

TRIBUTAÇÃO DO PROGRAMA DE FIDELIDADE: MOMENTO DO RECONHECIMENTO DE RECEITA

Ruy Fernando Cortes de Campos

Master of Business Administration (MBA) em Gestão Tributária pela Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras (Fipecafi). Especialista em Gestão de Operações Societárias e Planejamento Tributário pela Faculdade Brasileira de Tributação (FBT). Especialista em Direito Tributário pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Graduado em Direito pela PUC-SP e em Contabilidade pela Fipecafi. Juiz do Tribunal de Impostos e Taxas do Estado de São Paulo. Advogado em São Paulo.

SUMÁRIO: 1 Introdução 2 Explicando o programa de fidelidade 3 Conceito de receita 4 Momento de reconhecimento de receita 5 Conclusão 6 Referências.

RESUMO: O artigo busca analisar a tributação do programa de fidelidade pelo PIS e pela Cofins, tendo como base o conceito de receita e o momento adequado para o seu reconhecimento nos termos da legislação aplicável. O conflito repousa em grande parte na compreensão da operacionalização do programa de fidelidade e nas suas consequências tributárias, notadamente na subsunção dos valores recebidos ao conceito de receita tributável pelas contribuições. Assim, após identificar os sujeitos envolvidos e as operações praticadas no desenvolvimento e gerenciamento dos programas de fidelidade, serão analisadas as disposições constitucionais e legais pertinentes, bem como as disposições doutrinárias sobre o tema. Com essas informações será possível identificar os elementos característicos da receita tributável e afirmar com certeza se haverá receita e, em havendo, o momento em que esta deverá ser reconhecida.

PALAVRAS-CHAVE: Receita tributável. Reconhecimento de receita. Programa de fidelidade. PIS/Cofins.

TAXATION OF LOYALTY PROGRAMS: MOMENT OF REVENUE RECOGNITION

CONTENTS: 1 Introduction 2 Explaining the loyalty program 3 Concept of revenue 4 Moment of revenue recognition 5 Conclusion 6 References.

ABSTRACT: The article seeks to analyze the taxation of the loyalty program by PIS and Cofins, considering the concept of revenue and the appropriate time for its recognition under the terms of the applicable legislation. The conflict largely lies in the understanding of the operationalization of the loyalty program and its tax consequences, notably in the subsumption of the amounts received to

the concept of taxable income from contributions. Thus, after identifying the subjects involved and the operations practiced in the development and management of loyalty programs, the relevant constitutional and legal provisions will be analyzed, as well as the doctrinal provisions on the subject. With this information, it will be possible to identify the characteristic elements of taxable income and to state with certainty whether there will be income and, if so, when it should be recognized.

KEYWORDS: Taxable revenue. Revenue recognition. Loyalty program. PIS/Cofins.

1 INTRODUÇÃO

Cada vez mais as empresas comerciais e de serviços vêm se desenvolvendo e se reinventando para atender às necessidades do mercado. E, com isso, surgem novos nichos e modelos de negócios que buscam fomentar a atividade e fidelizar a clientela, buscando a subsistência e o sucesso da empresa.

Nesse contexto, uma das novas ferramentas comerciais mais utilizadas é a implementação de programas de fidelidade, uma estratégia de *marketing* voltada à manutenção da relação entre a empresa e sua clientela, mediante um sistema de recompensas pela assiduidade do cliente.

Ocorre que, com a pluralidade de programas existentes e a complexidade das operações envolvidas, surgem muitas dúvidas quanto à tributação das receitas advindas da administração dos programas de fidelidade, em especial quanto à incidência das contribuições federais.

Desta sorte, é preciso compreender a operacionalização dos programas de fidelidade e a natureza dos valores recebidos em razão dessa atividade, para então delimitar os conceitos da regra matriz de incidência das contribuições, notadamente o conceito de receita e de definitividade para determinação do montante tributável e do momento de seu reconhecimento.

Para esse propósito, partiremos da análise das disposições constitucionais e legais sobre a contribuição ao Programa de Integração Social (PIS) e a Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (Cofins), depois das considerações tecidas pela doutrina e pela jurisprudência do Supremo Tribunal Federal (STF), para aferir se os valores recebidos no contexto do programa de fidelidade se amoldam ao conceito jurídico de receita e, se sim, quando essa receita deverá ser tributada.

2 EXPLICANDO O PROGRAMA DE FIDELIDADE

Os programas de fidelidade são instrumentos de *marketing* direto voltados à preservação do relacionamento entre as empresas e seus clientes, pelos quais

a fidelidade e assiduidade dos consumidores é premiada com descontos, bônus, incentivos, pontuações, dentre outras vantagens.

Essa espécie de estratégia de incentivo é essencial, e vem se tornando cada vez mais recorrente, especialmente em nichos de mercado altamente competitivos, permitindo que a empresa recompense seus principais clientes, atuais ou em potencial, sem o usual acréscimo dos custos operacionais incorridos pela empresa¹.

Nesse sentido, Alves e Sterzeck assim sintetizam a definição de programa de fidelidade:

Programa de fidelidade é o mecanismo que tem como objetivo premiar a fidelidade dos clientes. Trata-se da promessa de premiação oriunda da geração de receita em determinada entidade. Essa premiação, também denominada créditos de prêmios, pode ser materializada por meio da aquisição parcial ou total de produtos ou serviços. Normalmente, essa possibilidade de premiação ou créditos de prêmios é individualizada pela denominação ponto fidelidade².

Contudo, a ausência de regulamentação específica permite que cada empresa desenvolva uma espécie de programa de fidelidade próprio, que melhor se adequa ao seu modelo de negócios, variando quanto à sua administração, à forma de acúmulo de benefícios, à possibilidade de compra antecipada de pontos, ao resgate dos benefícios ou até mesmo à entidade obrigada ao fornecimento do prêmio. Assim, por motivos didáticos, o estudo em questão irá se debruçar sobre a tributação dos programas de recompensa administrados por empresa especializada, instrumentalizados por meio de uma rede de coalizão.

Antes de analisar as operações realizadas no contexto do programa de fidelidade é necessário identificar os sujeitos que participam dessas operações e a função que cada um desempenha. Trata-se de uma relação triangular que envolve a empresa administradora de pontos e gestora do programa de fidelidade, a empresa parceira e o cliente.

Inicialmente, temos a empresa administradora de pontos e gestora do programa de fidelidade, que é a pessoa jurídica especializada no desenvolvimento e gerenciamento de programas de incentivo e fidelização de clientela mediante a

1. RAPP, Stan; COLLINS, Thomas L. **A 5ª geração do marketing**: maximarketing II. São Paulo: Makron Brooks, 1994. p. 135.
2. ALVES, Eduardo; STERZECK, Gisele. Programa fidelidade: reconhecimento de receita e tributação. In: PINTO, Alexandre Evaristo; SILVA, Fabio Pereira; MURCIA, Fernando Dal-Ri (org.). **Controvérsias jurídico-contábeis**. São Paulo: Atlas, 2019. p. 45.

celebração de contratos de parceria comercial com o fim de constituir uma rede de coalizão, da qual os clientes poderão resgatar benefícios.

Já a empresa parceira é a pessoa jurídica com a qual a empresa administradora firma contrato de parceria comercial, integrante da rede de coalizão que irá disponibilizar os prêmios para resgate. É ela que irá atender à obrigação do resgate, fornecendo os bens ou serviços resgatados pelo cliente. Como se trata de uma rede de coalizão, a empresa administradora de pontos irá firmar diversos contratos de parceria comercial com diversas empresas, permitindo que o cliente usufrua de uma maior variedade de prêmios, e não apenas os ofertados pela empresa com as quais mantém relação de consumo.

Por fim, o cliente é o consumidor que adere ao programa de fidelidade, acumulando pontos a cada aquisição realizada perante as empresas parceiras, que poderão ser utilizados para o resgate de prêmios junto à empresa administradora de pontos.

Assim, a primeira relação que deverá ser analisada é a parceria comercial contratualmente estabelecida entre a empresa administradora de pontos e a empresa parceira. Repise-se, em função da ausência de regulamentação e do princípio da autonomia privada, cada empresa administradora de pontos elaborará uma estrutura operacional que melhor se amolda ao seu modelo de negócios, podendo variar consideravelmente de empresa para empresa.

No caso do programa de fidelidade instrumentalizado por meio de uma rede de coalizão, via de regra, o contrato de parceria obriga a empresa administradora de pontos a converter os pontos dos programas de fidelidade próprios das parceiras em outros pontos, que funcionam como uma unidade de medida comum a toda a rede de coalizão, ou simplesmente a conceder esses pontos aos clientes em virtude da aquisição de bens ou serviços junto às parceiras. Nessa ocasião a empresa administradora de pontos assume a obrigação da parceira de arcar com os custos do resgate quando o cliente optar pela utilização dos pontos acumulados. A empresa parceira, por sua vez, passa a integrar a rede de coalizão e disponibilizar seus bens ou serviços para que os clientes possam resgatá-los, e, em contraprestação à assunção da dívida pela empresa administradora, entrega a ela quantia em dinheiro.

Então, da operação de compra e venda de bens ou na contratação de serviços nasce o vínculo entre a empresa parceira e o cliente, em que este entrega quantia em dinheiro à empresa parceira e recebe desta o bem ou serviço contratado, bem como adquire o direito de receber os pontos. Essa operação, denominada "transação geradora", dá origem aos pontos e transforma o cliente em parti-

cipante do programa de fidelidade, titular de pontos que poderão ser utilizados para resgatar benefícios.

Por fim, o cliente poderá utilizar os pontos que acumulou para resgatar junto à empresa administradora de pontos os prêmios fornecidos pelas empresas parceiras. Assim, a operação de resgate representa uma nova obrigação, entre cliente e empresa administradora de pontos (entrega dos pontos por parte do cliente; e entrega do bem ou serviço objeto do resgate por parte da empresa administradora). Para tanto, a empresa administradora adquire das empresas parceiras o prêmio selecionado pelo cliente, que, então, irão entregar o objeto resgatado diretamente ao cliente.

Uma vez identificados os sujeitos e o fluxo operacional do programa de fidelidade, é preciso isolar as informações relevantes para a determinação dos direitos e deveres da empresa administradora para então definir o conceito de receita e o momento em que deverá ser reconhecida.

Dessa forma, verifica-se que o contrato de parceria comercial estabelece todos os direitos e deveres da empresa administradora de pontos, conquanto os condicione à ocorrência da transação geradora. Assim, a administradora terá o direito de receber os valores da empresa parceira e o dever de conceder os pontos e, posteriormente, de arcar com os custos da operação de resgate após implementação da condição contratualmente fixada.

Nesse contexto, dentre as vantagens econômicas percebidas pelas empresas administradoras de pontos no regular desempenho de sua atividade principal, merecem destaque os dois principais benefícios, quais sejam: o *spread* e o *breakage*.

O *spread* decorre da diferença entre o valor do produto ou serviço resgatado pelo cliente e o valor recebido da empresa parceira para assunção da obrigação de arcar com os custos do resgate. Em outras palavras, corresponde à margem de lucro no momento do resgate, resultante da diferença positiva entre os valores recebidos da empresa parceira e o valor posteriormente remetido à empresa parceira.

Assim ensinam Lopes Jr. e Paiva:

Nesse sentido, é preciso recordar que a receita da gestora deriva da diferença entre os valores recebidos dos fornecedores e pagos posteriormente quando do resgate aos demais fornecedores³.

3. LOPES, Jorge N. F.; PAIVA, Marina Monte Alegre de. Desafios na tributação dos programas de fidelização. In: FARIA, Renato Vilela; SILVEIRA, Ricardo Maitto da; MONTEIRO, Alexandre Luiz Moraes do Rêgo (coord.). **Tributação da economia digital**: desafios no Brasil, experiência internacional e novas perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2018. p. 687.

Já o *breakage* corresponde ao benefício financeiro percebido em razão do vencimento dos pontos. A perda do direito de utilização dos pontos pelo titular que não o fez em tempo hábil resulta na extinção da obrigação da empresa administradora de arcar com os custos da operação de resgate e, por conseguinte, no aumento patrimonial da empresa. Como sequer ocorreu a operação de resgate, o valor do *breakage* equivale integralmente ao valor dos pontos vencidos, sem dedução de custos ou despesas.

Na sucinta definição de Alves e Sterzeck:

É resultante da expiração do prazo para resgate de pontos, caracterizado pelo valor dos pontos que deixaram de ter utilidade para fins de resgate. Pode ser entendido como uma margem de lucro secundária, na qual o custo do objeto de resgate não existe⁴.

No entanto, os benefícios financeiros oriundos do desenvolvimento e gerenciamento de programas de fidelidade não se limitam ao *spread* e ao *breakage*. De fato, a empresa administradora de pontos pode perceber acréscimo patrimonial resultante do investimento dos recursos disponíveis (*float*) ou receber das empresas parceiras uma remuneração pela prestação de serviços a título de comissão ou taxa de administração. Contudo, para os fins aqui propostos, não serão analisados os reflexos tributários desses e outros benefícios econômicos, mas apenas do *spread* e do *breakage*.

Para fins didáticos, é possível segregar a operacionalização do programa de fidelidade em dois planos: um mais superficial, que busca identificar transações que baseiam a atividade, e outro mais detalhado, que define o fluxo financeiro subjacente às transações identificadas.

No primeiro, inicialmente é firmado um contrato de parceria comercial, em função do qual a obrigação de arcar com os custos do resgate é assumida pela empresa administradora de pontos a partir da ocorrência da transação geradora. Assim, primeiro é celebrada a parceria, depois ocorre a transação geradora e só então nasce a obrigação de arcar com os custos da operação de resgate.

No segundo, é possível identificar o trânsito de moeda, bens e direitos implícito às transações supracitadas. Primeiro, em razão da ocorrência da transação geradora, a empresa administradora de pontos recebe a remuneração da

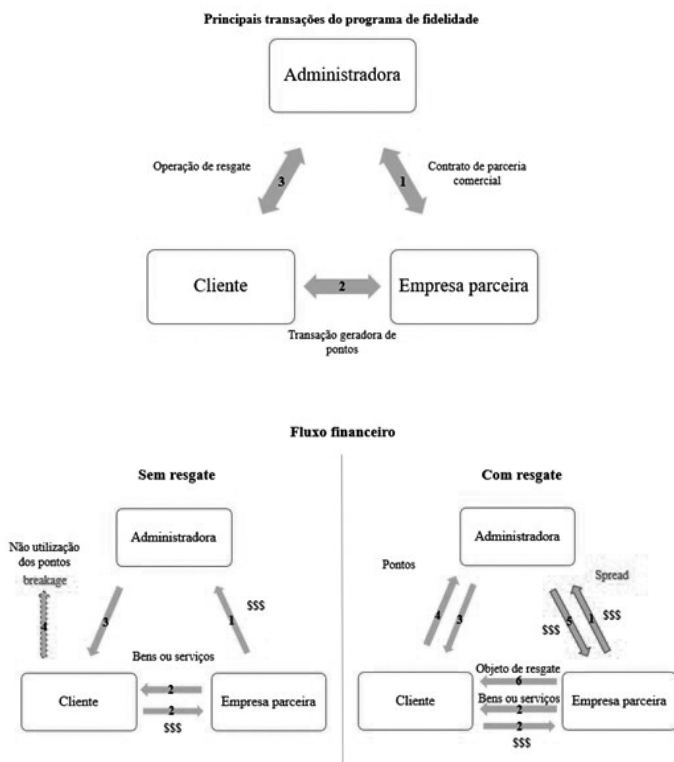
4. ALVES, Eduardo; STERZECK, Gisele. Programa fidelidade: reconhecimento de receita e tributação. In: PINTO, Alexandre Evaristo; SILVA, Fabio Pereira; MURCIA, Fernando Dal-Ri (org.). **Controvérsias jurídico-contábeis**. São Paulo: Atlas, 2019. p. 48.

empresa parceira e concede os pontos ao cliente, nos termos do contrato de parceria comercial.

Uma vez concedidos os pontos, o cliente pode: (i) não os utilizar em tempo hábil, perdendo o direito ao resgate ou (ii) resgatar os pontos em prêmios junto à administradora de pontos, que irá adquirir o objeto de resgate da empresa parceira, que então entregará ao cliente. Nesse caso, poderá haver o *spread*, resultante da diferença dos pagamentos recebidos e realizados pela administradora de pontos.

Importante destacar que a transação geradora é um negócio jurídico celebrado entre o cliente e a empresa parceira, do qual a empresa administradora de pontos não faz parte. Contudo, é essencial para compreender o papel da empresa administradora, posto que o contrato de parceria comercial a elege como condição mínima para fazer surgir a obrigação da empresa administradora de arcar com os custos do resgate.

Ambos os planos podem ser assim esquematizados:



Assim como outros modelos de negócios que fogem do convencional, a ausência de regulamentação da atividade de administração de programas de fidelidade, em conjunto com a dificuldade de compreensão das relações jurídicas estabelecidas no desenvolvimento da empresa geram dúvidas quanto à apuração da receita tributável pelas contribuições PIS/Pasep e Cofins.

A partir da ainda incipiente jurisprudência sobre o tema, percebe-se que a fiscalização entende que as receitas devem ser reconhecidas integral e imediatamente, enquanto os contribuintes entendem que o reconhecimento da receita deverá ocorrer em momento posterior, após identificadas e deduzidas eventuais despesas incorridas.

Isto posto, a problemática recai sobre duas questões concernentes ao aspecto material da regra matriz de incidência das contribuições: (i) a delimitação do conceito de receita para fins de incidência das contribuições e (ii) o momento de reconhecimento da receita.

3 CONCEITO DE RECEITA

Em primeiro lugar, cumpre analisar a legislação tributária pertinente às operações realizadas no contexto do programa de fidelidade, para determinar, primeiro, se haverá incidência tributária e, depois, a maneira como ocorrerá a tributação. Não se pretende esgotar o tratamento tributário dispensado a essas operações, motivo pelo qual iremos nos ater apenas às contribuições PIS/Pasep e Cofins, incidentes sobre a receita.

O art. 195, I, "b", da Constituição Federal, conforme a redação dada pela Emenda Constitucional n. 20/1998, inequivocamente traz a receita como base econômica passível de tributação pelas contribuições sociais, ao lado do faturamento. Confira-se:

Art. 195. A seguridade social será financiada por toda a sociedade, de forma direta e indireta, nos termos da lei, mediante recursos provenientes dos orçamentos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, e das seguintes contribuições sociais:

I – do empregador, da empresa e da entidade a ela equiparada na forma da lei, incidentes sobre:

[...]

b) a receita ou o faturamento;

O legislador infraconstitucional, por sua vez, limitou o campo de incidência inicialmente previsto no texto constitucional, fazendo com que as contribuições incidam sobre a receita real, efetivamente auferida, das pessoas jurídicas, independentemente das regras contábeis⁵.

Nesse sentido, o art. 1º da Lei n. 10.637/2002 e o art. 1º da Lei n. 10.833/2003 determinam que as contribuições incidem sobre a receita bruta, assim compreendido "o total de receitas auferidas pela pessoa jurídica, independentemente de sua denominação ou classificação contábil".

Não fosse suficiente, o § 1º dos dispositivos supramencionados faz remissão ao art. 12 do Decreto-lei n. 1.598/1977⁶, que define a receita bruta como o produto da venda de bens, o preço da prestação de serviços, o resultado auferido nas operações de conta alheia ou qualquer outra receita decorrente do desenvolvimento do objeto social da entidade.

Por mais clara que a legislação seja na determinação da receita auferida como base de cálculo das contribuições, é preciso identificar seus elementos característicos para definir com exatidão o significado de receita para o sistema jurídico, sobre o qual incidirá a tributação.

Dentre os doutrinadores que se debruçaram sobre o tema, merece destaque a lição de Ricardo Mariz de Oliveira, que define receita como o ingresso positivo efetivamente incorporado ao patrimônio, recebido em contraprestação ao desempenho da atividade da pessoa jurídica. *In verbis*:

[...] pode-se dizer, de uma maneira geral, que receita é qualquer ingresso ou entrada de direito que se incorpore positivamente ao patrimônio, e que represente remuneração ou contraprestação de atos, atividades ou operações da pessoa titular do mesmo, ou remuneração ou contraprestação do emprego de recursos materiais, imateriais ou humanos existentes no seu patrimônio ou por ele custeados, de modo que a receita ainda traz consigo esta característica de ser o produto que vem de fora do patrimônio, mas que é derivado de dentro, por derivar de atos, operações ou atividades da pessoa titular do patrimônio, ou do emprego de recursos que com-

-
5. COELHO, Eduardo Junqueira. Da indevida exigência de PIS/Cofins sobre receitas não recebidas em virtude de inadimplência do devedor. *In*: MOREIRA, André Mendes *et al.* (org.). **Direito das telecomunicações e tributação**. São Paulo: Quartier Latin, 2006. p. 100-101.
 6. "Art. 12. A receita bruta compreende:
 - I – o produto da venda de bens nas operações de conta própria;
 - II – o preço da prestação de serviços em geral;
 - III – o resultado auferido nas operações de conta alheia; e
 - IV – as receitas da atividade ou objeto principal da pessoa jurídica não compreendidas nos incisos I a III."

põem esse patrimônio, de que resulte algum benefício direto para a pessoa a qual, em contraprestação, o remunera por isso⁷.

Não dissente Minatel, que ensina que receita é a entrada definitiva de recursos financeiros no patrimônio da entidade, proveniente dos negócios jurídicos praticados no exercício de sua atividade empresarial em razão da venda de bens, da prestação de serviços, da remuneração de investimentos, da cessão onerosa e temporária de bens e direitos a terceiros⁸.

Assim, confrontando as definições tecidas pela doutrina e as disposições legais examinadas, é possível construir um conceito de receita reunindo os elementos comuns a todas as prescrições. Então, pode-se dizer que receita é o ingresso novo e positivo que se integra ao patrimônio da pessoa jurídica permanentemente, sem reserva, condição ou compromisso, proveniente do exercício das atividades desenvolvidas pela entidade.

Dessa forma, podemos afirmar que os elementos característicos de receita são: (i) ingresso de recursos, (ii) novo e positivo, (iii) definitivamente incorporado ao patrimônio da pessoa jurídica, (iv) resultante da atividade empresária.

Outrossim, o STF já se manifestou acerca da irrelevância da definição contábil de receita para fins de incidência de PIS/Cofins, uma vez que o ordenamento jurídico adotou expressamente conceito distinto daquele. Assim, restou consignado que o conceito jurídico de receita compreende apenas a entrada financeira que se integra ao patrimônio na condição de elemento novo e positivo permanentemente. É o que se extrai do seguinte excerto da ementa do RE 606.107, submetido à repercussão geral:

V – O conceito de receita, acolhido pelo art. 195, I, "b", da Constituição Federal, não se confunde com o conceito contábil. Entendimento, aliás, expresso nas Leis 10.637/02 (art. 1º) e Lei 10.833/03 (art. 1º), que determinam a incidência da contribuição ao PIS/PASEP e da Cofins não cumulativas sobre o total das receitas, "independentemente de sua denominação ou classificação contábil". Ainda que a contabilidade elaborada para fins de informação ao mercado, gestão e planejamento das empresas possa ser tomada pela lei como ponto de partida para a determinação das bases de cálculo de diversos tributos, de modo algum subordina a tributação. A contabilidade constitui ferramenta utilizada também para fins tributários, mas moldada nesta seara pelos princípios e regras próprios do Direito Tributário. Sob o específico

7. OLIVEIRA, Ricardo Mariz de. **Fundamentos do imposto de renda**. São Paulo: Quartier Latin, 2008. p. 89-90.

8. MINATEL, José Antonio. **Conteúdo do conceito de receita e regime jurídico para sua tributação**. São Paulo: MP Editora, 2005. p. 124.

prisma constitucional, **receita bruta pode ser definida como o ingresso financeiro que se integra no patrimônio na condição de elemento novo e positivo, sem reservas ou condições**⁹. (grifos nossos).

Portanto, a receita só poderá ser reconhecida e tributada a partir da definitividade e confiabilidade do acréscimo patrimonial percebido pela pessoa jurídica¹⁰.

Tendo em vista que a eficácia do contrato de parceria comercial está condicionada a um evento futuro e incerto, antes do implemento da condição, os direitos e deveres nele previstos se encontram suspensos. Assim, *a priori*, a empresa administradora de pontos somente adquire o direito ao recebimento dos valores da empresa parceira a partir da ocorrência da transação geradora, com o efetivo acúmulo de pontos pelos clientes.

Contudo, em virtude das particularidades do caso concreto, não se pode olvidar que a assunção da obrigação de arcar com os custos do resgate é simultânea ao surgimento do direito da administradora de receber os valores da empresa parceira. Tais eventos são relevantes para a determinação do momento em que o ingresso financeiro se torna receita, isto é, quando se incorpora definitivamente ao patrimônio da empresa, sem reservas ou condições.

4 MOMENTO DE RECONHECIMENTO DE RECEITA

Em segundo lugar, convém analisar com maior profundidade o elemento da definitividade do ingresso para caracterização de receita. De fato, para determinar se os valores recebidos das empresas parceiras constituem renda, é preciso examinar "se" e "quando" esses ingressos são incorporados ao patrimônio da empresa administradora de pontos sem reservas ou restrições.

No que tange ao entendimento do Fisco, defende a Receita Federal do Brasil¹¹ que "a receita bruta proveniente da venda de mercadoria geradora de direito a crédito de pontos de programa de fidelidade deve ser reconhecida integralmente no momento do faturamento [...]".

9. RE 606.107, Tribunal Pleno, Rel. Min. Rosa Weber, j. 22.05.2013, acórdão eletrônico, repercussão geral, mérito, DJe-231, divulg. 22.11.2013, public. 25.11.2013, RTJ, v. 00227-01, p. 00636.

10. POLIZELLI, Victor Borges. **O princípio da realização da renda**: reconhecimento de receitas e despesas para fins de IRPJ. São Paulo: Quartier Latin, 2012. p. 233.

11. RFB – RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Solução de Consulta Cosit n. 15, de 9 de janeiro de 2023. Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=128320>. Acesso em: 9 out. 2023.

Dessa forma, impende lembrar que ingresso financeiro e receita não se confundem, devendo, inclusive, serem escriturados separadamente¹². Isso porque o ingresso financeiro é a entrada que transita pelos registros contábeis da pessoa jurídica por breve lapso temporal sem se incorporar ao patrimônio, uma vez que possui destinação certa. Seu caráter meramente provisório prejudica a sua incorporação ao patrimônio e o afasta do conceito de receita.

Com efeito, a receita só pertencerá à pessoa jurídica e, por conseguinte, poderá ser alcançada pela tributação quando for realizada e disponível. Assim, a receita será tributável quando, além de implementadas as condições que subordinam o seu recebimento, o titular puder dispor livremente desses recursos.

Nesse sentido, Minatel leciona que a realização da receita não é suficiente para atrair a tributação, mas é preciso que a receita traduza disponibilidade em favor do sujeito passivo, pois só então poderá ser destacada a parcela correspondente ao tributo. *In verbis*:

Quer-se com isso dizer que também a realidade indicativa pelo vocábulo receita, mesmo quando não decorrente de negócios jurídicos que tenham por objeto vendas de mercadorias ou de serviços, pressupõe estar **efetivamente concretizada, ou realizada**, para prestigiar a terminologia técnica, no sentido de **resultar de negócios jurídicos em que foram implementadas todas as condições que lhe dão conformidade** (entrega de mercadoria, dos serviços, ou transcurso de tempo para receita de juros, por exemplo). Mas isso não basta, pois, **além de realizada, a receita deve traduzir disponibilidade de recursos em poder do sujeito passivo** que permita destacar a parcela correspondente ao tributo, única forma de viabilizar o aporte compulsório de recursos para o almejado custeio da Seguridade Social. (grifos nossos)¹³.

Retomando a operacionalização do programa de fidelidade, sabemos que os direitos e deveres da empresa administradora de pontos advêm de um único negócio jurídico: o contrato de parceria comercial. Em função desse instrumento, após a ocorrência da transação geradora, a administradora de pontos adquire o direito aos valores contratualmente fixados, com o correspondente dever de conceder os pontos ao cliente e arcar com o custo do resgate.

Assim, a eficácia do contrato de parceria está condicionada ao implemento de uma condição futura e incerta, posto que antes da ocorrência da tran-

12. ATALIBA, Geraldo. ISS e base imponible. *In*: ATALIBA, Geraldo. **Estudos e pareceres de direito tributário**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1978. v. 1, p. 88.

13. MINATEL, José Antonio. **Conteúdo do conceito de receita e regime jurídico para sua tributação**. São Paulo: MP Editora, 2005. p. 66.

sação geradora a administradora de pontos não faz jus ao recebimento dos valores das parceiras, tampouco está obrigada a conceder pontos ou custear a operação de resgate.

Repise-se que, nesse momento, a empresa administradora de pontos apenas assume a obrigação de arcar com o resgate, cuja satisfação ocorrerá quando do efetivo resgate dos pontos pelo cliente ou do vencimento dos pontos. Dessa forma, a satisfação da obrigação também está condicionada ao implemento de condição futura, sendo certo que o reconhecimento da receita não poderá ocorrer antes de seu implemento.

De fato, enquanto não implementada a condição, o negócio jurídico encontra-se suspenso. Os direitos e deveres subordinados a evento futuro não incorporados ao patrimônio da pessoa jurídica constituem meras expectativas de direito.

Importante destacar que a definitividade da receita não diz respeito ao período de permanência do valor no patrimônio do sujeito passivo, mas de sua aquisição definitiva, com o preenchimento de todos os requisitos de dada relação jurídica. Assim, não importa o lapso pelo qual os valores recebidos das empresas parceiras transitaram na contabilidade da empresa administradora, mas sim o momento em que tais valores foram definitivamente incorporados ao seu patrimônio, podendo ser empregados na aquisição do objeto de resgate escolhido pelo cliente.

Não poderia haver outra conclusão, uma vez que a própria incerteza da operação de resgate retira a certeza e a confiabilidade dos ingressos no patrimônio da pessoa jurídica, características ínsitas ao conceito de receita. Logo, o direito de pleitear o resgate dos pontos junto à empresa administradora não é suficiente para determinar o momento exato da realização da receita, sendo necessário o exercício do direito pelo titular ou a perda do direito de exercê-lo.

Da mesma maneira, até que o titular resgate os pontos ou perca o direito de resgatá-los, não é possível precisar o montante da receita que será realizada. Isso porque os ingressos financeiros estão vinculados à satisfação da operação de resgate, não podendo ser empregados para fins diversos. Não há como antecipar as despesas que serão arcadas pela empresa administradora de pontos antes da ocorrência da operação de resgate, ou até o vencimento dos pontos.

Assim, deverão ser confrontados os ingressos financeiros e o custo da operação de resgate para determinar a receita tributável, e, quando não houver resgate, a receita deverá ser reconhecida integralmente.

Logo, impõe-se o diferimento do reconhecimento da receita para o momento em que a obrigação seja satisfeita, seja pelo resgate, seja pelo vencimento dos pontos.

Não difere da disciplina contábil, que trata exaustivamente do conceito de receita e das obrigações de *performance*, nas quais se enquadram as transações praticadas no contexto do programa de fidelidade.

As obrigações de *performance* são aquelas em que a empresa se compromete a transferir ao cliente bens ou serviços distintos, assim compreendidos os bens ou serviços que podem ser aproveitados isoladamente ou em conjunto com outros recursos, separadamente identificáveis das demais promessas contratuais¹⁴.

Percebe-se, portanto, que a transação geradora dos pontos não se confunde com a transação de resgate, nem com a resolução da obrigação de satisfazer a transação de resgate pela não utilização dos pontos em tempo hábil. Logo, cada operação irá reconhecer receita em momentos distintos.

Nesse sentido, o Pronunciamento Técnico CPC 47, inspirado nas normas internacionais de contabilidade veiculadas no IFRS 15, determina que o reconhecimento da receita observará as seguintes etapas: (i) identificação do contrato com o cliente, (ii) identificação das obrigações de *performance*, (iii) determinação do preço da transação, (iv) alocação do preço da transação às obrigações de *performance*, e (v) reconhecimento da receita conforme as obrigações de *performance* sejam satisfeitas.

Então, a receita deverá ser reconhecida conforme a obrigação de *performance* seja satisfeita, com a transferência do controle do bem ou serviço ao cliente, nos termos do item 31 do CPC 47.

No contexto do programa de fidelidade, a obrigação será satisfeita no momento em que o cliente utiliza seus pontos para resgatar o prêmio, obtendo o controle do ativo prometido, ou no momento em que os pontos expiram, resolvendo a obrigação da empresa de arcar com o custo do resgate.

Não destoa a Interpretação A do Pronunciamento CPC 30, que versa especificamente sobre os programas de fidelidade. A Interpretação A impõe a observância do item 13 do Pronunciamento CPC 30 em detrimento do item 19 do mesmo diploma, afirmando mais uma vez que o reconhecimento da receita deverá ser diferido, sendo indevida a constituição de provisão para custos futuros estimados para o fornecimento dos prêmios.

Ademais, quanto posto sob a análise do CARF, restou decidido que "o montante recebido em uma transação cuja obrigação de *performance* não se

14. CPC 47 – Receita de Contrato com Cliente –, itens 22 e 27.

encontra plenamente determinada deve ser reconhecido como receita diferida, ocorrendo o reconhecimento da receita apenas quando atendidas as obrigações assumidas"¹⁵. Para o tribunal administrativo, a tributação do programa de fidelidade desenvolvido por terceiros deve observar as regras contábeis no tocante à qualificação, imputação temporal e valoração de fatos econômicos. Dessa forma, a jurisprudência corrobora a posição jurídica e contábil, determinando que a receita deverá ser reconhecida apenas quando da efetiva operação de resgate ou do vencimento dos pontos.

5 CONCLUSÃO

Os programas de fidelidade são instrumentos comerciais de extrema valia, especialmente em ambientes altamente competitivos, desenvolvidos para estimular a atividade empresarial e fidelizar a clientela, cuja operacionalização envolve intrincadas operações que podem gerar dúvidas quanto à sua tributação.

Existem diversos fatores que acentuam esse cenário, porque, apesar de serem cada vez mais comuns, os programas de fidelidade não seguem um padrão específico; pelo contrário, são pensados e estruturados a partir de uma determinada atividade. Assim, são customizados para atender às necessidades e expectativas daquela atividade, podendo assumir as mais diversas formas.

A pluralidade de espécies de programas de fidelidade, em conjunto com a ausência de regulamentação dessa atividade, acaba por dificultar a compreensão das operações envolvidas e das suas consequências fiscais. Para os fins deste artigo, foram analisados os programas de fidelidade administrados por empresa especializada, instrumentalizados por meio de uma rede de coalizão.

Desse tipo de programa de fidelização participam ao menos três sujeitos: a empresa administradora de pontos, a empresa parceira e o cliente. E, a partir das relações entre eles estabelecidas, é constituída uma rede de fornecedores que aumentam as possibilidades de resgate. Dessa forma, a empresa administradora de pontos firma contrato de parceria comercial com diversas outras empresas, em virtude do qual recebe valores das parceiras e assume obrigações perante os clientes.

Então, as relações jurídicas celebradas entre os clientes e as empresas parceiras, embora não envolvam diretamente a empresa administradora de pontos, são os eventos que desencadeiam a concessão de pontos e a respectiva assunção da obrigação de custear a operação de resgate. É dizer, em função de um

15. Acórdão 3402-004.146, de 2017.

negócio jurídico alheio, a empresa administradora de pontos adquire direitos e deveres que irão refletir em sua esfera patrimonial e, conseqüentemente, sobre os quais a tributação incidirá.

Em suma, uma vez ocorrida a transação geradora, a empresa administradora de pontos concede imediatamente os pontos aos clientes e, também imediatamente, assume a obrigação de arcar com os custos do resgate. Contudo, a satisfação da obrigação assumida só será satisfeita no futuro, quando do efetivo resgate ou do vencimento dos pontos.

Dessa forma, o primeiro passo para definir a tributação desses programas é identificar o que o ordenamento jurídico entende como receita tributável. E, partindo de uma análise fria da legislação e da interpretação dada tanto pela doutrina quanto pela jurisprudência, é possível afirmar que receita é o ingresso novo e positivo que se integra ao patrimônio da pessoa jurídica permanentemente, sem reserva, condição ou compromisso, proveniente do exercício das atividades desenvolvidas pela entidade.

Além disso, merece especial destaque o momento em que a receita deverá ser reconhecida; em outras palavras, o momento em que o ingresso passa a integrar o patrimônio da pessoa jurídica definitivamente. No contexto do programa de fidelidade, os valores recebidos das empresas parceiras estão vinculados à obrigação de arcar com a operação de resgate, de forma que não poderão ser reconhecidos como receita antes desse momento, ou do vencimento dos pontos quando o cliente não realizar o resgate.

Assim, com base em tudo que se expôs neste estudo, é possível concluir que apenas haverá receita, definitivamente incorporada ao patrimônio, para fins de incidência do PIS e da Cofins, a partir do momento em que o cliente resgatar os pontos, obtendo o controle do ativo prometido, ou quando os pontos vencerem, resolvendo a obrigação da empresa de arcar com o custo do resgate.

6 REFERÊNCIAS

ALVES, Eduardo; STERZECK, Gisele. Programa fidelidade: reconhecimento de receita e tributação. *In*: PINTO, Alexandre Evaristo; SILVA, Fabio Pereira; MURCIA, Fernando Dal-Ri (org.). **Controvérsias jurídico-contábeis**. São Paulo: Atlas, 2019.

ATALIBA, Geraldo. ISS e base imponible. *In*: ATALIBA, Geraldo. **Estudos e pareceres de direito tributário**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1978. v. 1.

COELHO, Eduardo Junqueira. Da indevida exigência de PIS/Cofins sobre receitas não recebidas em virtude de inadimplência do devedor. *In*: MOREIRA, André Mendes *et al.* (org.). **Direito das telecomunicações e tributação**. São Paulo: Quartier Latin, 2006.

LOPES, Jorge N. F.; PAIVA, Marina Monte Alegre de. Desafios na tributação dos programas de fidelização. In: FARIA, Renato Vilela; SILVEIRA, Ricardo Maitto da; MONTEIRO, Alexandre Luiz Moraes do Rêgo (coord.). **Tributação da economia digital**: desafios no Brasil, experiência internacional e novas perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2018.

MINATEL, José Antonio. **Conteúdo do conceito de receita e regime jurídico para sua tributação**. São Paulo: MP Editora, 2005.

OLIVEIRA, Ricardo Mariz de. **Fundamentos do imposto de renda**. São Paulo: Quartier Latin, 2008.

POLIZELLI, Victor Borges. **O princípio da realização da renda**: reconhecimento de receitas e despesas para fins de IRPJ. São Paulo: Quartier Latin, 2012.

RAPP, Stan; COLLINS, Thomas L. **A 5ª geração do marketing**: maximarketing II. São Paulo: Makron Brooks, 1994.

RFB – RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Solução de Consulta Cosit n. 15, de 9 de janeiro de 2023. Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=128320>. Acesso em: 9 out. 2023.

