

FICHA DOUTRINÁRIA

Diploma: Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares

Artigo/Verba: Art.5º - Rendimentos da categoria E

Assunto: Enquadramento fiscal de uma campanha comercial com atribuição de um benefício

Processo: 29502, com despacho de 2026-02-13, do Subdiretor-Geral da Área Gestão Tributária - IR, por delegação

Conteúdo: Pretende o requerente que lhe seja prestada informação vinculativa, quanto ao enquadramento fiscal de uma campanha comercial, especificamente, se poderá ser considerada como gerando um rendimento tributável na esfera pessoal do cliente, em sede de Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares ("IRS") e, consequentemente, se esse rendimento estará sujeito a retenção na fonte de imposto.

Para o efeito esclarece, em síntese, o seguinte:

- A requerente é uma instituição financeira, especificamente, uma instituição de crédito, estando inserida no mercado bancário português, que no âmbito da sua atividade e com o objetivo exclusivo de angariação de novos clientes, desenvolve campanhas comerciais que envolvem ofertas comerciais a estes de determinados serviços ou bens de consumo, em troca de uma nova relação de clientela e da contratação de múltiplos serviços.

- Estas campanhas comerciais de fidelização são práticas comuns no mercado, utilizadas para atrair novos clientes e/ou manter os atuais, constituindo uma ferramenta estratégica no âmbito do marketing relacional, orientada para a criação e manutenção de relações duradouras entre empresas e clientes. Estas campanhas consistem em benefícios adicionais, como descontos, brindes e serviços ou bens de consumo exclusivos, concedidos mediante a contratação de determinados produtos ou serviços ou o estabelecimento de uma nova relação comercial. A sua utilidade reside em criar valor percebido pelo cliente, incentivando a escolha da marca, a adesão a produtos e serviços, bem como aumentando a taxa de retenção.

- Um exemplo típico é oferecer um brinde atrativo, como um voucher de desconto em determinado comerciante ou prestador de serviços ou um gadget tecnológico, condicionado à adesão a um plano específico ou à subscrição de um serviço por um período mínimo de tempo. Este tipo de benefício atua como um catalisador na decisão de compra, pois o cliente tem um incentivo imediato para além do serviço contratado.

- A utilização destas campanhas serve o propósito de:

- a) Angariação de novos clientes através da criação de valor imediato.
- b) Fidelização por compromisso, estabelecendo condições que prolonguem a relação comercial (ex.: permanência mínima ou subscrição de produtos complementares).
- c) Diferenciação competitiva, destacando a marca num mercado com elevada homogeneidade de ofertas.

- No caso do requerente, a campanha promocional que este pretende implementar consiste, em termos de característica principal, e em termos materiais, na oferta de um telemóvel, de acordo com os seguintes critérios de elegibilidade:

- Novos clientes (sem relação comercial atualmente com o REQUERENTE) que abram uma conta bancária;
- Obrigam-se a domiciliar o seu ordenado nessa conta bancária;
- O salário domiciliado deverá ser superior a xxx;
- Têm de contratar um Cartão de Crédito associado a essa conta bancária;

- Têm de realizar compras mensais iguais ou superiores a xxx por mês com o Cartão de Crédito contratado.

- Releva nesta campanha o facto de o cliente celebrar um contrato de crédito coligado com o requerente e, com a duração de 36 meses, o qual serve o propósito de adquirir um telemóvel de uma determinada marca a um designado fornecedor, numa relação direta entre este e o cliente. Saliente-se que o requerente não adquire o telemóvel e o entrega ao cliente; faz sim é a ligação entre as partes e financia a aquisição do telemóvel diretamente pelo cliente perante o fornecedor, com o qual o requerente celebra um contrato de distribuição, sendo a fatura emitida diretamente com os dados dos clientes.

- No que tange à concretização da campanha comercial, caso o novo cliente cumpra os requisitos iniciais da adesão e de contratação dos supra referidos serviços financeiros e cumpra também os requisitos mensais igualmente referidos, a prestação mensal do crédito coligado é cobrada pelo requerente junto do cliente num primeiro momento (sujeita aos termos gerais e fiscais aplicáveis a uma prestação mensal de crédito ao consumo), e, num segundo momento, o requerente credita junto do cliente o valor correspondente à prestação do crédito, não incorrendo o cliente em qualquer encargo nesse dado mês.

Nos casos em que o cliente não cumpra algum dos critérios mensais, a prestação do crédito é cobrada (como o é em qualquer caso), mas não é creditado qualquer montante ao cliente, incorrendo este no custo integral dessa prestação do crédito.

- Assim, os requisitos da atribuição comercial são analisados mensalmente, não sendo possível afirmar, a priori, que o cliente não irá ter qualquer encargo com a aquisição do equipamento (telemóvel), pelo que, também, não é certo nem garantido que o requerente vá suportar, em termos finais, os custos integrais referentes ao equipamento.

- Aliás, estando a campanha em ligação com o referido contrato de crédito, caso o cliente incumpra os respetivos termos, não pagando a prestação mensal do crédito, mesmo no caso em que cumpra com os requisitos, não irá ser creditado qualquer montante na sua conta.

- A questão que se coloca prende-se com o enquadramento fiscal desta campanha comercial, especificamente se poderá ser considerada como gerando um rendimento tributável na esfera pessoal do cliente, em sede de Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares ("IRS") e, consequentemente, se esse rendimento estará sujeito a retenção na fonte de imposto.

Entende o requerente que se está perante uma oferta comercial usual, dentro do normal comércio jurídico, estando a oferta fora do escopo normativo de incidência do IRS.

Enquanto questão secundária, e caso se entenda que a campanha comercial consubstancia um rendimento tributável na esfera do cliente, pretende confirmar qual o momento em que se afere o facto tributário, em especial, para o efeito da eventual sujeição a retenção na fonte.

INFORMAÇÃO

1. A questão a analisar no âmbito do presente pedido prende-se com os seguintes factos:

a) A requerente é uma instituição financeira que no âmbito da sua atividade e com o objetivo exclusivo de angariação de novos clientes, desenvolve campanhas comerciais, pretendendo implementar uma nova campanha promocional para angariação de novos clientes, com os seguintes critérios de elegibilidade:

- Obrigam-se a domiciliar o seu ordenado nessa conta bancária;

- O salário domiciliado deverá ser superior a xxx mensais;

- Têm de contratar um Cartão de Crédito associado a essa conta bancária, pelo período de 36 meses;

- Têm de realizar compras mensais iguais ou superiores a xxx por mês com o Cartão de Crédito contratado;
- Cumpridas todas as condições a instituição financeira tem uma "oferta" ao cliente, concretizando-se no pagamento das prestações referentes à aquisição de um telemóvel.

2. Tal como descrito no pedido, em contrapartida da abertura de conta e da contratação dos serviços financeiros, bem como os restantes requisitos associados, o requerente pode, indiretamente, suportar os custos associados à aquisição de um telemóvel, o qual deverá ser adquirido diretamente pelo cliente junto de um fornecedor específico com quem foi celebrado um contrato de distribuição, sendo a fatura emitida em nome do cliente.

3. A presente operação, correspondente a uma campanha promocional de abertura de conta associada a Cartão de Crédito, encontra-se sujeita à realização de compras mensais de valor igual ou superior a €200 (duzentos euros). A referida campanha confere ao cliente uma vantagem patrimonial consubstanciada no benefício promocional relativo ao pagamento das prestações relativas à aquisição de um telemóvel, cujo custo corresponde ao referido benefício e cuja atribuição depende do integral cumprimento das condições contratuais estabelecidas pelo requerente.

4. Após a celebração do contrato de abertura de conta, ao qual está associada a atribuição de um cartão de crédito, o banco assume uma obrigação de natureza condicional: creditar na conta do cliente o valor correspondente à prestação do telemóvel (adquirido diretamente por este último junto do fornecedor indicado pela requerente), desde que este cumpra os critérios previamente definidos concretamente, efetuar compras mensais iguais ou superiores a €200 com o cartão de crédito contratado.

5. Deste modo, quando o requerente se refere à operação como uma "oferta ao cliente", trata-se, na realidade, de um benefício promocional sujeito a condição. O banco compromete-se a conceder uma vantagem patrimonial dependente do cumprimento das condições estipuladas. Assim, se o cliente cumprir a condição isto é, realizar a despesa exigida o banco credita o valor da prestação. Caso contrário, essa obrigação extingue-se e a "oferta" não se concretiza, permanecendo a cargo do cliente o pagamento da prestação.

6. Para este efeito, conforme descrito no pedido, o cliente celebra um contrato de crédito com a duração de 36 meses para a aquisição de um telemóvel junto de um fornecedor (com quem o banco mantém um contrato de distribuição). A prestação mensal desse crédito coligado é inicialmente cobrada pelo banco ao cliente, de acordo com os termos gerais e fiscais aplicáveis ao crédito ao consumo. Posteriormente, se verificadas as condições da campanha, o banco credita ao cliente o valor correspondente à prestação, traduzindo-se este ato no benefício efetivo para o cliente.

7. Vejamos, pois, as implicações em IRS derivadas desta campanha promocional na esfera dos beneficiários.

8. Atendendo ao princípio da tipicidade que vigora em direito fiscal, só estão sujeitos a IRS os factos tributários previstos nas normas de incidência do Código do IRS (CIRS).

9. Ora, atendendo às diversas categorias de rendimentos previstas no CIRS, este tipo de campanha promocional de abertura de conta com Cartão de Crédito, associado a um benefício sujeito a condição acessória, não gera rendimentos com enquadramento na Categoria A, Categoria B, Categoria F e Categoria H.

10. Relativamente ao enquadramento na Categoria E, consideram-se como rendimentos de capitais os frutos e demais vantagens económicas, qualquer que seja a sua natureza ou denominação, sejam pecuniários ou em espécie, procedentes, direta ou indiretamente, de elementos patrimoniais, bens, direitos ou situações jurídicas, de natureza mobiliária, bem como da respetiva modificação, transmissão ou cessação, com exceção dos ganhos e outros rendimentos tributados noutras categorias (n.º 1 do artigo 5.º do Código do IRS).

11. Assim, importa aferir se na ótica do beneficiário o pagamento das prestações referentes ao benefício em causa, "valor referente a prestação na aquisição de um telemóvel" se enquadra no conceito de rendimento de capital.

12. Do ponto de vista económico considera-se como rendimento a remuneração de um fator produtivo (salário, renda, juro, lucro).

13. No caso em análise, campanha promocional de abertura de conta com Cartão de Crédito, tem como finalidade a angariação de novos clientes e a sua fidelização, mediante compromisso, estabelecendo condições que visam prolongar a relação comercial. Ao respetivo contrato está associada uma vantagem/benefício do cliente, a devolução em crédito do valor da prestação do telemóvel e em situação de incumprimento por parte deste implica que o banco não lhe credita aquele valor. Ora, em qualquer dos cenários, não se verifica a obtenção de um fruto ou vantagem económica que permita qualificar tal atribuição como rendimento de capitais.

14. No que concerne ao enquadramento na Categoria G, vejamos o artigo 10.º do Código do IRS. Nos termos deste artigo constituem maisvalias os ganhos que resultam da alienação onerosa de bens (imóveis, partes sociais, valores mobiliários, certos direitos, etc.).

15. Assim, para que o benefício promocional seja subsumível neste artigo, seria necessário que decorresse de uma das situações aí tipificadas. Portanto, o benefício que se traduza numa simples vantagem concedida, sem alienação de um bem ou direito pelo cliente, não se enquadra, em regra, neste artigo.

16. Podemos, pois, concluir que uma campanha promocional de abertura de conta com cartão de crédito, em que o banco concede um benefício (crédito em conta) sujeito a condição acessória, não é subsumível no artigo 10.º do CIRS, porquanto o cliente não está a alienar um bem ou direito do seu património.

17. Relativamente ao artigo 9.º do Código do IRS, incrementos patrimoniais, importa referir que esta constitui uma norma residual, abrangendo apenas os rendimentos expressamente previstos, desde que não se integrem noutras categorias de rendimentos. Ora, a devolução da prestação do telemóvel configura um encargo da instituição financeira (ainda que sujeito a reembolso) ou, em alternativa, do próprio cliente. Consequentemente, esta operação financeira não origina qualquer rendimento tributável em sede de IRS, no âmbito da Categoria G.

18. Perante o exposto, pelo requerente o benefício associado à operação de abertura de conta com Cartão de Crédito, concretizado pelo pagamento em crédito do valor das prestações referentes à aquisição de um telemóvel, não deverá ser sujeita a tributação na esfera dos beneficiários, para efeitos de IRS, uma vez que não se enquadra como rendimento de capitais, nos termos do artigo 5.º do Código do IRS, nem em qualquer outra categoria de rendimentos, devendo ser emitido documento de quitação ao cliente.