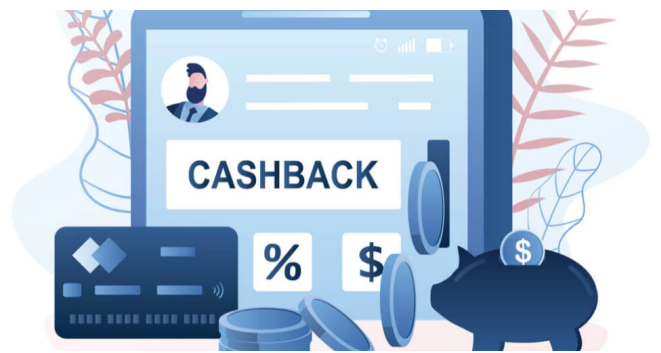


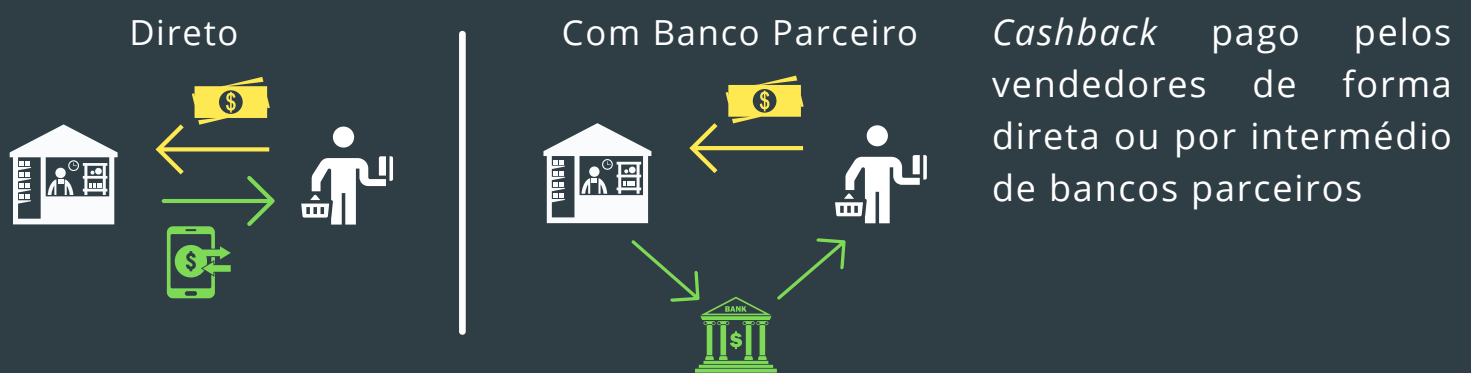
CASHBACK

Os programas de cashback se popularizaram no país, acompanhando o crescimento do E-commerce. Esse mecanismo permite que os consumidores recuperem parcela do valor gasto em suas compras, tendo substituído com sucesso antigos programas de milhagem e cupom, cuja utilização dos benefícios era limitada por prazo, seleção de parceiros entre outras regras.



Aparentemente o cashback se apresenta como uma ferramenta para fidelização do cliente e aumento das operações comerciais. Porém, as relações jurídicas relacionadas aos programas de cashback pode compreender outros interesses, dependendo das partes envolvidas e conteúdo dos contratos firmados entre elas. É o que se conclui a partir da análise dos principais modelos de programas de cashback consolidados no mercado:

VENDEDOR



Cashback pago pelos vendedores de forma direta ou por intermédio de bancos parceiros

Cashback pago por Plataformas, que prestam serviços de publicidade aos varejistas parceiros e coletam dados dos clientes cadastrados

PLATAFORMA DE CASHBACK



Cada modelo revela diferentes objetivos buscados pelas partes envolvidas e as relações jurídicas mantidas entre elas, sujeitas à tributação específica, em especial no que concerne (i) aos valores devolvidos aos consumidores e eventual obrigatoriedade de retenções; e (ii) às despesas incorridas pelo varejista, inclusive para fins de dedutibilidade de IRPJ e CSLL e geração de créditos de PIS e COFINS.

VANTAGENS



- Aumento de vendas
- Fidelização do cliente
- Captação e tratamento de dados dos consumidores
- Criação de campanhas de *marketing* direcionadas



IMPACTOS E DESAFIOS



- Atenção ao tratamento tributário e os riscos fiscais que variam de acordo com o modelo adotado
- Elaboração dos Termos de Uso e Política de Privacidade
- Contratos com parceiros

Para saber mais, entre em contato com:

Carolina Romanini Miguel - crm@machadoassociados.com.br
Mércia de Paiva Bragade - gcr@machadoassociados.com.br