

**FERNANDO GIRÃO**

consultor da Ordem dos Contabilistas
Certificados (OCC)
comunicacao@occ.pt

Programas de fidelização: o rédito sob análise

Com a crescente popularidade dos programas de fidelização de clientes no retalho, que se universalizaram, surgem desafios contabilísticos na aplicação das normas. A prática de atribuir descontos futuros, sob a forma de valores acumulados em «cartões de pontos» ou cartões de desconto, visa fomentar a compra futura e recolher dados comerciais. Esta modalidade levanta uma questão central no enquadramento contabilístico: estas operações devem ser reconhecidas como uma diminuição do rédito ou como uma provisão?

Apesar do impacto económico destes programas, o Sistema de Normalização Contabilístico nacional (SNC) não prevê um tratamento específico. Contudo, a legislação portuguesa permite recorrer, de forma supletiva, às Normas Internacionais de Contabilidade (IAS) e Normas Internacionais de Relato Financeiro (IFRS).

A chave para o enquadramento surgiu a partir de 2018, com a adoção da IFRS 15 - Rédito de Contratos com Clientes. Esta norma exige um enfoque detalhado na natureza e no momento do reconhecimento do rédito, resolvendo a dúvida sobre a classificação dos descontos.

Passivo ou provisão: a definição essencial

Em termos conceptuais, um passivo representa uma obrigação presente resultante de acontecimentos passados, cuja liquidação conduzirá a uma saída de recursos económicos. Uma provisão é também um passivo, mas a sua tempestividade ou quantia são incertas.

Ao atribuir descontos futuros, a empresa cria uma obrigação presente. Mesmo que o valor e o momento sejam incertos (pois nem todos os clientes utilizarão os seus descontos), este compromisso justifica o seu reconhecimento como passivo. Este passivo deve ser refletido nas demonstrações financeiras através do diferimento do rédito correspondente (normalmente na conta 282 – Rendimentos a reconhecer), e não como uma provisão. Esta é a orientação clara da IFRS 15 (que revogou a IFRIC 13) e das normas nacionais NCRF 20 e NCRF 21. A NCRF 20 - Rédito prevê que o rédito deve ser mensurado pelo justo valor da retribuição recebida ou a receber, deduzido de quaisquer descontos.

Quando uma empresa concede um valor de desconto a utilizar futuramente, esse valor deve ser considerado uma componente separada da transação. O rédito reconhecido no momento da venda inicial deve, assim, refletir não só o valor dos bens vendidos, mas também o valor estimado dos descontos futuros atribuídos, que serão diferidos até à sua utilização efetiva. Esta abordagem garante que o reconhecimento do rédito reflete a substância económica da transação, alocando o valor da venda entre os bens entregues e os benefícios prometidos.

Nem todos os clientes utilizarão os descontos, seja porque deixam de comprar na entidade ou porque os direitos caducam num espaço temporal definido. Tendo isto presente, a entidade deve estimar a taxa de utilização provável dos descontos, com base em dados históricos e experiência acumulada. Esta estimativa é crucial para calcular o valor do passivo a reconhecer, evitando a sobrestimativa do rédito a diferir. Por exemplo: se a entidade atribui 10 euros de desconto por cada 100 euros em compras, e estima que apenas 75% dos descontos serão utilizados, o valor a diferir será ajustado proporcionalmente (7,50 euros).

As estimativas contabilísticas devem ser revistas periodicamente, com os ajustamentos efetuados de forma prospetiva, conforme previsto na NCRF 4.

Exemplo Prático

Tomemos como exemplo uma entidade atribui 10 euros em «cartão de descontos» por cada 100 euros de compras. No momento da venda inicial (sem considerar o IVA para simplificação):

Venda inicial:

- Débito: Conta 12 – Depósitos à ordem: 100 €
- Crédito: Conta 71 – Vendas: 100 €

Reconhecimento do desconto:

- Débito: Conta 718 – Descontos e abatimentos em vendas: 10 €
- Crédito: Conta 282 – Rendimentos a reconhecer: 10 €

Se, face aos dados históricos, a entidade estima que apenas 75% dos clientes utilizarão os descontos, ajustará o valor a diferir para 7,50 €. Caso esta estimativa se revele incorreta, serão feitos os devidos ajustamentos nos períodos seguintes.

Ajustamento decorrente da estimativa de utilização:

- Débito: Conta 282 – Rendimentos a reconhecer: 2,5 €
- Crédito: Conta 71 – Vendas: 2,5 €

Quando o cliente utiliza o desconto numa compra futura, supondo uma nova venda de 100 €, com utilização de 10 € de desconto em cartão:

Recebimento líquido:

- Débito: Conta 12 – Depósitos à ordem: 90 €
- Crédito: Conta 71 – Vendas: 90 €

Regularização do desconto:

- Débito: Conta 282 – Rendimentos a reconhecer: 7,5 €
- Crédito: Conta 71 – Vendas: 7,5 €

Enquadramento Fiscal: IRC e IVA

Existe um tratamento diferenciado na vertente contabilística e fiscal:

- Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas (IRC): Existe uma diferença temporária entre o tratamento contabilístico e o fiscal. O rédito relevante para tributação (100 € no exemplo) é diferente do rédito relatado na contabilidade (92,5€). Este entendimento é reforçado na Informação Vinculativa Processo n.º 2010 000101 (Despacho de 02-02-2010).
- Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA): O valor tributável é sempre o montante efetivamente recebido na venda.
 - o 1.ª Venda: Rédito Contabilístico de 92,5 €, mas valor tributável de 100 € (valor recebido).
 - o 2.ª Venda (com desconto): Rédito de 97,5 €, mas valor tributável de 90 € (valor efetivamente pago pelo cliente). Este entendimento no IVA está de acordo com o n.º 6 do artigo 16.º do Código do IVA.

É fundamental sublinhar que todo este tratamento contabilístico detalhado só se justifica quando o impacto dos programas de fidelização é material nas demonstrações financeiras. Se os valores envolvidos forem reduzidos ou pouco significativos, é aceitável optar pela simplificação, reconhecendo o desconto diretamente como diminuição do rédito (conta 718) no momento da sua utilização. Esta abordagem simplificada é permitida, desde que a relevância material dos programas assim o permita.