

Ofício Circulado N.º: 15685 2019-01-03

Entrada Geral:

N.º Identificação Fiscal (NIF): 0

Sua Ref.ª:

Técnico:

Alfândegas

Delegações Aduaneiras

Postos Aduaneiros

Ordem dos Despachantes Oficiais

Operadores Económicos

**Assunto:** VALOR ADUANEIRO - DESPESAS DE MARKETING

Considerando que importa clarificar questões relativas ao tratamento, para efeitos de cálculo do Valor Aduaneiro, de despesas de marketing partilhadas entre o vendedor e o comprador, transcreve-se, a seguir, o entendimento do Comité do Grupo de Peritos Aduaneiros – Secção do Valor Aduaneiro, criado nos termos do artigo 285º do Regulamento (UE) nº 952/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 9 de Outubro de 2013, que estabelece o Código Aduaneiro da União (CAU) sobre a matéria, aplicável a uma situação concreta ocorrida num Estado membro:

1. Ao preço total facturado pelas mercadorias importadas são deduzidos pagamentos/prestações relativos a despesas de marketing, promoções comerciais e outras, referidos como “despesas de marketing” ao longo deste documento.
2. O importador (comprador) obtém uma dedução ou um desconto nas suas compras, ou recebe um pagamento ou prestação (também designado por crédito), de cerca de 5%-6% do preço total das mercadorias encomendadas.
3. Este pagamento diz respeito a despesas de marketing efectuadas pelo comprador. Em alguns casos é recebido antecipadamente, sendo aplicável a despesas futuras.
4. De acordo com a política de marketing, esta dedução/desconto representa a contribuição do vendedor para despesas de marketing partilhadas, e é feita na expectativa que o comprador (importador) a complemente com uma despesa de igual montante. Neste caso, o comprador e o vendedor repartem a despesa de marketing em partes iguais. O comprador compromete-se a usar o montante total na comercialização dos produtos.

5. O comprador submete o plano de marketing ao vendedor para aprovação e estipula que o vendedor tem o direito de inspeccionar as actividades de marketing para se assegurar que os fundos estão a ser utilizados de forma responsável.
6. Durante o controlo à posteriori, os documentos apresentados pelo importador às Alfândegas do Estado membro em causa provaram que o valor total das despesas de marketing foi dividido igualmente entre comprador e vendedor.

Enquadramento legal:

7. O nº 2, do artigo 129º do AE-CAU estipula que “não são consideradas como pagamento indirecto ao vendedor as actividades, incluindo as actividades de comercialização, levadas a cabo pelo comprador, ou por uma empresa coligada com o vendedor, por conta deste ou por sua própria conta, distintas daquelas para as quais está previsto um ajustamento no artigo 71º do Código”.

Orientação da OMA

*Actividade levada a cabo pelo comprador*

8. O Comentário nº 16.1 do Comité Técnico do valor aduaneiro da OMA estipula que “... na prática comercial, as actividades que o comprador levar a cabo após a compra das mercadorias e antes da importação podem variar. Podem incluir actividades com o objectivo de promover a venda e a distribuição das mercadorias no país de importação. O custo destas actividades, quando são levadas a cabo pelo comprador por sua própria conta, não devem ser consideradas um pagamento indirecto ao vendedor, mesmo que sejam feitas em benefício do vendedor ...”.

Observações:

9. O termo “actividades de marketing” engloba o conjunto de actividades que se relacionam com a publicidade e a promoção da venda das mercadorias importadas. Estas actividades são normalmente levadas a cabo por iniciativa do comprador, mesmo que estejam previstas num acordo com o vendedor, e o respectivo custo não constitui um pagamento feito como condição de venda das mercadorias importadas.
10. Nos casos em apreciação, os custos ligados às actividades de marketing são repartidos entre o comprador e o vendedor. A contribuição do vendedor para as despesas de marketing corresponde quer a uma *redução ao preço* das mercadorias importadas, quer à atribuição de *um crédito* (crédito suplementar), que, na prática, têm o mesmo efeito uma vez que se traduzem por

uma redução do preço pago. O tratamento das duas situações para efeitos de determinação do valor aduaneiro deve ser o mesmo.

Questões:

11. Pergunta: O valor aduaneiro das mercadorias importadas pode ser afectado pela contribuição do vendedor para as despesas de marketing?

Resposta: Não. Quando o vendedor reduz o preço sob condição do comprador levar a cabo actividades de marketing (podendo haver partilha de custo), tal redução do preço não deve ser considerada no valor aduaneiro.

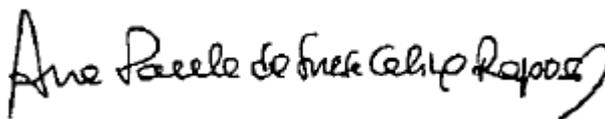
Pergunta: O contributo do vendedor para as despesas de marketing das mercadorias importadas pode servir de base a um ajustamento do preço das mercadorias? Se sim, qual a base legal?

Resposta: A resposta é semelhante à da pergunta anterior.

12. Pergunta: Pode aplicar-se a legislação relativa aos descontos?

Resposta: As regras relativas aos descontos não são aplicáveis.

A Subdiretora Geral



Ana Paula Caliço Raposo