

# CINIIFCH 13

## **PROGRAMAS PARA CLIENTES LEALES**

**(Comité de Interpretaciones de las Normas  
Internacionales de Información Financiera  
- CINIIF 13)**

## ÍNDICE

	Párrafos
<b>Interpretación CINIIF 13</b>	
<i>Programas para Clientes Leales</i>	
<b>REFERENCIAS</b>	
<b>ANTECEDENTES</b>	<b>1-2</b>
<b>ALCANCE</b>	<b>3</b>
<b>PROBLEMA</b>	<b>4</b>
<b>ACUERDO</b>	<b>5-9</b>
<b>FECHA DE VIGENCIA Y TRANSICIÓN</b>	<b>10-11</b>
<b>ANEXOS – GUÍA DE APLICACIÓN</b>	
<b>EJEMPLOS ILUSTRATIVOS</b>	

## **Interpretación CINIIF 13**

### ***Programas para Clientes Leales***

#### **Referencias**

---

- NIC 8 *Políticas Contables, Cambios en las Estimaciones Contables y Errores*
- NIC 18 *Ingresos Ordinarios*
- NIC 37 *Provisiones, Pasivos Contingentes y Activos Contingentes*

#### **Antecedentes**

---

- 1 Los programas para clientes leales son usados por entidades para proporcionar incentivos a los clientes para adquirir sus bienes o servicios. Si un cliente adquiere bienes o servicios, la entidad otorga al cliente con puntos de premiación (a menudo descritos como “puntos”). El cliente puede canjear los puntos por premios tales como bienes y servicios gratis o a precios con descuentos.
- 2 Los programas operan en distintas formas. Se puede exigir a los clientes que acumulen un número o valor mínimo especificado de puntos antes que puedan canjearlos. Los puntos pueden estar vinculado con compras individuales o grupales, o a lealtad continua durante un período especificado. La entidad puede operar el programa para clientes leales por cuenta propia o participar en un programa operado por un tercero. Los premios pueden incluir bienes o servicios proporcionados por la misma entidad y/o derechos a recibir bienes o servicios de un tercero.

#### **Alcance**

---

- 3 Esta Interpretación es aplicable a puntos de lealtad de clientes que:
  - (a) una entidad otorga a sus clientes como parte de una transacción de venta p. ej. Una venta de bienes, prestaciones de servicios o el uso de los activos de la entidad por un cliente; y
  - (b) sujetos a cumplir con condiciones adicionales para calificar, los clientes pueden canjear en el futuro por bienes o servicios gratis o a precios con descuentos.

La Interpretación trata la contabilización por la entidad que otorga puntos de premiación a sus clientes.

#### **Problema**

---

- 4 Los problemas tratados en esta Interpretación son:
  - (a) si la obligación de la entidad de proporcionar bienes o servicios gratis o precios con descuento en el futuro (premios) debiera ser reconocido y valorizado por:

- (i) asignando una parte de la contraprestación recibida o por recibir de la transacción de venta a los puntos de premiación y difiriendo el reconocimiento de ingresos ordinarios (aplicando el párrafo 13 de la NIC 18); o
  - (ii) provisionando los costos estimados futuros de los premio (aplicando el párrafo 19 de la NIC 18); y
- (b) si es asignado la contraprestación a los puntos de premiación:
- (i) cuánto debiera ser asignado a estos;
  - (ii) cuándo debiera reconocerse el ingreso ordinario; y
  - (iii) si los premios son proporcionados por un tercero, cómo debiera medirse el ingreso ordinario.

## **Acuerdo**

---

- 5 Una entidad aplicará el párrafo 13 de la NIC 18 y contabilizar los puntos de premiación como un componente identificable y separado de las transacciones de venta en que estos son otorgados (la “venta inicial”). El valor justo de la contraprestación recibida o por recibir con respecto a la venta inicial será asignado entre los puntos de premiación y los otros componentes de la venta.
- 6 La contraprestación asignada a los puntos de premiación serán valorizados con referencia a su valor justo, p.ej. el monto por el cual los puntos de premiación podrían venderse separadamente.
- 7 Si la entidad proporciona los premios por su cuenta, reconocerá la contraprestación asignada a los puntos de premiación como ingresos ordinarios cuando los puntos de premiación son canjeados y cumple con su obligación de proporcionar los premios. El monto de los ingresos ordinarios reconocidos estará basado en el número de puntos de premiación que han sido canjeados por premios, en relación al número total que se espera serán canjeados.
- 8 Si los premios son proporcionados por un tercero, la entidad deberá evaluar si está cobrando la contraprestación asignada a los puntos de premiación por su cuenta (p.ej. como el gestor de la transacción) o por cuenta del tercero (p.ej. como el agente del tercero).
- (a) Si la entidad está cobrando la contraprestación por cuenta de un tercero, deberá:
- (i) medir su ingreso ordinario como el monto neto retenido por su propia cuenta, p.ej. la diferencia entre la contraprestación asignada a los puntos de premiación y el monto a pagar al tercero por proporcionar los premios, y;
  - (ii) reconocer este monto neto está obligado como ingreso ordinario cuando el tercero a proporcionar los premios y tenga el derecho a recibir contraprestación por hacerlo. Estos hechos pueden ocurrir tan pronto como se otorguen los puntos de premiación. Alternativamente, si el cliente puede elegir la entrega de los premios tanto a la

entidad como al tercero, estos hechos, pueden ocurrir sólo cuando el cliente elige pedir los premios al tercero.

- (b) Si la entidad está cobrando la contraprestación por su cuenta, medirá el ingreso ordinario como la contraprestación bruta asignada a los puntos de premiación y reconocerá el ingreso ordinario cuando cumpla con sus obligaciones respecto a los premios.
- 9 Si en cualquier momento se estima que los costos inevitables para cumplir con las obligaciones de proporcionar los premios excederán a la contraprestación recibida y por recibir por estos (p.ej. la contraprestación asignada a los puntos de premiación en el momento de la venta inicial que aún no ha sido reconocida como ingreso ordinario, más cualquier contraprestación adicional por recibir cuando el cliente canjee los puntos de premiación), el cliente tiene contratos de tipo oneroso. Un pasivo deberá ser reconocido por el exceso, de acuerdo con la NIC 37. La necesidad de reconocer tal pasivo podría surgir si los costos esperados de proporcionar los premios se incrementan, por ejemplo, si una entidad modifica sus expectativas respecto al número de puntos de premiación que serán canjeados.

### **Fecha de vigencia y transición**

---

- 10 Esta Interpretación tendrá vigencia para los estados financieros que cubran períodos que comiencen el o con posterioridad al 1 enero de 2009.
- 11 Los cambios en políticas contables, se contabilizan de acuerdo con la NIC 8.

## **Anexo A - Guías de Aplicación**

*Este anexo forma parte integral de esta Interpretación*

### **Medición del valor justo de los puntos de premiación**

- GA 1 El párrafo 6 de Acuerdo requiere que la contraprestación asignada a los puntos de premiación sean valorizados con referencia a su valor justo, p.ej. el monto por el cual los puntos de premiación podrían ser vendidos en forma separada. Si el valor justo no es directamente conocido, este debe ser estimado.
- GA 2 Una entidad puede estimar el valor justo de los puntos de premiación por referencia al valor justo de los premios por los cuales éstos pueden ser canjeados. El valor justo de estos premios serán rebajados para tomar en cuenta:
- (a) el valor justo de premios que serían ofrecidos a clientes que no han ganado puntos de premiación de una venta inicial; y
  - (b) la proporción de puntos de premiación que no se espera serán canjeados por clientes.

Si los clientes eligen de un rango de distintos premios, el valor justo de los puntos de premiación reflejarán los valores justos de un rango de premios disponibles, ponderados en proporción a la influencia con que se espera que cada premio sea seleccionado.

- GA 3 En algunas circunstancias, pueden estar disponibles otras técnicas de estimación. Por ejemplo, si los premios serán proporcionados por un tercero y la entidad paga al tercero por cada puntaje de premiación que otorga, podría estimar el valor justo de los puntos de premiación por referencia al monto que paga al tercero, agregando un margen de utilidad razonable. Se requiere de juicio para seleccionar y aplicar la técnica de estimación que satisfaga los requerimientos del párrafo 6 de Acuerdo y que sea más apropiado en las circunstancias.

## Ejemplos Ilustrativos

*Estos ejemplos acompañan, pero no forman parte de la CINIIF 13.*

### **Ejemplo 1: Premios proporcionados por la entidad**

---

EI 1 Una tienda de combustibles opera un programa para clientes leales. Proporciona a los integrantes del programa con puntos de premiación cuando gastan un monto especificado en comestibles. Los integrantes del programa pueden canjear los puntos por comestibles adicionales. Los puntos de premiación no tienen fecha de vencimiento. En un período, la entidad otorga 100 puntos. La Administración espera que un 80 por ciento de estos puntos serán canjeados. La Administración estima el valor justo de cada punto de premiación en \$1, y difiere ingresos ordinarios por \$100.

#### **Año 1**

EI 2 Al final del primer año, 40 puntos han sido canjeados a cambio de combustibles, p.ej. la mitad de aquellos que se esperaba serían canjeados. La entidad reconoce ingresos ordinarios de  $(40 \text{ puntos} / 80^* \text{ puntos}) \times \$100 = \$50$

#### **Año 2**

EI 3 En el segundo año, la Administración modifica sus expectativas. Ahora espera que 90 puntos de premiación serán canjeados en total.

EI 4 Durante el segundo año, 41 puntos son canjeados, alcanzando el total canjeado a  $40^{\dagger} + 41 = 81$  puntos. Los ingresos ordinarios acumulados que la entidad reconoce es  $(80 \text{ puntos} / 90^{\ddagger}) \times \$100 = \$90$ . La entidad ha reconocido ingresos ordinarios por \$50 en el primer año, por lo tanto, reconoce \$40 en el segundo año.

#### **Año 3**

EI 5 En el tercer año, nueve puntos adicionales, son canjeables, alcanzando el número total de puntos canjeados a  $81 + 9 = 90$ . La Administración continua esperando que sólo se canjearon en definitiva 90 puntos p.ej. que no se canjearon más puntos después del tercer año. Por lo tanto, los ingresos ordinarios acumulados a la fecha son  $(90^{\S} \text{ puntos}) \times \$100 = \$100$ . La entidad y ha reconocido \$90 de ingresos ordinarios (\$50 en el primer año y \$40 en el segundo año). Por lo tanto, reconocen los restantes \$10 en el tercer año. Todo el ingreso ordinario que fue inicialmente diferido ha sido ahora reconocido.

---

\* Número total de puntos que se espera serán canjeados.

† Número de puntos canjeados en el Año 1.

‡ Número total modificado de puntos que se espere serán canjeados.

§ Número total de puntos que se espera serán canjeados.

## **Ejemplo 2: Premios proporcionados por terceros**

---

- EI 6 Un minorista en productos eléctricos participa en un programa para clientes leales operado por una línea aérea. Otorga a los miembros del programa un punto de premiación cada \$1 que gastan en productos eléctricos. Los miembros del programa puedan canjear los puntos por viajes en la línea aérea, sujeta a disponibilidad. El minorista paga a la línea aérea \$0,009 por cada punto.
- EI 7 En un período, el minorista vende productos eléctricos por una contraprestación total de \$1 millón. Otorga 1 millón de puntos.

### **Asignación de la contraprestación a los puntos de viajes**

- EI 8 El minorista estima que el valor justo de un punto es \$0,01. Asigna a los puntos \$1 millón x \$0,01 = \$10.000 de la contraprestación que ha recibido de la venta de sus productos eléctricos.

### **Reconocimiento de ingresos ordinarios**

- EI 9 Habiendo otorgado los puntos, el minorista ha cumplido sus obligaciones con el cliente, la línea aérea está obligada a proporcionar los premios y tiene derecho a recibir una contraprestación por hacerlo. Por lo tanto, el minorista reconoce los ingresos ordinarios de los puntos de premiación al momento de vender los productos eléctricos.

### **Medición de los ingresos ordinarios**

- EI 10 Si el minorista ha cobrado la contraprestación asignada a los puntos por su cuenta, mide sus ingresos ordinarios en base a las \$10.000 brutos que le fueron asignados. Reconoce separadamente como un gasto, los \$9.000 pagados o por pagar a la línea aérea. Si el minorista ha cobrado la contraprestación por cuenta de la línea aérea, p.ej. como un agente de la línea aérea, mide sus ingresos ordinarios por el monto neto que retiene por su cuenta. Este monto de ingresos ordinarios es la diferencia entre los \$10.000 de contraprestación asignados a los puntos y los \$9.000 pagados a la línea aérea.