

INTERPRETAÇÃO IFRIC 13

Programas de Fidelidade do Cliente

O texto abaixo foi retirado do da [versão consolidada](#) das normas disponível no site do Jornal Oficial da União Europeia.

Este texto constitui um instrumento de documentação e não tem qualquer efeito jurídico. As Instituições da União não assumem qualquer responsabilidade pelo respetivo conteúdo. As versões dos atos relevantes que fazem fé, incluindo os respetivos preâmbulos, são as publicadas no Jornal Oficial da União Europeia e encontram-se disponíveis no EUR-Lex. É possível aceder diretamente a esses textos oficiais através das ligações incluídas no presente documento

REFERÊNCIAS

- IAS 8 Políticas Contabilísticas, Alterações nas Estimativas Contabilísticas e Erros
- IAS 18 Rédito
- IAS 37 Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes
- IFRS 13 Mensuração pelo Justo Valor

ANTECEDENTES

1. Os programas de fidelidade do cliente são usados pelas entidades para proporcionar incentivos aos clientes para comprarem os seus bens ou serviços. Se um cliente comprar bens ou serviços, a entidade concede-lhe créditos de prémio (muitas vezes designados por «pontos»). O cliente pode resgatar os créditos por prémios como bens ou serviços gratuitos ou com desconto.
2. Os programas funcionam de várias formas. Os clientes poderão ter de acumular um determinado número ou valor mínimo de créditos de prémio para poderem resgatá-los. Os créditos de prémio poderão estar associados a compras ou grupos de compras individuais ou a um clientelismo continuado durante um período especificado. A entidade pode operar o programa de fidelidade do cliente ela própria ou pode participar num programa operado por terceiros. Os prémios oferecidos podem incluir produtos ou serviços fornecidos pela própria entidade e/ou direitos a reclamar bens ou serviços de terceiros.

ÂMBITO

3. Esta Interpretação aplica-se aos créditos de prémio por fidelidade do cliente que:
 - a) uma entidade concede aos seus clientes como parte de uma transação de venda, i.e. a venda de bens, a prestação de serviços ou o uso de ativos da entidade pelo cliente; e
 - b) sujeito ao cumprimento de outras condições de qualificação, os clientes podem resgatar no futuro bens ou serviços gratuitos ou com desconto.
- A Interpretação trata da contabilização pela entidade que concede créditos de prémio aos seus clientes.

QUESTÕES

4. As questões tratadas nesta Interpretação são:
 - a) se a obrigação de a entidade proporcionar bens ou serviços gratuitos ou com desconto («prémios») no futuro deverá ser reconhecida e mensurada:
 - i) imputando uma parte da importância recebida ou a receber da transação de venda aos créditos de prémio e diferindo o reconhecimento de rédito (aplicando o parágrafo 13 da IAS 18); ou
 - ii) provisionando os futuros custos estimados do fornecimento dos prémios (aplicando o parágrafo 19 da IAS 18); e
 - b) se for imputada uma importância aos créditos de prémio:
 - i) quanto lhes deve ser imputado;
 - ii) quando é que o rédito deve ser reconhecido; e
 - iii) se for um terceiro a fornecer os prémios, como é que o rédito deve ser mensurado.

CONSENSO

5. Uma entidade deverá aplicar o parágrafo 13 da IAS 18 e contabilizar os créditos de prémio como componente separadamente identificável da(s) transação(ões) de venda em que sejam concedidos (a «venda inicial»). O justo valor da importância recebida ou a receber relativamente à venda inicial deverá ser imputado aos créditos de prémio e aos outros componentes da venda.
6. A importância imputada aos créditos de prémio deve ser mensurada por referência ao respetivo justo valor.
7. Se for a própria entidade a fornecer os prémios, ela deverá reconhecer a importância atribuída a créditos de prémio como rédito quando os créditos de prémio forem resgatados e cumprir as suas obrigações de fornecer os prémios. A quantia de rédito reconhecida deverá basear-se no número de créditos de prémio que tenham sido resgatados em troca de prémios, relativamente ao número total que se espera que venha a ser resgatado.
8. Se for um terceiro a fornecer os prémios, a entidade deverá avaliar se vai cobrar a importância imputada aos créditos de prémio por sua própria conta (i.e. como o principal responsável da transação) ou por conta do terceiro (i.e. como agente do terceiro).

INTERPRETAÇÃO IFRIC 13

Programas de Fidelidade do Cliente

a) Se a entidade cobrar a importância por conta do terceiro, deverá:

i) mensurar o seu rédito como a quantia líquida retida por sua própria conta, i.e. a diferença entre a importância imputada aos créditos de prémio e a quantia a pagar ao terceiro por fornecer os prémios; e

ii) reconhecer esta quantia líquida como rédito quando o terceiro tiver a obrigação de fornecer os prémios e tiver o direito de receber a importância pela execução dessa obrigação. Estes acontecimentos podem ocorrer assim que os créditos de prémio forem concedidos. Como alternativa, se o cliente puder escolher entre reclamar os prémios junto da entidade ou junto de um terceiro, estes acontecimentos apenas podem ocorrer quando o cliente optar por reclamar os prémios junto do terceiro.

b) Se a entidade cobrar a importância por sua própria conta, ela deverá mensurar o seu rédito pela importância bruta imputada aos créditos de prémio e reconhecer o rédito quando cumprir as suas obrigações relativamente aos prémios.

9. Se, em qualquer momento, for expectável que os custos inevitáveis do cumprimento das obrigações de fornecer os prémios venham a exceder a importância recebida e a receber por eles (i.e. a importância imputada aos créditos de prémio na altura da venda inicial que ainda não foi reconhecida como rédito mais qualquer outra importância a receber quando o cliente resgatar os créditos de prémio), a entidade tem contratos onerosos. Deverá ser reconhecido um passivo pelo excesso em conformidade com a IAS 37. A necessidade de reconhecer esse passivo poderá surgir se os custos esperados pelo fornecimento dos prémios aumentarem, por exemplo, se a entidade proceder à revisão em alta das suas expectativas relativas ao número de créditos de prémio que será resgatado.

DATA DE EFICÁCIA E TRANSIÇÃO

10. Uma entidade deve aplicar esta Interpretação a períodos anuais com início em ou após 1 de julho de 2008. É permitida a aplicação mais cedo. Se uma entidade aplicar a Interpretação a um período com início antes de 1 de julho de 2008, ela deve divulgar esse facto.

10.A. O parágrafo AG2 foi emendado através do documento Melhoramentos introduzidos nas IFRS emitido em maio de 2010. Uma entidade deve aplicar esta emenda aos períodos anuais com início em ou após 1 janeiro 2011. É permitida a aplicação mais cedo. Se uma entidade aplicar a emenda a um período anterior, deve divulgar esse facto.

10.B. A IFRS 13, emitida em maio de 2011, emendou os parágrafos 6 e AG1-AG3. Uma entidade deve aplicar estas emendas quando aplicar a IFRS 13.

11. As alterações na política contabilística devem ser contabilizadas de acordo com a IAS 8.

Apêndice Guia de Aplicação

Este apêndice faz parte integrante da Interpretação.

Mensurar o justo valor dos créditos de prémio

AG1 O parágrafo 6 do consenso exige que a importância imputada aos créditos de prémio seja mensurada por referência ao respetivo justo valor. Se não existir um preço de mercado cotado para um crédito de prémio idêntico, o justo valor deve ser mensurado utilizando uma outra técnica de avaliação.

AG2 Uma entidade pode mensurar o justo valor dos créditos de prémio por referência ao justo valor dos prémios pelos quais podem ser trocados. O justo valor dos créditos de prémio tem em conta, conforme o caso:

(a) a quantia correspondente aos descontos ou incentivos que seriam oferecidos aos clientes que não ganharam créditos de prémios numa venda inicial;

(b) a proporção de créditos de prémios que não se espera venham a ser resgatados pelos clientes; e

(c) o risco de desempenho.

Se os clientes puderem escolher entre uma gama de diferentes prémios, o justo valor dos créditos de prémio irá refletir os justos valores da gama de prémios disponíveis, ponderado pela frequência com que se espera que cada prémio venha a ser selecionado.

AG3 Em algumas circunstâncias, poderão ser usadas outras técnicas de estimativa. Por exemplo, se um terceiro fornecer os prémios e a entidade pagar ao terceiro por cada crédito de prémio que conceder, poderá estimar o justo valor dos créditos de prémio por referência à quantia que pagar ao terceiro, acrescentando uma margem de lucro razoável. É necessário exercer juízos de valor para selecionar e aplicar a técnica de avaliação que satisfaça os requisitos do parágrafo 6 do consenso e que seja mais apropriada, tendo em conta as circunstâncias.