



OTOCC
ORDEM DOS TÉCNICOS
OFICIAIS DE CONTAS

análise da OTOCC

JOÃO ANTUNES

CONSULTOR DA ORDEM DOS TÉCNICOS OFICIAIS DE CONTAS



Marcas, patentes e design – ativos intangíveis

Atualmente as empresas portuguesas estão, com sucesso, a virarem-se para outros mercados externos, a tentar evitar a excessiva dependência dos mercados europeus, também eles em ciclo recessivo.

Empresas de prestações de serviços e de bens transacionáveis lutam pelo aumento de quota de mercado nas praças emergentes no Médio Oriente, China, América Latina e países lusófonos.

Atualmente, a qualidade do produto e o percecionador dos gostos destes novos mercados obriga a constantes pesquisas, presença em feiras e viagens de negócios, que são absolutamente fundamentais para conquista de um lugar ao sol naquelas paragens.

Neste esforço as marcas, patentes e o design assumem um papel fundamental para a diferenciação dos produtos.

Após ter sido concebido o design, passa-se à fase da sua proteção.

Entre nós, o organismo de registo é o Instituto Nacional de Propriedade Industrial.

O pedido de registo de design para proteger a sua criação pode incluir a sua aparência, cor, textura e o logótipo da empresa.

Este ato corresponde ao registo de um direito, ou seja, um ativo sem existência material, os chamados ativos intangíveis.

O registo de patentes que pode incluir um novo processo ou produto é igualmente fundamental para a sua proteção jurídica contra a concorrência feroz que se faz sentir em todos os setores de atividade.

Nesta categoria dos ativos intangíveis, incluem-se igualmente as marcas que são essenciais à percepção e identificação dos clientes. Pode ser registado o direito ao uso exclusivo de um sinal, um nome ou figura, para identificação dos produtos ou serviços – a marca – ou da empresa ou estabelecimento – o logótipo.

Os ativos intangíveis, têm de cumprir determinados requisitos para que uma entidade os possa reconhecer no seu balanço como ativos intangíveis.

Um ativo intangível é, pois, um ativo não monetário, identificável, sem substância física. Este ativo satisfaz o critério de identificabilidade constante quando:

- For separável, capaz de ser separado ou dividido da entidade e vendido, transferido, licenciado, alugado ou trocado, seja individualmente ou em conjunto com um contrato, ativo ou passivo relacionado; ou

- Resultar de direitos contratuais ou de outros direitos legais, quer esses direitos sejam transferíveis quer sejam separáveis da entidade ou de outros direitos e obrigações.

Outra característica para poder ser reconhecido um ativo intangível é o controlo, sendo que uma entidade controla um ativo se tiver o poder de obter benefícios económicos futuros (créditos da venda de produtos ou serviços, poupanças de custos ou outros benefícios resultantes do uso do ativo pela empresa) que fluam do recurso subjacente e puder restringir o acesso de outros a esses benefícios.

É nesta característica que radica a importância do registo do design, das marcas e das patentes. Sem ele, não é possível, legalmente, deter o controlo dos intangíveis. As empresas, incluindo as PME e mesmo as microempresas e start-ups, têm de estar muitas atentas a esta característica.

Em determinados casos, aconselha-se igualmente ao registo não só em Portugal, mas também a nível internacional, noutras jurisdições, sobretudo nos casos das start-ups nas tecnologias da informação. Não existindo registo e, consequentemente, não existindo um direito legal, é difícil comprovar o controlo.

Determinados ativos mesmo que tenham sido registados e exista o direito legal se forem gerados internamente não podem ser reconhecidos no balanço das empresas. Estão, neste caso, as marcas. O normativo contabilístico considera que estas despesas geradas internamente não podem ser distinguidas do custo de desenvolvimento do negócio como um todo.

Se uma empresa adquirir uma marca ou um design registado, já o pode apresentar no seu ativo e o custo desse ativo inclui o preço e despesas adicionais de compra.

Se o intangível for adquirido numa concentração de atividades empresariais – numa fusão, por exemplo – o custo é o justo valor à data de aquisição. Esse custo deve refletir as expectativas do mercado relativas à probabilidade de que os benefícios económicos incorporados no ativo fluam para a entidade. Como é que isso se faz? Pode, por exemplo, ser efetuado através de um mapa de cash-flows previsionais atualizados desse ativo, desde que a probabilidade dessas previsões possa ser razoavelmente avaliadas.

Amarca e o design não são ativos intangíveis com mercado, pelo que o seu justo valor não pode ser determinado por cotações de mercado.

Ativos Intangíveis gerados internamente

O custo de um ativo intangível gerado internamente é igual à soma de todas as despesas incorridas desde a sua data de reconhecimento inicial, ou seja, desde a data em que pode ser considerado como um ativo intangível.

Sé se pode reconhecer no balanço um ativo gerado internamente, quando se provar que é provável que fluam para a empresa benefícios económicos futuros a ele associados. Caso contrário, tem de ser reconhecido como um gasto na de-

monstração de resultados. Por exemplo um novo processo de destilação de uma aguardente ou de prensagem ou extração do azeite.

Será igualmente o caso das start-ups que têm sido notícia recentemente que estão a desenvolver novas aplicações para smartphones e tablets.

A partir do momento em que possam demonstrar que a I&D desenvolvida vai resultar em contratos e faturação futura podem reconhecer como ativo intangível no balanço.

Esta demonstração passa por se chegar a uma fase em que existem parceiros e clientes interessados com os primeiros contratos e encomendas a serem efetuados e também o registo das patentes e know-how, que é indispensável para o controlo e a proteção do “conhecimento” desenvolvida. Na fase da pesquisa de I&D todos os gastos incorridos são apresentados na demonstração de resultados.

Na fase do desenvolvimento, com a demonstração dos benefícios económicos futuros, já é possível a capitalização dos gastos e reconhecerlos como um ativo intangível no balanço. Contudo, os dispêndios inicialmente reconhecidos como gastos não podem ser reconhecidos em data posterior como ativos intangíveis.

Após o reconhecimento inicial

Uma vez reconhecido o ativo intangível no balanço, há dois caminhos a seguir:

- Custo menos amortizações acumuladas e qualquer perda por imparidade;
- Montante reavaliado ao justo valor menos amortizações acumuladas e quaisquer perdas por imparidade acumuladas

Como já vimos, para determinar os intangíveis pode não existir mercado e, nesse caso, não poderá existir reavaliação ao justo valor.

Para as marcas e o design difícilmente haverá um mercado ativo. No caso das patentes em determinadas áreas poderá existir um mercado ativo.

Nas novas tecnologias e no desenvolvimento de aplicações informáticas é tal a velocidade dos avanços que rapidamente os intangíveis nesta área perdem valor.

Dai a importância do reconhecimento das imparidades podendo o ativo ser anulado no balanço em curto espaço de tempo.

De notar ainda que um ativo intangível só pode ser amortizado se for possível demonstrar uma vida útil definida. A vida útil definida pode resultar de fatores legais que restringem o período durante o qual a empresa controla o ativo.

Nos casos das marcas e do design, dificilmente se poderá demonstrar uma vida útil definida. Existem marcas e design intemporal que perduram ao longo do ciclo de vida dos produtos. Nesse caso, estando a marca apresentada como ativo intangível no balanço, deve estar sujeita periodicamente a testes de imparidade sempre que existam indícios que poderá estar a perder valor.

Esta é uma área a que devem estar atentos os novos empresários, sobretudo em áreas muito voláteis, como as novas tecnologias, o design de moda e mesmo nalguns setores tradicionais da economia. A proteção e registo de marca, design e patentes é absolutamente fundamental para o sucesso da economia e das nossas exportações.

Por outro lado, os empresários devem estar atentos aos ativos intangíveis que apresentam nos seus balanços e ao seu ajustamento sempre que existam indícios que estão a perder valor.