

MERC GROUP

THINK GROWTH. THINK MERC.

Combinação de negócios

Alocação do preço de *compra* intangível ou ágio no M&A

A alocação do preço de compra em uma combinação de negócios define intangíveis, ágio e earn-out. Veja como o CPC 15 organiza a conta.

NORMA BASE

CPC 15 / IFRS 3

PÚBLICO

M&A, controladoria e auditoria

EDIÇÃO

Edição 2026

DATA

Setembro de 2026

Fechada a aquisição, começa uma conta que decide como o negócio vai aparecer no balanço pelos anos seguintes. O preço pago não entra como um número único. Ele precisa ser distribuído entre os ativos e passivos adquiridos, cada um mensurado a valor justo, e o que sobrar vira ágio. Essa distribuição, a alocação do preço de compra, é onde uma combinação de negócios ganha ou perde clareza. Feita com rigor, ela mostra o que a empresa realmente comprou. Feita sem cuidado, empurra para o ágio um valor que deveria ter virado intangível identificável e sujeito a teste, e adia um problema que aparece mais adiante.

O mercado brasileiro de fusões e aquisições movimentou cerca de R\$ 166,8 bilhões no primeiro semestre de 2026, com concentração em negócios maiores e ativos considerados estratégicos, segundo levantamento noticiado pela imprensa especializada. Cada uma dessas operações termina em uma alocação de preço de compra, e é a qualidade dessa conta que separa uma tese de aquisição bem contada de um balanço que ninguém entende.

Combinacao de negocios

Resumo

1. O CPC 15 (IFRS 3) trata a combinação de negócios pelo método de aquisição: identifica-se o adquirente, mensura-se a contraprestação transferida e reconhecem-se os ativos identificáveis adquiridos e os passivos assumidos a valor justo na data da aquisição. O ágio é o valor residual, não uma escolha. 2. Os intangíveis identificáveis são o coração da alocação. Carteira de clientes, marca, tecnologia, contratos e acordos de não concorrência costumam ter valor relevante e precisam ser reconhecidos separadamente do ágio quando são identificáveis, ainda que nunca tenham figurado no balanço da adquirida. 3. A contraprestação contingente, o earn-out, entra a valor justo na data da aquisição e é remensurada depois conforme sua natureza. Tratá-la como um ajuste futuro de preço, e não como parte da contraprestação inicial, é um erro comum que distorce tanto o ágio quanto o resultado dos períodos seguintes. 4. A norma concede um período de mensuração de até doze meses para ajustar valores provisórios com base em fatos que existiam na data da aquisição. Esse prazo é para refinar a alocação, não para acomodar decisões tomadas depois.

P	A
Contraprestação transferida	Caixa, ações e outros ativos entregues, mais o earn-out a valor justo
Ativos identificáveis	Bens, direitos e intangíveis que podem ser separados ou vêm de contrato
Passivos assumidos	Obrigações existentes na data, incluindo contingências que atendam aos critérios
Ágio (goodwill)	Resíduo entre a contraprestação e o valor justo do adquirido líquido

Valor justo

O método de aquisição, passo a passo

A norma impõe uma sequência, e cada etapa carrega julgamento. O primeiro passo é identificar o adquirente, a parte que obtém o controle. Na maioria dos casos é óbvio, mas em operações estruturadas como permuta de ações ou incorporação reversa a resposta contábil pode não coincidir com a jurídica, e essa definição muda quem consolida quem.

O segundo passo é medir a contraprestação transferida. Além do caixa e das ações entregues, ela inclui o valor justo de qualquer contraprestação contingente prometida ao vendedor. O terceiro passo, o mais trabalhoso, é reconhecer e mensurar a valor justo os ativos identificáveis adquiridos e os passivos assumidos. Aqui aparece o ponto que costuma surpreender quem não conhece a norma: intangíveis que nunca estiveram no balanço da empresa comprada precisam ser reconhecidos se forem identificáveis, ou seja, se puderem ser separados e vendidos ou se decorrerem de direitos contratuais. Uma marca construída internamente, uma carteira de clientes recorrentes, uma tecnologia proprietária, tudo isso pode ter valor econômico relevante e ficar invisível na contabilidade da adquirida, mas passa a ser reconhecido na combinação.

O quarto passo é o ágio, calculado como resíduo. Ele representa benefícios que não puderam ser reconhecidos individualmente, como sinergias esperadas e capital humano. O ágio não é amortizado, mas é submetido a teste de recuperabilidade, e é justamente por isso que empurrar valor de intangível para dentro dele tem consequência: adia o reconhecimento de um ativo que deveria ser mensurado e testado com critérios próprios.

Intangíveis

Onde o julgamento decide o resultado

Três decisões concentram a maior parte do julgamento de uma alocação de preço de compra, e as três são áreas de estimativa.

A primeira é a identificação e a mensuração dos intangíveis. Reconhecer uma carteira de clientes exige estimar sua vida útil e o fluxo de benefícios que ela gera. Avaliar uma marca ou uma tecnologia envolve premissas de receita atribuível, taxa de royalty presumida ou economia de custo, e uma taxa de desconto. Pequenas mudanças nessas premissas movem valores relevantes entre o intangível e o ágio, e alteram a despesa de amortização dos anos seguintes.

A segunda é a contraprestação contingente. O earn-out precisa ser medido a valor justo na data da aquisição, o que significa projetar a probabilidade de atingimento das metas e descontar o valor esperado. Depois, conforme a natureza do earn-out, ele é remensurado, e essa remensuração pode transitar pelo resultado. Ignorar o earn-out na contraprestação inicial subestima o custo do negócio e distorce o ágio.

A terceira é o período de mensuração. A norma permite que, por até doze meses, valores provisórios sejam ajustados à medida que se obtêm informações sobre fatos e circunstâncias que existiam na data da aquisição. Esse prazo é uma janela para completar avaliações complexas, não para reescrever a alocação com base em eventos posteriores.

P	A
Carteira de clientes	Fluxo de benefícios esperado da base existente, descontado, com taxa de atrito
Marca	Royalty presumido sobre receita atribuível ou economia de custo
Tecnologia proprietária	Benefício econômico da tecnologia sobre sua vida útil estimada
Acordo de não concorrência	Cenário com e sem o acordo, pela diferença de fluxo protegido

Ágio

Um caso anonimizado

Uma adquirente comprou uma empresa de serviços com base recorrente e, na primeira versão do balanço combinado, alocou quase todo o preço pago ao ágio, reconhecendo intangíveis irrelevantes. A tese da aquisição, contada aos investidores, girava inteiramente em torno da carteira de clientes e da marca da empresa comprada, exatamente os ativos que a alocação havia ignorado. Ao reconstruir a conta, ficou claro que a carteira de clientes tinha valor econômico expressivo, com histórico de retenção que sustentava uma vida útil definida, e que a marca justificava reconhecimento próprio. Havia ainda um earn-out atrelado a metas de receita que não fora incluído a valor justo na contraprestação. A realocação transferiu valor do ágio para intangíveis identificáveis, criou a despesa de amortização correspondente e ajustou a contraprestação para refletir o earn-out. O balanço passou a contar a mesma história que a tese de aquisição contava. O caso mostra o padrão: quando o ágio incha, quase sempre é porque um intangível que explica a compra não foi reconhecido.

Earn-out

Como a MERC atua nesse ponto

A MERC Group reúne a auditoria especializada no mercado financeiro e as frentes de valuation e apoio a operações de fusões e aquisições, e a alocação do preço de compra é um ponto em que essas competências se encontram. A mensuração a valor justo de intangíveis, o tratamento do earn-out e a definição do que é ágio exigem tanto a técnica de avaliação quanto a leitura da tese do negócio, e é aí que entra o trabalho de valuation e modelagem financeira avançada. No trabalho, a equipe reconstrói a alocação a partir dos contratos e da lógica econômica da aquisição, mensura os ativos identificáveis com premissas sustentadas e verifica se a conta reflete o que de fato foi comprado, para que o balanço combinado não vire uma caixa preta chamada ágio. Para tratar de uma operação específica, o caminho é o contato.

Evidencia

Perguntas frequentes

PRÓXIMO PASSO

Do requisito ao *teste* que o sustenta.

A MERC é firma de auditoria independente registrada na CVM, especializada em mercado financeiro. Estruturamos o trabalho do diagnóstico a evidência: leitura do requisito, desenho dos testes, trilha de auditoria e o relatório que sustenta a conclusão. Fale com a equipe pelo canal de contato.

SITE	www.mercgroup.com.br
CONTEÚDO	www.mercgroup.com.br/insights
E-MAIL	contato@mercgroup.com.br
TELEFONE	+55 11 98196 1447

Material técnico de apoio da MERC Group. Conteúdo de caráter informativo, sem constituir oferta de serviços a entidades para as quais a independência seja vedada. Exemplos genéricos, sem referência a instituição específica.