmes, patentes ou marcas registradas porque esse tipo de ativo é único. Além do mais, apesar de ativos intangíveis serem comprados e vendidos, contratos são negociados entre compradores e vendedores individuais e transações são relativamente raras. Por essa razão, o preço pago por um ativo pode não constituir evidência suficiente do valor justo de outro. Ademais, os preços muitas vezes não estão disponíveis para o público. (Alterado pela Revisão CPC 03)
79. A frequência das reavaliações depende da volatilidade do valor justo de ativos intangíveis que estão sendo reavaliados. Se o valor justo do ativo reavaliado diferir significativamente do seu valor contábil, será necessário realizar outra reavaliação. O valor justo de alguns ativos intangíveis pode variar significativamente, exigindo, por isso, reavaliação anual. Reavaliações frequentes são desnecessárias no caso de ativos intangíveis sem variações significativas do seu valor justo.
- ~~80. Se um ativo intangível for reavaliado, a amortização acumulada na data da reavaliação deve ser:~~



CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

- ~~(a) atualizada proporcionalmente à variação no valor contábil bruto do ativo, para que esse valor, após a reavaliação, seja igual ao valor reavaliado do ativo; ou~~
- ~~(b) eliminada contra o valor contábil bruto do ativo, atualizando-se o valor líquido pelo valor reavaliado do ativo.~~

80. Quando um ativo intangível for reavaliado, o valor contábil do ativo deve ser ajustado para o valor da reavaliação. Na data da reavaliação, o ativo deve ser tratado de uma das seguintes formas:

- (a) o valor contábil bruto deve ser ajustado de forma que seja consistente com a reavaliação do valor contábil do ativo. Por exemplo, o valor contábil bruto pode ser ajustado em função dos dados de mercado observáveis, ou pode ser ajustado proporcionalmente à variação no valor contábil. A amortização acumulada à data da reavaliação deve ser ajustada para igualar a diferença entre o valor contábil bruto e o valor contábil do ativo após considerar as perdas por desvalorização acumuladas; ou
- (b) a amortização acumulada deve ser eliminada contra o valor contábil bruto do ativo.

O valor do ajuste da amortização acumulada faz parte do aumento ou da diminuição no valor contábil registrado de acordo com os itens 85 e 86. [\(Alterado pela Revisão CPC 06\)](#)

81. Caso um ativo intangível em uma classe de ativos intangíveis reavaliados não possa ser reavaliado porque não existe mercado ativo para ele, deve ser reconhecido pelo custo menos a amortização acumulada e a perda por desvalorização.

~~82. Se o valor justo de ativo intangível reavaliado deixar de poder ser apurado em relação a um mercado ativo, o seu valor contábil deve ser o valor reavaliado na data da última reavaliação em relação ao mercado ativo, menos a eventual amortização acumulada e a perda por desvalorização.~~

82. Se o valor justo de ativo intangível reavaliado deixar de poder ser mensurado em relação a um mercado ativo, o seu valor contábil deve ser o valor reavaliado na data da última reavaliação em relação ao mercado ativo, menos a eventual amortização acumulada e a perda por desvalorização. [\(Alterado pela Revisão CPC 03\)](#)

83. O fato de já não existir mercado ativo para o ativo intangível reavaliado pode indicar que ele pode ter perdido valor, devendo ser testado de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos.

~~84. Se o valor justo do ativo puder ser determinado em relação a um mercado ativo na data de avaliação posterior, o método de reavaliação deve ser aplicado a partir dessa data.~~

84. Se o valor justo do ativo puder ser mensurado em relação a um mercado ativo na data de avaliação posterior, o método de reavaliação deve ser aplicado a partir dessa data. [\(Alterado pela Revisão CPC 03\)](#)

85. Se o valor contábil de ativo intangível aumentar em virtude de reavaliação, esse aumento deve ser creditado diretamente à conta própria de outros resultados abrangentes no patrimônio líquido. No entanto, o aumento deve ser reconhecido no resultado quando se tratar da reversão de decréscimo de reavaliação do mesmo ativo anteriormente reconhecido no resultado.



CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

86. Se o valor contábil de ativo intangível diminuir em virtude de reavaliação, essa diminuição deve ser reconhecida no resultado. No entanto, a diminuição do ativo intangível deve ser debitada diretamente ao patrimônio líquido, contra a conta de reserva de reavaliação, até o seu limite.
87. O saldo acumulado relativo à reavaliação acumulada do ativo intangível incluída no patrimônio líquido somente pode ser transferida para lucros acumulados quando for realizada. O valor total pode ser realizado com a baixa ou a alienação do ativo. Entretanto, uma parte da reavaliação pode ser realizada enquanto o ativo é usado pela entidade; nesse caso, o valor realizado será a diferença entre a amortização baseada no valor contábil do ativo e a amortização que teria sido reconhecida com base no custo histórico do ativo. A transferência para lucros acumulados não deve transitar pelo resultado.

Vida útil

88. A entidade deve avaliar se a vida útil de ativo intangível é definida ou indefinida e, no primeiro caso, a duração ou o volume de produção ou unidades semelhantes que formam essa vida útil. A entidade deve atribuir vida útil indefinida a um ativo intangível quando, com base na análise de todos os fatores relevantes, não existe um limite previsível para o período durante o qual o ativo deverá gerar fluxos de caixa líquidos positivos para a entidade.
89. A contabilização de ativo intangível baseia-se na sua vida útil. Um ativo intangível com vida útil definida deve ser amortizado (ver itens 97 a 106), enquanto a de um ativo intangível com vida útil indefinida não deve ser amortizado (ver itens 107 a 110). Os exemplos incluídos neste Pronunciamento ilustram a determinação da vida útil de diferentes ativos intangíveis e a sua posterior contabilização com base na determinação da vida útil.
90. Muitos fatores devem ser considerados na determinação da vida útil de ativo intangível, inclusive:
 - (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 a 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; e
 - (h) se a vida útil do ativo depende da vida útil de outros ativos da entidade.
91. O termo “indefinida” não significa “infinita”. A vida útil de ativo intangível deve levar em



CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

consideração apenas a manutenção futura exigida para mantê-lo no nível de desempenho avaliado no momento da estimativa da sua vida útil e capacidade e intenção da entidade para atingir tal nível. A conclusão de que a vida útil de ativo intangível é indefinida não deve estar fundamentada em uma previsão de gastos futuros superiores ao necessário para mantê-lo nesse nível de desempenho.

~~92. Considerando o histórico de rápidas alterações na tecnologia, os *softwares* e muitos outros ativos intangíveis estão suscetíveis à obsolescência tecnológica. Portanto, é provável que sua vida útil seja curta.~~

92. Considerando o histórico de rápidas alterações na tecnologia, os *softwares* e muitos outros ativos intangíveis estão suscetíveis à obsolescência tecnológica. Portanto, muitas vezes será o caso de que sua vida útil seja curta. Reduções futuras esperadas no preço de venda de item que foi produzido usando um ativo intangível podem indicar a expectativa de obsolescência tecnológica ou comercial do bem, que, por sua vez, pode refletir uma redução dos benefícios econômicos futuros incorporados no ativo. (Alterado pela Revisão CPC 08)

93. A vida útil de ativo intangível pode ser muito longa ou até indefinida. A incerteza justifica a prudência na estimativa da sua vida útil, mas isso não justifica escolher um prazo tão curto que seja irreal.

94. A vida útil de ativo intangível resultante de direitos contratuais ou outros direitos legais não deve exceder a vigência desses direitos, podendo ser menor dependendo do período durante o qual a entidade espera utilizar o ativo. Caso os direitos contratuais ou outros direitos legais sejam outorgados por um prazo limitado renovável, a vida útil do ativo intangível só deve incluir o prazo de renovação, se existirem evidências que suportem a renovação pela entidade sem custo significativo. A vida útil de um direito readquirido reconhecido como ativo intangível em uma combinação de negócios é o período contratual remanescente do contrato em que o direito foi concedido e não incluirá períodos de renovação.

95. Podem existir tanto fatores econômicos como legais influenciando a vida útil de ativo intangível. Os fatores econômicos determinam o período durante o qual a entidade receberá benefícios econômicos futuros, enquanto os fatores legais podem restringir o período durante o qual a entidade controla o acesso a esses benefícios. A vida útil a ser considerada deve ser o menor dos períodos determinados por esses fatores.

96. A existência dos fatores a seguir, entre outros, indica que a entidade está apta a renovar os direitos contratuais ou outros direitos legais sem custo significativo:

- (a) existem evidências, possivelmente com base na experiência, de que os direitos contratuais ou outros direitos legais serão renovados. Se a renovação depender de autorização de terceiros, devem ser incluídas evidências de que essa autorização será concedida;
- (b) existem evidências de que quaisquer condições necessárias para obter a renovação serão cumpridas; e
- (c) o custo de renovação para a entidade não é significativo se comparado aos benefícios econômicos futuros que se espera fluam para a entidade a partir dessa renovação.

Caso esse custo seja significativo, quando comparado aos benefícios econômicos futuros esperados, o custo de “renovação” deve representar, em essência, o custo de aquisição de um


CVM

Comissão de Valores Mobiliários
Protegendo quem investe no futuro do Brasil

novo ativo intangível na data da renovação.

Ativo intangível com vida útil definida

Período e método de amortização

97. O valor amortizável de ativo intangível com vida útil definida deve ser apropriado de forma sistemática ao longo da sua vida útil estimada. A amortização deve ser iniciada a partir do momento em que o ativo estiver disponível para uso, ou seja, quando se encontrar no local e nas condições necessários para que possa funcionar da maneira pretendida pela administração. A amortização deve cessar na data em que o ativo é classificado como mantido para venda ou incluído em um grupo de ativos classificado como mantido para venda, de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 31 – Ativo Não Circulante Mantido para Venda e Operação Descontinuada, ou, ainda, na data em que ele é baixado, o que ocorrer primeiro. O método de amortização utilizado reflete o padrão de consumo pela entidade dos benefícios econômicos futuros. Se não for possível determinar esse padrão com confiabilidade, deve ser utilizado o método linear. A despesa de amortização para cada período deve ser reconhecida no resultado, a não ser que outra norma ou pronunciamento contábil permita ou exija a sua inclusão no valor contábil de outro ativo.
98. Podem ser utilizados 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.
- 98A. Há uma presunção refutável de que o método de amortização baseado na receita gerada por atividade que inclui o uso de ativo intangível não é apropriado. A receita gerada por atividade que inclui o uso de ativo intangível reflete fatores típicos que não estão diretamente ligados ao consumo dos benefícios econômicos incorporados no ativo intangível. Por exemplo, a receita é afetada por outros insumos e processos, atividades de venda e mudanças nos volumes e preços de venda. O componente de preço da receita pode ser afetado pela inflação, o que não tem qualquer influência sobre a maneira como o ativo é consumido. Essa presunção só pode ser superada em circunstâncias limitadas:
- (a) em que o ativo intangível é expresso como mensuração de receitas, conforme descrito no item 98C; ou
 - (b) quando possa ser demonstrado que as receitas e o consumo dos benefícios econômicos do ativo intangível são altamente correlacionados. *(Incluído pela Revisão CPC 08)*
- 98B. Na escolha do método de amortização adequado, de acordo com o item 98, a entidade pode determinar o fator limitante predominante que é inerente ao ativo intangível. Por exemplo, o contrato que estabelece os direitos da entidade sobre o uso do ativo intangível pode especificar o uso do ativo intangível pela entidade como número predeterminado de anos (ou seja, tempo), como número de unidades produzidas ou como montante total fixo da receita a ser gerada. A identificação do fator limitante predominante pode servir de ponto de partida para a identificação da base adequada da amortização, mas outra base pode ser aplicada se


CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

refletir de forma mais próxima o padrão esperado de consumo de benefícios econômicos. [\(Incluído pela Revisão CPC 08\)](#)

98C. Na circunstância em que o fator limitante predominante, que é inerente ao ativo intangível, é a obtenção de um limite de receita, a receita a ser gerada pode ser a base adequada para a amortização. Por exemplo, a entidade pode adquirir uma concessão para explorar e extrair ouro de uma mina de ouro. O fim do contrato pode estar baseado no valor fixo da receita total a ser gerada a partir da extração (por exemplo, o contrato pode permitir a extração de ouro da mina até que a receita total acumulada com a venda de ouro atinja \$ 2 bilhões) e não ser baseado no tempo ou na quantidade de ouro extraído. Em outro exemplo, o direito de operar a estrada com pedágio pode estar baseado no montante total fixo de receita a ser gerado a partir de pedágios cobrados cumulativos (por exemplo, o contrato pode permitir a operação da estrada com pedágio até que o montante acumulado de pedágios gerados a partir da operação da estrada atinja \$ 100 milhões). No caso em que a receita foi estabelecida como o fator limitante predominante no contrato para a utilização do ativo intangível, a receita que será gerada pode ser a base adequada para a amortização do ativo intangível, desde que o contrato especifique o valor fixo total da receita a ser gerado sobre o qual a amortização deve ser determinada. [\(Incluído pela Revisão CPC 08\)](#)

99. A amortização deve normalmente ser reconhecida no resultado. No entanto, por vezes os benefícios econômicos futuros incorporados no ativo são absorvidos para a produção de outros ativos. Nesses casos, a amortização faz parte do custo de outro ativo, devendo ser incluída no seu valor contábil. Por exemplo, a amortização de ativos intangíveis utilizados em processo de produção faz parte do valor contábil dos estoques (ver Pronunciamento Técnico CPC 16 – Estoques).

Valor residual

100. Deve-se presumir que o valor residual de ativo intangível com vida útil definida é zero, a não ser que:

(a) haja compromisso de terceiros para comprar o ativo ao final da sua vida útil; ou

~~(b) exista mercado ativo para ele e;~~

(b) exista mercado ativo (como definido no CPC 46) para ele e: [\(Alterada pela Revisão CPC 03\)](#)

(i) o valor residual possa ser determinado em relação a esse mercado; e

(ii) seja provável que esse mercado continuará a existir ao final da vida útil do ativo.

101. O valor amortizável de ativo com vida útil definida deve ser determinado após a dedução de seu valor residual. O valor residual diferente de zero implica que a entidade espera a alienação do ativo intangível antes do final de sua vida econômica.

102. A estimativa do valor residual baseia-se no valor recuperável pela alienação, utilizando os preços em vigor na data da estimativa para a venda de ativo similar que tenha atingido o final de sua vida útil e que tenha sido operado em condições semelhantes àsquelas em que o ativo será utilizado. O valor residual deve ser revisado pelo menos ao final de cada exercício. Uma alteração no valor residual deve ser contabilizada como mudança na estimativa contábil, de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 23 – Políticas Contábeis, Mudança de Estimativa e Retificação de Erro.



CVM

Comissão de Valores Mobiliários
Protegendo quem investe no futuro do Brasil

103. O valor residual de ativo intangível pode ser aumentado. A despesa de amortização de ativo intangível será zero enquanto o valor residual subsequente for igual ou superior ao seu valor contábil.

Revisão do período e do método de amortização

104. O período e o método de amortização de ativo intangível com vida útil definida devem ser revisados pelo menos ao final de cada exercício. Caso a vida útil prevista do ativo seja diferente de estimativas anteriores, o prazo de amortização deve ser devidamente alterado. Se houver alteração no padrão de consumo previsto, o método de amortização deve ser alterado para refletir essa mudança. Tais mudanças devem ser registradas como mudanças nas estimativas contábeis, de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 23 – Políticas Contábeis, Mudança de Estimativa e Retificação de Erro.
105. Ao longo da vida de ativo intangível, pode ficar evidente que a estimativa de sua vida útil é inadequada. Por exemplo, o reconhecimento de prejuízo por perda de valor pode indicar que o prazo de amortização deve ser alterado.
106. Com o decorrer do tempo, o padrão dos benefícios econômicos futuros gerados pelo ativo intangível que se espera ingressem na entidade pode mudar. Por exemplo, pode ficar evidente que o método dos saldos decrescentes é mais adequado que o método linear. Outro exemplo é o caso da utilização de direitos de licença que depende de medidas pendentes em relação a outros componentes do plano de negócios. Nesse caso, os benefícios econômicos gerados pelo ativo talvez só sejam auferidos em períodos posteriores.

Ativo intangível com vida útil indefinida

107. Ativo intangível com vida útil indefinida não deve ser amortizado.
108. De acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 – 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:
- (a) anualmente; e
 - (b) sempre que existam indícios de que o ativo intangível pode ter perdido valor.

Revisão da vida útil

109. 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, conforme Pronunciamento Técnico CPC 23.
110. De acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos, a revisão da vida útil de ativo intangível de indefinida para definida é um indicador de que o ativo pode já não ter valor. Assim, a entidade deve testar a perda de valor do ativo em relação ao seu valor recuperável, de acordo com o referido Pronunciamento, reconhecendo a



CVM

Comissão de Valores Mobiliários
Protegendo quem investe no futuro do Brasil

eventual desvalorização como perda.

Recuperação do valor contábil – perda por redução ao valor recuperável de ativos

111. Para determinar se um ativo intangível já não tem valor, a entidade deve aplicar o Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos. Esse Pronunciamento determina quando e como a entidade deve revisar o valor contábil de seus ativos, como determinar o seu valor recuperável e quando reconhecer ou reverter perda por desvalorização.

Baixa e alienação

112. O ativo intangível deve ser baixado:
- (a) por ocasião de sua alienação; ou
 - (b) quando não são esperados benefícios econômicos futuros com a sua utilização ou alienação.
113. Os ganhos ou perdas decorrentes da baixa de ativo intangível devem ser determinados pela diferença entre o valor líquido da alienação, se houver, e o valor contábil do ativo. Esses ganhos ou perdas devem ser reconhecidos no resultado quando o ativo é baixado (a menos que o Pronunciamento Técnico CPC 06 - Operações de Arrendamento Mercantil venha a requerer outro tratamento em uma venda e *lease back*), mas os ganhos não devem ser classificados como receitas de venda.
- ~~114. Existem várias formas de alienação de ativo intangível (por exemplo, venda, arrendamento financeiro ou doação). Para determinar a data da alienação de ativo, a entidade deve aplicar o critério, previsto no Pronunciamento Técnico CPC 30 – Receitas, de reconhecimento da receita de venda de produtos. O Pronunciamento Técnico CPC 06 – Operações de Arrendamento Mercantil deve ser aplicado à baixa por meio de uma venda e *lease back*.~~
114. Existem várias formas de alienação de ativo intangível (por exemplo, venda, arrendamento financeiro ou doação). A data da alienação do ativo intangível é a data em que o recebedor obtém o controle desse ativo de acordo com os requisitos para determinar quando a obrigação de cumprimento é satisfeita no CPC 47. O CPC 06 deve ser aplicado à baixa por meio da venda e de *lease back*. (Alterado pela Revisão CPC 12)
115. Se, de acordo com o princípio de reconhecimento de ativo intangível previsto no item 21, a entidade reconhecer no valor contábil de ativo o custo de substituição de parte de ativo intangível, deve baixar o valor contábil da parcela substituída. Se a apuração desse valor contábil não for praticável para a entidade, esta pode utilizar o custo de substituição como indicador do custo da parcela substituída na época em que foi adquirida ou gerada internamente.
- 115A. No caso de aquisição de direitos por meio de uma combinação de negócios, se esses direitos forem subsequentemente revendidos a um terceiro, o correspondente valor contábil, se existir, deve ser utilizado para determinar o ganho ou a perda na revenda.
- ~~116. A importância a receber pela alienação de ativo intangível deve ser reconhecida inicialmente~~


CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

~~pelo seu valor justo. Se esse pagamento for a prazo, o valor recebido deve ser reconhecido inicialmente pelo valor presente. A diferença entre o valor nominal da remuneração e seu valor presente deve ser reconhecida como receita de juros pela fluência do prazo, de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 30 – Receitas, refletindo o rendimento do valor a receber.~~

116. O valor da contrapartida a ser incluído no ganho ou perda resultante da baixa de ativo intangível deve ser estabelecido de acordo com os requisitos para determinar o preço de transação nos itens 47 a 72 do CPC 47. As alterações subsequentes ao valor estimado da contrapartida incluído no ganho ou perda devem ser contabilizadas de acordo com os requisitos para alterações no preço de transação no CPC 47. (Alterado pela Revisão CPC 12)
117. A amortização de ativo intangível com vida útil definida não termina quando ele deixa de ser utilizado, a não ser que esteja completamente amortizado ou classificado como mantido para venda, de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 31 – Ativo Não Circulante Mantido para Venda e Operação Descontinuada.

Divulgação

Geral

118. 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, nos moldes do Pronunciamento Técnico CPC 31 – Ativo Não Circulante Mantido para Venda e Operação Descontinuada 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 (se houver);
 - (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,

CPC_04(R1_rev_12)



CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

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; e
- (viii) outras alterações no valor contábil durante o período.

119. Uma classe de ativos intangíveis é um grupo de ativos de natureza e com utilização similar nas atividades da entidade. Entre os exemplos de classes distintas, temos:

- (a) marcas;
- (b) títulos de periódicos;
- (c) *softwares*;
- (d) licenças e franquias;
- (e) direitos autorais, patentes e outros direitos de propriedade industrial, de serviços e operacionais;
- (f) receitas, fórmulas, modelos, projetos e protótipos; e
- (g) ativos intangíveis em desenvolvimento.

As classes acima mencionadas devem ser separadas (agregadas) em classes menores (maiores) se isso resultar em informação mais relevante para os usuários das demonstrações contábeis.

120. A entidade deve divulgar informações sobre ativos intangíveis que perderam o seu valor de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos, além das informações exigidas no item 118(e)(iii) a (v).

121. O Pronunciamento Técnico CPC 23 – Políticas Contábeis, Mudança de Estimativa e Retificação de Erro requer que uma entidade divulgue a natureza e o valor das variações nas estimativas contábeis com impacto relevante no período corrente ou em períodos subsequentes. Essa divulgação pode resultar de alterações:

- (a) na avaliação da vida útil de ativo intangível;
- (b) no método de amortização; ou
- (c) nos valores residuais.

122. A entidade também deve divulgar:

- (a) em relação a ativos intangíveis avaliados como tendo vida útil indefinida, o seu valor contábil e os motivos que fundamentam essa avaliação. Ao apresentar essas razões, a entidade deve descrever os fatores mais importantes que levaram à definição de vida útil indefinida do ativo;
- (b) uma descrição, o valor contábil e o prazo de amortização remanescente de qualquer ativo intangível individual relevante para as demonstrações contábeis da entidade;


CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

- (c) em relação a ativos intangíveis adquiridos por meio de subvenção ou assistência governamentais e inicialmente reconhecidos ao valor justo (ver item 44):
 - (i) o valor justo inicialmente reconhecido dos ativos;
 - (ii) o seu valor contábil; e
 - (iii) se são mensurados, após o reconhecimento, pelo método de custo ou de reavaliação;²
- (d) a existência e os valores contábeis de ativos intangíveis cuja titularidade é restrita e os valores contábeis de ativos intangíveis oferecidos como garantia de obrigações; e
- (e) o valor dos compromissos contratuais advindos da aquisição de ativos intangíveis.

123. Quando a entidade descrever os fatores mais importantes que levaram à definição de que a vida útil do ativo é indefinida, deve levar em consideração os fatores relacionados no item 90.

Ativo intangível mensurado após o reconhecimento utilizando o método de reavaliação

124. Caso os ativos intangíveis sejam contabilizados a valores reavaliados, a entidade deve divulgar o seguinte:

- (a) por classe de ativos intangíveis:
 - (i) a data efetiva da reavaliação;
 - (ii) o valor contábil dos ativos intangíveis reavaliados; e
 - ~~(iii) o diferencial entre o valor contábil dos ativos intangíveis reavaliados e o valor desses mesmos ativos se utilizado o método de custo especificado no item 74;~~
 - (iii) o diferencial entre o valor contábil dos ativos intangíveis reavaliados e o valor desses mesmos ativos se utilizado o método de custo especificado no item 74; e [\(Alterado pela Revisão CPC 03\)](#)
- ~~(b) o saldo da reavaliação, relacionada aos ativos intangíveis, no início e no final do período, indicando as variações ocorridas no período e eventuais restrições à distribuição do saldo aos acionistas; e~~
- (b) o saldo da reavaliação, relacionada aos ativos intangíveis, no início e no final do período, indicando as variações ocorridas no período e eventuais restrições à distribuição do saldo aos acionistas. [\(Alterada pela Revisão CPC 03\)](#)
- ~~(c) os métodos e premissas significativos aplicados à estimativa do valor justo dos ativos.~~ [\(Eliminada pela Revisão CPC 03\)](#)

125. Pode ser necessário agrupar as classes de ativo reavaliadas em classes maiores para efeitos de divulgação. No entanto, elas não serão agrupadas se isso provocar a apresentação de uma classe de ativos intangíveis que inclua valores mensurados pelos métodos de custo e de reavaliação.

Gasto com pesquisa e desenvolvimento

² Na data da aprovação deste Pronunciamento, a reavaliação de bens tangíveis ou intangíveis não é permitida devido às disposições contidas na Lei nº. 11.638/07, que alterou a Lei nº. 6.404/76, com vigência a partir de 1º de janeiro de 2008.


CVM
Comissão de Valores Mobiliários
Protegendo quem investe no futuro do Brasil

126. A entidade deve divulgar o total de gastos com pesquisa e desenvolvimento reconhecidos como despesas no período.
127. Os gastos com pesquisa e desenvolvimento devem incluir todos os gastos diretamente atribuíveis às atividades de pesquisa ou de desenvolvimento (ver itens 66 e 67 para obter orientação sobre o tipo de gasto a incluir para efeito da exigência de divulgação prevista no item 126).

Outras informações

128. É recomendável, mas não obrigatório, que a entidade divulgue as seguintes informações:
- (a) descrição de qualquer ativo intangível totalmente amortizado que ainda esteja em operação; e
 - (b) breve descrição de ativos intangíveis significativos, controlados pela entidade, mas que não são reconhecidos como ativos porque não atendem aos critérios de reconhecimento do presente Pronunciamento, ou porque foram adquiridos ou gerados antes de sua entrada em vigor.

Disposições transitórias

129. (Eliminado).
130. A entidade deve adotar este Pronunciamento:
- (a) para contabilizar um ativo intangível adquirido em uma combinação de negócios de acordo com o alcance do Pronunciamento CPC 15 – Combinação de Negócios; e
 - (b) para contabilizar todos os outros ativos intangíveis prospectivamente a partir do início do primeiro período anual de aplicação deste Pronunciamento. Desse modo, quando um ativo intangível existe na data da entrada em vigor deste Pronunciamento, tendo sido esse custo anteriormente reconhecido como ativo, a entidade não deve ajustar o valor contábil dos ativos intangíveis reconhecidos nessa data. Entretanto, nessa data, a entidade deve aplicar este Pronunciamento para reavaliar as vidas úteis desses ativos intangíveis. Se, como resultado dessa reavaliação, a entidade mudar sua avaliação da vida útil de um ativo, essa mudança deve ser contabilizada como mudança em uma estimativa contábil de acordo com o Pronunciamento CPC 23 – Políticas Contábeis, Mudança de Estimativa e Retificação de Erros.

130A a 130G. (Eliminados).

Permutas de ativos similares

131. A exigência prevista no item 130 para aplicação deste Pronunciamento Técnico prospectivamente deve ser entendida de forma tal que se uma permuta de ativos tiver sido mensurada antes da vigência deste Pronunciamento Técnico com base no valor contábil do ativo dado em troca, a entidade não deve rerepresentar o valor contábil do ativo adquirido para refletir seu valor justo na data da aquisição.
132. (Eliminado).

**CVM**

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

Revogação de outro pronunciamento

133. Este Pronunciamento Técnico CPC 04 (R1) substitui o Pronunciamento Técnico CPC 04, aprovado em 3 de outubro de 2008.

Exemplos ilustrativos

Estes exemplos acompanham, mas não fazem parte do Pronunciamento Técnico CPC 04 – Ativo Intangível.

Avaliação da vida útil de ativo intangível

A seguinte orientação proporciona exemplos sobre a determinação da vida útil de ativo intangível de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 04.

Cada um dos exemplos seguintes descreve um ativo intangível adquirido, os fatos e as circunstâncias que envolvem a determinação da sua vida útil e o reconhecimento subsequente baseado nessa determinação.

Exemplo 1 - lista de clientes adquirida

Uma entidade de *marketing* adquire uma lista de clientes e espera ser capaz de obter benefícios da informação contida na lista por pelo menos durante um ano, mas não mais do que três anos.

A lista de clientes deveria ser amortizada durante a melhor estimativa da administração em relação à sua vida útil econômica, por exemplo: 18 meses. Embora a entidade possa ter intenção de adicionar nomes de clientes e/ou outra informação à lista no futuro, os benefícios esperados da lista de clientes adquirida relacionam-se apenas com os clientes nessa lista na data em que foi adquirida. A lista de clientes também seria analisada quanto à necessidade de reconhecimento de perda por desvalorização de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos, ao avaliar se há qualquer indicação de que a lista de clientes possa estar sujeita a uma perda.

Exemplo 2 - patente adquirida que expira após 15 anos

Espera-se que um produto protegido pela tecnologia patenteada seja fonte de geração de fluxos de caixa líquidos em benefício da entidade durante, pelo menos, 15 anos. A entidade tem o compromisso de um terceiro para comprar essa patente em cinco anos por 60% do valor justo da patente na data em que foi adquirida, e a entidade pretende vender a patente em cinco anos.

A patente seria amortizada durante os cinco anos de vida útil para a entidade, com um valor residual igual ao valor presente de 60% do valor justo da patente na data em que foi adquirida. A patente também seria analisada quanto à necessidade de reconhecimento de perda por desvalorização de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos.

Exemplo 3 - copyright adquirido que tem vida legal remanescente de 50 anos

**CVM**

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

A análise dos hábitos dos consumidores e das tendências do mercado proporciona evidência de que o material com *copyright* irá gerar fluxos de caixa líquidos em benefício da entidade durante apenas mais 30 anos.

O *copyright* deve ser amortizado durante a sua vida útil estimada de 30 anos. O *copyright* também seria analisado quanto à necessidade de reconhecimento de perda por desvalorização de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos.

Exemplo 4 - licença de transmissão (broadcasting) adquirida que expira após cinco anos

A licença de transmissão (*broadcasting*) é renovável a cada 10 anos se a entidade proporcionar pelo menos um nível médio de serviço aos seus clientes e cumprir os requisitos legislativos relevantes. A licença pode ser renovada indefinidamente a baixo custo e foi renovada duas vezes antes da aquisição mais recente. A entidade adquirente pretende renovar a licença indefinidamente e as evidências existentes suportam a sua capacidade para fazê-lo. Historicamente, não tem havido qualquer contestação quanto à renovação da licença. Não se espera que a tecnologia usada na transmissão seja substituída por outra tecnologia em futuro previsível. Portanto, espera-se que a licença contribua para os fluxos de caixa líquidos em benefício da entidade indefinidamente.

A licença de transmissão seria tratada como tendo vida útil indefinida porque se espera que contribua para os fluxos de caixa líquidos em benefício da entidade indefinidamente. Portanto, a licença não seria amortizada enquanto a sua vida útil não fosse determinada como definida. A licença deve ser testada quanto à necessidade de reconhecimento de perda por desvalorização de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos.

Exemplo 5 - licença de transmissão do exemplo 4

A autoridade licenciadora subsequentemente decide que vai deixar de renovar as licenças de transmissão e, em vez disso, vai leiloar essas licenças. No momento em que a autoridade licenciadora toma essa decisão, a licença de transmissão da entidade tem três anos até expirar. A entidade espera que a licença continue a contribuir para os fluxos de caixa líquidos em favor da entidade até expirar.

Dado que a licença de transmissão já não pode ser renovada, a sua vida útil deixou de ser indefinida. Assim, a licença adquirida seria amortizada durante os três anos de vida útil que faltam e imediatamente testada quanto à necessidade de reconhecimento de perda por desvalorização de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos.

Exemplo 6 - autorização de rota de linhas aéreas adquiridas entre duas cidades que expira após três anos

A autorização de rota pode ser renovada a cada cinco anos, e a entidade adquirente pretende cumprir as regras e regulamentos aplicáveis que envolvem a renovação. As renovações de autorizações de rota são rotineiramente concedidas a um custo mínimo e historicamente têm sido renovadas quando a linha aérea cumpre as regras e regulamentos aplicáveis. A entidade adquirente espera utilizar a rota entre as duas cidades indefinidamente a partir dos seus aeroportos centrais e espera que a infraestrutura de suporte relacionada (utilização de portões de aeroporto, *slots* e locais de instalações de terminais) continue a funcionar nesses aeroportos enquanto tiver a autorização de rota. Análises da procura e dos fluxos de caixa suportam esses pressupostos.

**CVM**

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

Dado que os fatos e as circunstâncias suportam a capacidade da entidade adquirente para continuar a fornecer serviços aéreos indefinidamente entre as duas cidades, o ativo intangível relacionado com a autorização de rota é tratado como tendo vida útil indefinida. Portanto, a autorização de rota não seria amortizada enquanto a sua vida útil não fosse determinada como definida. Seria testada quanto à necessidade de reconhecimento de perda por desvalorização de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos.

Exemplo 7 - marca comercial adquirida usada para identificar e distinguir um produto de consumo que tem sido líder de mercado nos últimos oito anos

A marca comercial tem vida legal restante de cinco anos, mas é renovável a cada 10 anos a baixo custo. A entidade adquirente pretende renovar a marca comercial continuamente e a evidência suporta a sua capacidade para fazê-lo. Uma análise de (1) estudos sobre o ciclo de vida do produto, (2) tendências de mercado, competitivas e ambientais, e (3) oportunidades de extensão da marca proporcionam evidência de que o produto com marca comercial irá gerar fluxos de caixa líquidos para a entidade adquirente durante um período indefinido.

A marca comercial seria tratada com tendo vida útil indefinida porque se espera que contribua para fluxos de caixa líquidos para a entidade indefinidamente. Portanto, a marca comercial não seria amortizada enquanto a sua vida útil não fosse determinada como definida. Seria testada quanto à necessidade de reconhecimento de perda por desvalorização de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos.

Exemplo 8 - marca comercial adquirida há 10 anos que distingue um produto de consumo líder

A marca comercial era considerada como tendo vida útil indefinida quando foi adquirida porque se esperava que o produto com a marca comercial gerasse fluxos de caixa líquidos para a entidade indefinidamente. Contudo, uma marca concorrente inesperada entrou recentemente no mercado e vai reduzir as futuras vendas do produto. A administração estima que os fluxos de caixa líquidos gerados pelo produto serão 20% inferiores no futuro previsível. Contudo, a administração espera que o produto continue a gerar fluxos de caixa líquidos para a entidade indefinidamente mesmo que por valores reduzidos.

Como resultado do decréscimo projetado nos futuros fluxos de caixa líquidos, a entidade determina que o valor recuperável estimado da marca comercial é inferior ao valor contábil, sendo reconhecida a perda por desvalorização. Dado que ainda é considerada como tendo vida útil indefinida, a marca comercial não seria amortizada, mas continuaria sujeita ao teste quanto à necessidade de reconhecimento de perda por desvalorização, de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos.

Exemplo 9 - marca comercial para uma linha de produtos que foi adquirida há vários anos em combinação de negócios

No momento da combinação de negócios, a adquirida produzia a linha de produtos há 35 anos com muitos novos modelos desenvolvidos segundo a marca comercial. Na data de aquisição, a adquirente esperava continuar a produção da linha, e uma análise de vários fatores econômicos


CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

indicou que não havia limite para o período durante o qual a marca comercial iria contribuir para os fluxos de caixa líquidos da adquirente. Consequentemente, a marca comercial não foi amortizada pela adquirente. Contudo, a administração decidiu recentemente que a produção da linha de produtos será descontinuada em um prazo previsto de quatro anos.

Dado que a vida útil da marca comercial adquirida já não é mais considerada como indefinida, o valor contábil da marca comercial deve ser testado quanto à necessidade de reconhecimento de perda por desvalorização, de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos, e amortizado durante os quatro anos de vida útil remanescentes.

INTERPRETAÇÃO TÉCNICA DO CPC 04

Ativo Intangível – Custo com Sítio para Internet (*Website Costs*) Correlação às Normas Internacionais de Contabilidade – SIC 32 (BV 2010)

Referências

- CPC 26 – Apresentação das Demonstrações Contábeis
- CPC 16 – Estoques
- ~~CPC 17 – Contratos de Construção~~ (Eliminado pela Revisão CPC 12)
- CPC 27 – Ativo Imobilizado
- CPC 06 – Operações de Arrendamento Mercantil
- CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos
- CPC 04 – Ativo Intangível
- CPC 15 – Combinação de Negócios
- CPC 47 – Receita de Contrato com Cliente (Incluído pela Revisão CPC 12)

Questão

1. Uma entidade pode incorrer em gastos internos com o desenvolvimento e funcionamento do seu próprio sítio para internet (*website*) para acesso interno ou externo. Um *website* concebido para acesso externo pode ser utilizado para várias finalidades, tais como para promover e anunciar produtos e serviços de uma entidade, proporcionar serviços eletrônicos e vender produtos e serviços. Um *website* concebido para acesso interno pode ser utilizado para armazenar políticas da entidade e dados dos clientes, bem como para pesquisar informações relevantes.
2. As fases de desenvolvimento de um *website* podem ser descritas como segue:
 - (a) Planejamento – inclui a realização de estudos de viabilidade, definindo objetivos e especificações, avaliando alternativas e escolhendo preferências.



CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

- (b) Desenvolvimento de aplicativos e da infraestrutura – inclui a obtenção de um nome de domínio, a compra e desenvolvimento de *hardware* e *software* operativo, a instalação de aplicativos desenvolvidos e testes.
 - (c) Desenvolvimento da concepção gráfica – inclui o desenho do aspecto gráfico das páginas *web*.
 - (d) Desenvolvimento de conteúdos – inclui a criação, compra, preparação e transferência de informação, seja de natureza textual ou gráfica, no *website*, antes da conclusão do desenvolvimento do *website*. Essa informação pode ser armazenada em bases de dados individuais integradas no (ou acessadas a partir do) *website* ou diretamente codificada nas páginas *web*.
3. Uma vez concluído o desenvolvimento de um *website*, começa a fase de funcionamento. Durante essa fase, a entidade mantém e aperfeiçoa os aplicativos, infraestrutura, concepção gráfica e conteúdo do *website*.
4. Ao contabilizar os gastos internos com o desenvolvimento e funcionamento do *website* da entidade para acesso interno ou externo, as questões a serem levadas em consideração são as seguintes:
 - (a) se o *website* se constitui em um ativo intangível gerado internamente e que está sujeito aos requerimentos do Pronunciamento Técnico CPC 04; e
 - (b) o tratamento contábil apropriado para tais gastos.
5. Esta Interpretação não se aplica aos gastos com a aquisição, desenvolvimento e operação de *hardware* (por exemplo, servidores de sítio na internet, servidores de teste, servidores de produção e conexões à internet) de um sítio na internet. Gastos dessa natureza devem ser contabilizados, de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 27 – Ativo Imobilizado. Além disso, quando uma entidade incorre em gastos com um fornecedor de serviços da internet, o qual realiza a hospedagem do sítio da entidade, o gasto deve ser reconhecido como uma despesa, de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 26 – Apresentação das Demonstrações Contábeis, item 88, e com a Estrutura Conceitual para a Elaboração e Apresentação das Demonstrações Contábeis do CPC, quando os serviços são recebidos.
- ~~6. O Pronunciamento Técnico CPC 04 – Ativo Intangível não se aplica a ativos intangíveis mantidos por uma entidade para venda no curso normal dos negócios (ver Pronunciamentos Técnicos CPC 16 – Estoques e CPC 17 – Contratos de Construção), nem a arrendamentos dentro do alcance do Pronunciamento Técnico CPC 06. Consequentemente, esta Interpretação não deve ser aplicada aos gastos com o desenvolvimento ou a operação de um sítio na internet (ou *software* de sítio na internet) para venda a outra entidade. Quando um sítio na internet é arrendado por meio de arrendamento (*leasing*) operacional, o arrendador deve aplicar esta Interpretação. Quando um sítio na internet é arrendado nos termos de arrendamento (*leasing*) financeiro, o arrendatário deve aplicar esta Interpretação após o reconhecimento inicial do ativo arrendado.~~
6. O CPC 04 – Ativo Intangível não se aplica a ativos intangíveis mantidos pela entidade para venda no curso normal dos negócios (ver CPC 16 e CPC 47), nem a arrendamentos dentro do alcance do CPC 06. Consequentemente, esta interpretação não deve ser aplicada aos gastos com o desenvolvimento ou à operação de sítio na internet (ou *software* de sítio na internet)


CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

para venda a outra entidade. Quando o sítio na internet é arrendado por meio de arrendamento operacional, o arrendador deve aplicar esta interpretação. Quando o sítio na internet é arrendado nos termos de arrendamento financeiro, o arrendatário deve aplicar esta interpretação após o reconhecimento inicial do ativo arrendado. (Alterado pela Revisão CPC 12)

Consenso

7. O *website* de uma entidade que decorra da fase de desenvolvimento e se destine ao acesso interno ou externo constitui um ativo intangível gerado internamente e que está sujeito aos requerimentos do Pronunciamento Técnico CPC 04.
8. Um *website* resultante de desenvolvimento deve ser reconhecido como ativo intangível se, e apenas se, além de atender os requerimentos gerais descritos no item 21 do Pronunciamento Técnico CPC 04 para reconhecimento e mensuração inicial, a entidade satisfizer os requerimentos especificados no item 57 do Pronunciamento Técnico CPC 04. Em particular, a entidade pode ter capacidade para satisfazer o requisito de demonstrar de que forma o seu *website* irá gerar prováveis benefícios econômicos futuros de acordo com o item 57(d) quando, por exemplo, o *website* tem capacidade para gerar receitas, incluindo receitas diretas decorrentes da disponibilização de um serviço de encomendas. A entidade não pode demonstrar de que forma um *website*, desenvolvido exclusiva e basicamente para promoção e publicidade dos seus produtos e serviços, irá gerar prováveis benefícios econômicos futuros e, assim, todos os gastos com o desenvolvimento de tal *website* devem ser reconhecidos como despesa no momento em que forem incorridos.
9. Qualquer gasto interno com o desenvolvimento e funcionamento do *website* de uma entidade deve ser contabilizado em conformidade com o Pronunciamento Técnico CPC 04. A natureza de cada atividade que tenha gerado gasto (por exemplo, formação de empregados e manutenção do *website*) e a fase de desenvolvimento ou pós-desenvolvimento do *website* devem ser avaliadas para determinar o tratamento contábil apropriado.

Por exemplo:

- (a) a fase do planejamento é semelhante em natureza à fase da pesquisa descrita nos itens 54 a 56 do Pronunciamento Técnico CPC 04. O gasto incorrido nessa fase deve ser reconhecido como despesa no momento em que for incorrido;
- (b) a fase do desenvolvimento de aplicações e da infraestrutura, a fase do desenho gráfico e a fase do desenvolvimento de conteúdos, na medida em que o conteúdo seja desenvolvido para efeitos que não sejam a publicidade e a promoção dos produtos e serviços de uma entidade, são semelhantes em natureza à fase de desenvolvimento descrita nos itens 57 a 64 do Pronunciamento Técnico CPC 04. O gasto incorrido nessas fases deve ser incluído no custo de um *website* reconhecido como ativo intangível, em conformidade com o item 8 desta Interpretação, quando o gasto puder ser diretamente atribuído e for necessário para a criação, produção ou preparação do *website* para que este seja capaz de funcionar da forma prevista pela administração. Por exemplo, o dispêndio com a aquisição ou criação de conteúdos (que não anunciem nem promovam os produtos e serviços de uma entidade) especificamente destinados a um *website*, ou o dispêndio incorrido para permitir a utilização dos conteúdos (por exemplo, uma taxa para adquirir uma licença de reprodução) no *website*, devem ser incluídos no custo de desenvolvimento quando essa condição for satisfeita. Porém, em conformidade com o item 71 do Pronunciamento Técnico CPC 04, o gasto com um item do intangível que inicialmente tenha sido

CPC_04(R1_rev_12)


CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

reconhecido como despesa nas demonstrações contábeis anteriores não deve ser reconhecido como parte do custo de ativo intangível em data posterior (por exemplo, se os custos de direitos autorais (*copyright*) estiverem totalmente amortizados e o conteúdo for posteriormente disponibilizado num *website*);

- (c) o gasto incorrido na fase de desenvolvimento de conteúdos, na medida em que o conteúdo seja desenvolvido para anunciar e promover os produtos e serviços de uma entidade (por exemplo, fotografias digitais dos produtos), deve ser reconhecido como despesa quando incorrido em conformidade com o item 69(c) do Pronunciamento Técnico CPC 04. Por exemplo, ao contabilizar o gasto com serviços profissionais prestados para tirar fotografias digitais dos produtos de uma entidade e aperfeiçoar a respectiva apresentação, o gasto deve ser reconhecido como despesa na medida em que os serviços profissionais vão sendo prestados durante o processo e não quando as fotografias digitais forem apresentadas no *website*;
- (d) a fase de funcionamento começa quando o desenvolvimento de um *website* estiver concluído. O gasto incorrido nessa fase deve ser reconhecido como despesa quando incorrido, a menos que cumpra os critérios de reconhecimento enunciados no item 18 do Pronunciamento Técnico CPC 04.

10. Um *website* que seja reconhecido como ativo intangível nos termos do item 8 desta Interpretação deve ser mensurado após o reconhecimento inicial aplicando-se os requerimentos estipulados nos itens 72 a 87 do Pronunciamento Técnico CPC 04. A melhor estimativa da vida útil de um *website* deve ser curta.

Apêndice da Interpretação Técnica

Este Apêndice é apenas ilustrativo e não faz parte da Interpretação. A finalidade do Apêndice é ilustrar exemplos de gastos que ocorrem durante cada uma das fases descritas nos itens 2 e 3 da Interpretação e ilustrar a aplicação da Interpretação para ajudar no esclarecimento do seu sentido. Não se destina a ser uma lista de verificações exaustiva dos gastos que possam ser incorridos.

EXEMPLOS DE APLICAÇÃO

Fase/Natureza do gasto	Tratamento contábil
Planejamento	
- realização de estudos de viabilidade. - definição de especificações de <i>hardware</i> e de <i>software</i>. - avaliação de produtos e fornecedores alternativos. - seleção de preferências.	Reconhecer como despesa quando incorrido de acordo com o item 54 do Pronunciamento Técnico CPC 04.
Desenvolvimento de aplicações e da infraestrutura	
compra ou desenvolvimento de <i>hardware</i>.	Aplicar os requerimentos do Pronunciamento Técnico CPC 27 - Ativo Imobilizado.
obtenção de um nome de domínio.	Reconhecer como despesa quando incorrido, a


CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

Fase/Natureza do gasto	Tratamento contábil
- desenvolvimento de <i>software</i> operativo (por exemplo, sistema operativo e <i>software</i> de servidor). - desenvolvimento de código para a aplicação. - instalação das aplicações desenvolvidas no servidor. <i>stress</i> teste.	menos que o dispêndio possa ser diretamente atribuído à preparação do <i>website</i> para funcionar da forma pretendida pela administração, e que o <i>website</i> satisfaça os critérios de reconhecimento dos itens 21 e 57 do Pronunciamento Técnico CPC 04*.
Desenvolvimento do desenho gráfico	
desenho da aparência (por exemplo, <i>layout</i> e cor) das páginas <i>web</i>.	Reconhecer como despesa quando incorrido, a menos que o gasto possa ser diretamente atribuído à preparação do <i>website</i> para funcionar da forma pretendida pela administração, e que o <i>website</i> satisfaça os critérios de reconhecimento dos itens 21 e 57 do Pronunciamento Técnico CPC 04*.
Desenvolvimento do conteúdo	
criação, aquisição, preparação (por exemplo, criação de ligações e identificação de códigos) e transferência de informação, seja de natureza textual ou gráfica, no <i>website</i>, antes da conclusão do desenvolvimento do <i>website</i>. Exemplos de conteúdo incluem informação sobre a entidade, produtos ou serviços disponibilizados para venda, e tópicos para acesso dos assinantes.	Reconhecer como despesa quando incorrido de acordo com o item 69(c) do Pronunciamento Técnico CPC 04 até o ponto em que o conteúdo seja desenvolvido para divulgar e promover os próprios produtos e serviços da entidade (por exemplo, fotografias digitais dos produtos). De outro modo, reconhecer como despesa quando incorrido, a menos que o dispêndio possa ser diretamente atribuído à preparação do <i>website</i> para funcionar da forma pretendida pela administração, e que o <i>website</i> satisfaça os critérios de reconhecimento dos itens 21 e 57 do Pronunciamento Técnico CPC 04*.
Funcionamento	
- atualização de gráficos e revisão do conteúdo. - adição de novas funções, características e conteúdo. - registro do <i>website</i> em sistemas de pesquisa. - cópia de segurança dos dados. - revisão da segurança do acesso. - análise da utilização do <i>website</i>.	Avaliar se satisfaz a definição de ativo intangível e os critérios de reconhecimento definidos no item 18 do Pronunciamento Técnico CPC 04, caso em que o gasto deve ser reconhecido como valor do ativo do <i>website</i>.
Outros	
- Custos administrativos, com vendas, e outros gerais, a menos que possam ser diretamente atribuídos à preparação do <i>website</i> para funcionar da forma pretendida pela administração. - ineficiências claramente identificadas e perdas	Reconhecer como despesa quando incorrido, de acordo com os itens 65 a 70 do Pronunciamento Técnico CPC 04.


CVM

Comissão de Valores Mobiliários

Protegendo quem investe no futuro do Brasil

Fase/Natureza do gasto	Tratamento contábil
operacionais iniciais incorridas antes de o <i>website</i> atingir o desempenho planejado (por exemplo, testes de início de operação). • treinamento de empregados para operar o <i>website</i> .	

* Todo o custo com o desenvolvimento de um *website* exclusivo ou principalmente para promover e anunciar os próprios produtos e serviços da entidade deve ser reconhecido como despesa quando incorrido, de acordo com o item 68 do Pronunciamento Técnico CPC 04.