

Bogotá, D.C.,

Señor(a)

<b>No. del Radicado</b>	<b>1-2023-042024</b>
<b>Fecha de Radicado</b>	<b>09 de noviembre del 2023</b>
<b>Nº de Radicación CTCP</b>	<b>2023-0565</b>
<b>Tema</b>	<b>Reconocimiento de los puntos de fidelización</b>

### CONSULTA (TEXTUAL)

*"(...) Somos una empresa dedicada a la venta de productos y actualmente implementamos un sistema de fidelización de clientes, mediante el cual estos acumulan puntos que pueden ser posteriormente redimidos por productos o por un menor valor de los mismos.*

*Actualmente, operamos dos modelos de acumulación de puntos:*

*En el primer modelo, un tercero es responsable de administrar los puntos que los clientes acumulan con nuestras compras.*

*En el segundo modelo, la propia compañía administra los puntos acumulados por los clientes.*

*La consulta que queremos plantear ante este honorable consejo es cómo deberíamos abordar el tratamiento contable de estos dos modelos, especialmente teniendo en cuenta que en el primero de ellos, la compañía no se encarga de la administración de los puntos acumulados."*

### CONSIDERACIONES Y CONCEPTO

El Consejo Técnico de la Contaduría Pública (CTCP) en su carácter de Organismo Orientador técnico-científico de la profesión y Normalizador de las Normas de Contabilidad, de Información Financiera y de Aseguramiento de la Información, conforme a las normas legales vigentes, especialmente por lo dispuesto en la Ley 43 de 1990, la Ley 1314 de 2009, y en sus Decretos Reglamentarios, procede a dar respuesta a la consulta anterior de manera general, pues no se pretende resolver casos particulares, en los siguientes términos:

En primer término, debemos aclarar que habiéndose emitido los decretos que ponen en vigencia los estándares de información financiera en Colombia, el tratamiento contable debe efectuarse teniendo en cuenta el marco técnico normativo que le corresponda a la entidad. Dado que la consulta no especifica a qué grupo pertenece la entidad en cuestión, este concepto se desarrolla teniendo como referencia el Marco Técnico Normativo de la NIIF para las Pymes correspondiente al Grupo 2, que se encuentra contenido en el Anexo 2 del Decreto Único Reglamentario 2420 de 2015<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> <https://www.ctcp.gov.co/publicaciones-ctcp/compilaciones-normativas/anexo-2-del-dur-2420-de-2015-normas-de-informacion/compilacion-anexo-2-a-diciembre-31-de-2020-niif-py>

En relación con el tratamiento contable de las “Ventas con un premio de fidelización de clientes”, la Sección 23 – Ingresos de actividades ordinarias de la NIIF para las Pymes establece:

*“23.8 Normalmente, una entidad aplicará los criterios de reconocimiento de ingresos de actividades ordinarias de esta sección por separado a cada transacción. (...)”*

*23.9 A veces, como parte de una transacción de venta, una entidad concede a su cliente un premio por fidelización que éste puede canjear en el futuro en forma de bienes o servicios gratuitos o descuentos sobre éstos. **En este caso, de acuerdo con el párrafo 23.8, la entidad contabilizará los créditos-premio como un componente identificable de forma separada de la transacción de ventas inicial. La entidad distribuirá el valor razonable de la contraprestación recibida o por recibir por la venta inicial entre los créditos-premio y otros componentes de la venta. La contraprestación distribuida entre los créditos-premio se medirá tomando como referencia su valor razonable, es decir, según el importe por el que los créditos-premio podrían venderse por separado.”***

Para ilustrar lo anterior, los párrafos 23A.16 y 23A.17 presentan el siguiente ejemplo:

*“23A.16 Una entidad vende el producto A por 100 u.m. Los compradores del producto A obtienen un crédito-premio que les permite adquirir el producto B por 10 u.m. El precio de venta normal del producto B es 18 u.m. La entidad estima que el 40 por ciento de los compradores del producto A usarán su premio para adquirir el producto B a 10 u.m. El precio de venta normal del producto A, después de tener en cuenta los descuentos que normalmente se ofrecen, pero que durante esta promoción no están disponibles, es de 95 u.m.*

*23A.17 El valor razonable del crédito-premio es:  $40 \text{ por ciento} \times [18 \text{ u.m.} - 10 \text{ u.m.}] = 3,20 \text{ u.m.}$  La entidad distribuye el ingreso de actividades ordinarias total de 100 u.m. entre el producto A y el crédito-premio tomando como referencia los valores razonables relativos de 95 u.m. y 3,20 u.m., respectivamente.*

Por consiguiente:

*(a) el ingreso de actividades ordinarias del producto A es igual a  $100 \text{ u.m.} \times [95 \text{ u.m.} \div (95 \text{ u.m.} + 3,20 \text{ u.m.})] = 96,74 \text{ u.m.}$ ; y*

*(b) el ingreso de actividades ordinarias del producto B es igual a  $100 \text{ u.m.} \times [3,20 \text{ u.m.} \div (95 \text{ u.m.} + 3,20 \text{ u.m.})] = 3,26 \text{ u.m.}$ ”*

En resumen, conforme a la Sección 23 de la NIIF para las Pymes, cuando una entidad otorga premios de fidelización como parte de una transacción de venta, éstos deben contabilizarse como un componente separado de la transacción inicial. La entidad distribuirá la contraprestación recibida entre los créditos-premio y otros componentes de la venta, basándose en sus valores razonables respectivos. La ilustración proporcionada destaca la importancia de medir y distribuir adecuadamente los ingresos de actividades ordinarias relacionados con los productos y los premios, asegurando una presentación precisa en los estados financieros.

Respecto al primer modelo mencionado, si es un tercero quien suministra los premios, la entidad evaluará si recibe la contraprestación asignada a los créditos-premio en su propio nombre (es decir, como el principal en la transacción) o en nombre del tercero (es decir, como un agente que obra por cuenta del tercero).

Así las cosas, si la entidad recoge la contraprestación en nombre del tercero, el tratamiento contable recomendado sería el siguiente:

**Calle 28 N° 13A -15 / Bogotá, Colombia**

Código Postal 110311 - Nit. 830115297-6

Conmutador (571) 6067676 – Línea Gratuita 01 8000 958283

Email: [info@mincit.gov.co](mailto:info@mincit.gov.co)

[www.mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co)



GD-FM-009.v20

1. medirá su ingreso de actividades ordinarias como el importe neto retenido a su favor, es decir, la diferencia entre la contraprestación asignada a los créditos-premio y el importe por pagar al tercero por el suministro de los premios, y
2. reconocerá este importe neto como ingreso de actividades ordinarias cuando el tercero pase a estar obligado a suministrar el premio y tenga derecho a recibir la contraprestación por hacerlo. Estos hechos pueden tener lugar tan pronto como se concedan los créditos-premio. De forma alternativa, si el cliente puede elegir entre reclamar los premios a la entidad o al tercero, estos hechos pueden tener lugar solo cuando el cliente elija reclamar los premios a este último.

Si la entidad recoge la contraprestación en su propio nombre, medirá su ingreso de actividades ordinarias como la contraprestación bruta distribuida entre los créditos-premio y lo reconocerá cuando cumpla con sus obligaciones con respecto a dichos premios.

En los términos anteriores se absuelve la consulta, indicando que, para hacerlo, este organismo se ciñó a la información presentada por el consultante y los efectos de este concepto son los previstos por el artículo 28 de la Ley 1437 de 2011, modificado por el artículo 1 de la Ley 1755 de 2015.

Cordialmente,



**JAIRO ENRIQUE CERVERA RODRÍGUEZ**  
Consejero – CTCP

Proyectó: Miguel Ángel Díaz Martínez / Jairo Enrique Cervera Rodríguez

Consejero Ponente: Jairo Enrique Cervera Rodríguez

Revisó y aprobó: Jimmy Jay Bolaño Tarrá/Jesús M Peña Bermúdez/Carlos Augusto Molano Rodríguez/Jairo Enrique Cervera Rodríguez

**Calle 28 N° 13A -15 / Bogotá, Colombia**

Código Postal 110311 - Nit. 830115297-6

Conmutador (571) 6067676 – Línea Gratuita 01 8000 958283

Email: [info@mincit.gov.co](mailto:info@mincit.gov.co)

[www.mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co)



GD-FM-009.v20