

Tema:

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS

PROGRAMAS DE FIDELIZACION DE CLIENTES CINIIF 13

Coordinación:

AVIANCATACA

Subcomité:

Tema:

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS

Inventario Normativo

Normas Colombianas:

Decreto 2649/93 art. 38, 96 a 103

Decreto 2650/93 Plan Único de Cuentas

Circular 100 de 1995 Superintendencia Financiera

Normas Internacionales:

CINIIF 13 Programa de Fidelización de Clientes

NIC 18 Ingresos Ordinarios

NIC 37 Provisiones, pasivos contingentes y activos contingentes

NIIF 13 Medición del valor razonable

Subcomité:

Tema:

NIIF IMPLICADAS: CINIIF 13

PROGRAMAS DE FIDELIZACION DE CLIENTES CINIIF 13

Coordinación:

AVIANCATACA

Subcomité:

Tema:

ASPECTOS PRINCIPALES DE LA NORMA: CINIIF 13

Objetivo, antecedentes, alcance y fecha de aplicación de la Norma

Objetivo

Establecer cómo medir la obligación que la entidad tiene de proporcionar en el futuro, bienes y servicios gratuitos o descuentos sobre estos, además cuanto debe asignarse y cuando se reconoce el ingreso.

Antecedentes

Podrían existir tantos programas de fidelización como compañías según sus diseños de planes de premios, sin embargo de manera general se trata de premios (comúnmente denominados “puntos”) que una entidad concede a sus clientes como parte de su transacción de ventas de bienes y servicios para que puedan ser canjeados en el futuro por bienes y servicios gratuitos o descuentos sobre estos.

Alcance

Esta CINIIF se aplica a créditos-premios por fidelización de clientes que:

- a) Una entidad conceda a sus clientes como parte de una transacción de venta, es decir, una venta de bienes, prestación de servicios o uso por parte de un cliente de activos de la entidad.
- b) Sujetos a cumplimiento de cualquier condición adicional estipulada como requisito, los clientes puedan canjear en el futuro en forma de bienes o servicios gratuitos o descuentos sobre éstos.

Fecha de aplicación

La CINIIF fue publicada en junio de 2007 y deberá ser aplicada en los periodos anuales que empiezan el 1 de julio de 2008 o con posterioridad a esta fecha, si la compañía tiene su cierre contable en diciembre, esta norma aplicara por primera vez en sus estados financieros al 31 de diciembre de 2008.

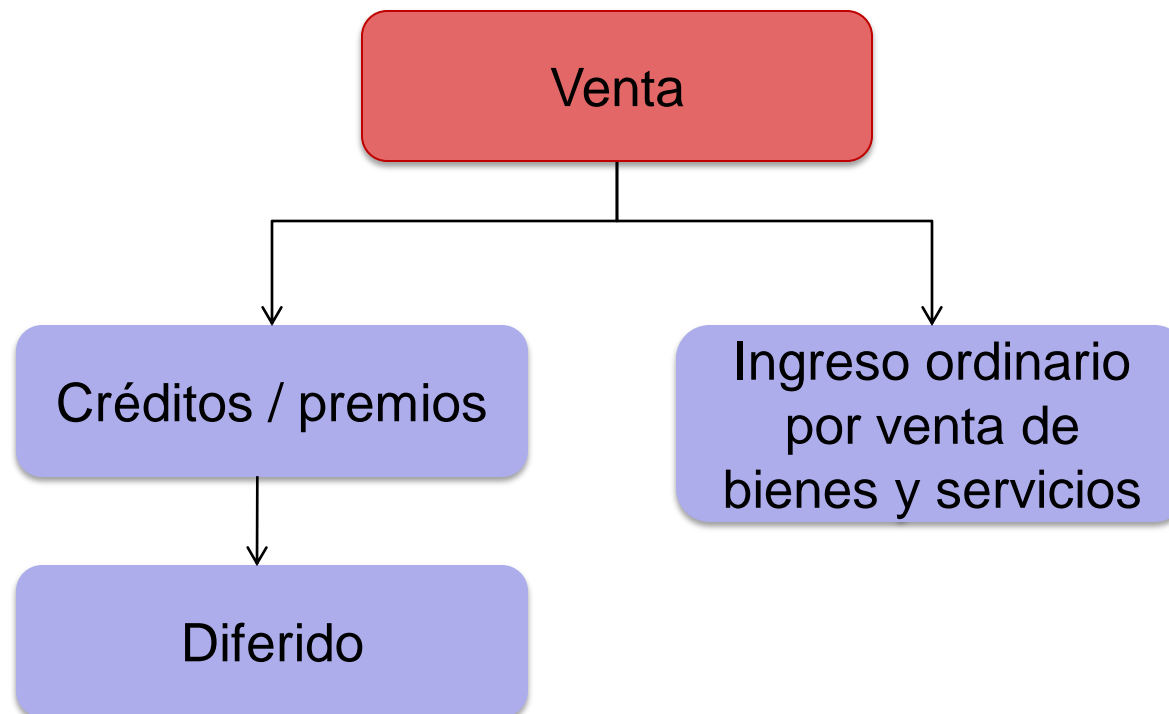
Subcomité:

Tema:

CONTABILIZACION: CINIIF 13

Tratamiento contable

Los créditos-premio se contabilizan como un componente separado de la transacción de venta que los genera.



Subcomité:

Tema:

CONTABILIZACION: CINIIF 13

Tratamiento contable

- Se contabilizarán los créditos-premios por separado como un componente identificable de las transacciones de venta que los generan, esto es, una porción de ingreso ordinario por venta de bienes y servicios y otra porción distribuible como créditos-premio.
- La contraprestación asignada entre los créditos-premio deberá medirse a su valor razonable.
- Si la entidad suministra los premios ella misma, reconocerá la contraprestación asignada a los créditos-premio como ingresos cuando estos sean canjeados y cumplan con su obligación de suministrar los premios.

Si es un tercero quien suministra los premios, podría:

- Recoger la contraprestación en nombre del tercero, en ese caso medirá su ingreso como el importe neto retenido a su favor.
- La entidad recibirá esta porción como ingreso ordinario, cuando el tercero pase a estar obligado a suministrar el premio y tenga derecho a recibir la contraprestación por hacerlo.
- Si la entidad recoge la contraprestación en su propio nombre, medirá su ingreso como la contraprestación bruta y la reconocerá cuando cumpla con sus obligaciones respecto de dichos premios.

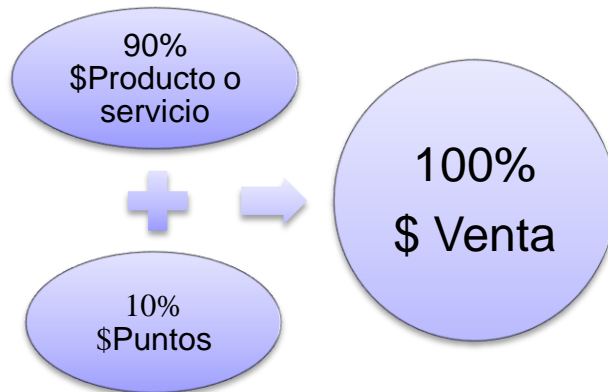
Subcomité:

Tema:

CONTABILIZACION: CINIIF 13

Tratamiento contable

1. Otorgamiento de créditos-premio – momento de la venta



Norma Colombiana:

1. Ingreso por ventas 100%
2. Provisión costo de puntos :

Gasto de Mercadeo	D	
Pasivos estimados y provisiones		C

Norma IFRS (IFRIC 13):

1. 90% Producto o servicio: Ingreso por ventas
2. 10% Ingreso diferido:
Inventario de puntos (Inventario inicial + otorgamiento – redención) por valor justo (valor justo por % de redención)

Efectivo	D	
Ingreso diferido		C

Subcomité:

Tema:

CONTABILIZACION: CINIIF 13

Tratamiento contable

2. Redención de puntos



Norma Colombiana:

Disminuye provisión costo de puntos:

Pasivos Estimados y Provisiones *D*
Ingreso *C*

Norma IFRS (IFRIC 13):

Ingreso diferido *D*
Ingreso por puntos redimidos *C*

Subcomité:

Tema:

VALOR JUSTO: CINIIF 13

Medición del valor justo

Valor justo de los puntos es el valor por el cual podrían ser vendidos en forma separada, si este importe no es conocido directamente, deberá ser estimado.

Tipo de incentivo	Valores justos
Cupón de descuento adjunto al producto	Valor en efectivo del cupón
Créditos-premio ganados a medida que los bienes son comprados	Basados en el valor de los bienes que los Créditos-premio pueden comprar
Créditos-premio ganados por compra para ser utilizados en otras tiendas	Basados en el valor de los bienes que los Créditos-premio pueden comprar

Una entidad puede estimar el valor razonable de los créditos-premios por referencia al valor razonable de los premios por los que se podría canjear. El valor razonable de estos premios debería reducirse para tener en cuenta:

- El valor razonable de los premios que debería ofrecerse a los clientes que no hayan obtenido créditos-premio por una venta inicial.
- La proporción de créditos premio que no espera que vayan a ser canjeados (información histórica)

Subcomité:

Tema:

IMPACTOS: CINIIF 13

Impacto sobre la practica actual

SITUACIÓN

PRÁCTICA ACTUAL

IFRIC 13

Clasificación de Estado de
Resultados

Deducción de *(menor)* ingreso o
gasto de marketing

Deducción de *(menor)*
ingreso

Clasificación de Balance

Devengamiento / provisión

Ingresos diferidos

Medición

Diversa, generalmente al costo
relacionado para cumplir con la
obligación

Valor justo al cliente

Reconocimiento de los premios

Diversa, al momento de la
subvención o el momento del
reembolso

En el momento del
reembolso

Subcomité:

Tema:

IMPACTOS: CINIIF 13

Impacto sobre la practica actual

1. Bajo la norma colombiana, las compañías han contabilizado los costos estimados de los créditos-premios como un pasivo estimado, por lo cual deberán cambiar su política contable para reconocer los créditos-premios entregados como un componente separado de la transacción de venta, esto reducirá muy probablemente los ingresos.
2. La compañía deberá establecer la metodología más apropiada para medir el valor justo de los créditos-premios entregados relacionados con sus programas de fidelidad.

Subcomité:

Tema:

CONCLUSIONES: CINIIF 13

1

Ante la práctica común de las compañías de ofrecer programas de fidelización de clientes se estandarizó la contabilización de los premios-crédito.

2

El estándar establecido incluye la manera de determinar el valor a contabilizar por premios-crédito, cuándo contabilizarlo y cuánto asignar.

3

Una venta de bienes y servicios que conceda créditos-premio para que puedan ser canjeados en el futuro por bienes y servicios gratuitos o descuentos sobre estos, debe separarse en una porción de la venta ordinaria y la porción asignada a los premios-crédito.

4

La porción asignada a los créditos-premio debe valorarse a valor justo.

5

La porción asignada a los créditos-premio podrán ser reconocidos como ingreso cuando los premios sean canjeados y se cumpla con la obligación de entregar los premios.

Tema:

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS

Preguntas del CTCP

1. Ustedes consideran que uno o más de dichos estándares e interpretaciones, o parte de alguno de ellos, que analicen contienen requerimientos que podrían generar inconsistencias con respecto a las consideraciones requeridas por la Ley 1314 antes enunciadas?

Respuesta:

De acuerdo con la experiencia en la conversión de la contabilización de créditos premios, se encontró que no existen requerimientos que puedan generar inconsistencias.

Subcomité:

Tema: Inventarios

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS

Preguntas del CTCP

2. Si el CTCP decidiera no recomendar la emisión de guías de aplicación o interpretación sobre los estándares del IASB, ustedes consideran que dichas guías son necesarias para cualquiera de las NIIF emitidas, aunque parezcan innecesarias en otros países?

Respuesta:

Se considera que la información disponible es suficiente para la conversión de la contabilización de créditos premios y que no es necesaria la emisión de guías de aplicación o interpretación.

Subcomité:

Tema: Inventarios

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS

Preguntas del CTCP

3. La aplicación de la NIIF 1 necesita de excepciones adicionales a las contempladas en dicha norma para su adopción por parte de las entidades en Colombia? Si las hay, por favor especifiquen cada una de las NIIF que requieren de excepciones adicionales y por qué ustedes consideran que son necesarias?

Respuesta:

Se considera que la norma no necesita excepciones para las empresas que la adopten en Colombia.

Subcomité:

Tema:

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS

Preguntas del CTCP

4. Ustedes consideran que las entidades no sean requeridas, antes de la vigencia de las NIIF en Colombia, para suministrar anticipadamente las revelaciones requeridas por cualquiera de las NIIF?

Respuesta:

El ejercicio anticipado es recomendable para que las entidades de vigilancia y control puedan medir el impacto de la adopción de la norma.

Subcomité:

Tema:

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS

Preguntas del CTCP

- 5.** Ustedes consideran que en la revisión solicitada de las NIIF, contaron con material de apoyo en español entendible para sus propósitos?

Respuesta:

El material de apoyo ha sido suficiente y para la adopción de la norma no se requirió consultar material distinto al que está disponible en español.

Subcomité:

Tema:

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS:

Preguntas del CTCP

6. Ustedes consideran, con base en el análisis detallado de las NIIF, que la aplicación de las mismas en Colombia podría tener diferentes **impactos significativos** en la empresas sobre:
- (a) La situación financiera (aumento o disminución significativos de activos, pasivos y patrimonio) y la necesidad de recapitalización en caso de disminución de los valores del patrimonio por debajo de los requerimientos legales;

Respuesta:

La adopción de la norma tendrá impactos significativos debido a que existen compañías que bajo la norma colombiana no han reconocido algún pasivo por créditos premios o habiéndolos reconocido no se encuentran valoradas al fair value; en el primer caso puede haber un aumento significativo de pasivos y por ende disminución de ingresos, en el primer año y de manera moderada en los años siguientes aumento o disminución de los mismos y para el segundo caso el efecto podría ser positivo o negativo en los estados financieros. La disminución del patrimonio es uno de los efectos contemplados en la adopción de la norma.

Subcomité:

Tema:

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS

Preguntas del CTCP

6. Ustedes consideran, con base en el análisis detallado de las NIIF, que la aplicación de las mismas en Colombia podría tener diferentes **impactos significativos** en la empresas sobre:
- (b) el futuro resultado de las operaciones (aumento o disminución);

Respuesta:

Los resultados operacionales se verán afectados pero el cambio es no registrar todo el ingreso al momento de la venta sino diferir la porción equivalente al crédito premio hasta que sea reclamado puesto que se trata de reconocer en el momento en que se tiene la obligación y no en el momento en que el tercero la exige, si la compañía ya tiene reconocido el pasivo y el gasto, el impacto podría ser positivo o negativo dependiendo de la valoración a fair value.

Subcomité:

Tema:

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS

Preguntas del CTCP

6. Ustedes consideran, con base en el análisis detallado de las NIIF, que la aplicación de las mismas en Colombia podría tener diferentes **impactos significativos** en la empresas sobre:
- (c) El monto de las contribuciones y/o tarifas a favor de diferentes entidades en el país.

Respuesta:

Lo que se modifica es el tiempo en que se reconocen las contribuciones y/o tarifas pues se trata de reconocer en el mismo momento de la venta que da el derecho al crédito premio, es decir, al momento de incurrir en la obligación, y no al momento en que la exige el tercero, en caso de estar reconocido el pasivo, el impacto no debe ser significativo por pasar a fair value independientemente de si es positivo o negativo.

Subcomité:

Tema:

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS

Preguntas del CTCP

6. Ustedes consideran, con base en el análisis detallado de las NIIF, que la aplicación de las mismas en Colombia podría tener diferentes **impactos significativos** en la empresas sobre:
- (d) La fijación de precios

Respuesta:

La fijación de precios ya debe contemplar el valor de los créditos premio otorgados y la adopción de la norma no debería impactar este procedimiento.

Subcomité:

Tema:

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS

Preguntas del CTCP

6. Ustedes consideran, con base en el análisis detallado de las NIIF, que la aplicación de las mismas en Colombia podría tener diferentes **impactos significativos** en la empresas sobre:
- (e) La configuración de la plataforma informática actual

Respuesta:

Dependiendo de la complejidad de la plataforma informática de cada compañía y de la complejidad del programa de créditos premios se podría tener o no un impacto significativo, pero no depende en si de la norma sino de la complejidad de cada compañía.

Subcomité:

Tema:

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS

Preguntas del CTCP

6. Ustedes consideran, con base en el análisis detallado de las NIIF, que la aplicación de las mismas en Colombia podría tener diferentes **impactos significativos** en la empresas sobre:
- (f) Los procesos de capacitación a todos los niveles de la organización.

Respuesta:

La norma es sencilla de entender e interpretar y las empresas no tienen que implementar un nuevo programa de créditos premios, se necesita reconocer en los estados financieros los programas que ya tienen esas compañías por lo tanto el impacto en los procesos de capacitación deben ser significativos en cuanto a los esfuerzos de divulgación y concientización de los diferentes niveles de la organización que necesiten tener conocimiento del cambio de principio.

Subcomité:

Tema:

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS

Preguntas del CTCP

6. Ustedes consideran, con base en el análisis detallado de las NIIF, que la aplicación de las mismas en Colombia podría tener diferentes impactos significativos en la empresas sobre:
- (g) El impacto sobre las regulaciones comerciales y de las entidades de control y vigilancia?

Respuesta:

La adopción de la norma no debe tener impacto en las regulaciones comerciales y de las entidades de vigilancia y control pues se trata de programas de créditos premio ya existentes, el reconocimiento de los mismos no implica nuevas regulaciones o modificación de las existentes.

Subcomité:

Tema:

PROGRAMAS DE LEALTAD - MILLAS

Preguntas del CTCP

6. Ustedes consideran, con base en el análisis detallado de las NIIF, que la aplicación de las mismas en Colombia podría tener diferentes **impactos significativos** en la empresas sobre:
- (h) Afectaciones significativas en los procesos operativos y financieros de las empresas?

Respuesta:

Tratándose del reconocimiento de los programas de créditos premios que hoy tienen las compañías, los procesos operativos y financieros podría tener impacto significativo en la medida que se requiere más análisis y control de los créditos premios y de su medición al fair value.

Subcomité: