

CONCEPTO N° 191 [001960]
18-03-2024
DIAN

100208192-191

Bogotá, D.C.

Tema: Impuesto sobre la renta y complementarios
Descriptor: Programas de fidelización Puntos premio
Fuentes formales: Artículos 27, 28 parágrafo 3 del Estatuto Tributario.
Artículo 5 de la Ley 1480 de 2011.
Norma Internacional de Información Financiera 15 «ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes»

Cordial saludo,

Esta Subdirección está facultada para absolver las consultas escritas, presentadas de manera general, sobre la interpretación y aplicación de las normas tributarias, aduaneras y de fiscalización cambiaria, en lo de competencia de la DIAN¹. En este sentido, la doctrina emitida será de carácter general, no se referirá a asuntos particulares y se someterá a lo consagrado en el artículo 131 de la Ley 2010 de 2019².

PROBLEMA JURÍDICO

¿Deben las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad declarar como ingreso gravable el valor correspondiente a los puntos premio obtenidos en programas de fidelización al redimirlos como descuento en productos?

TESIS JURÍDICA

No. Por regla general, las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad no deben declarar como ingreso el valor correspondiente a los puntos premio obtenidos en programas de fidelización al redimirlos como descuento en productos. Estos puntos representan beneficios que toman la forma de descuentos; en consecuencia, se reflejan como un menor valor del gasto o costo.

FUNDAMENTACIÓN

El numeral 10 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011³ establece que el ofrecimiento de productos como incentivo al consumidor, mediante la acumulación de puntos, se

considerará una promoción u oferta. Asimismo, el párrafo 3º del [artículo 28](#) del Estatuto Tributario define los programas de fidelización como aquellos en los cuales, como parte de una transacción de venta, un contribuyente otorga como contraprestación condicionada y futura a favor del cliente, que puede ser en forma de descuento o crédito.

De acuerdo con lo anterior, los puntos expedidos por las entidades a sus clientes como herramientas de fidelización se consideran incentivos sujetos a una condición futura que se manifiestan en forma de descuento (reducción del costo o gasto). Estos programas pueden ser de muchas formas incluyendo *«incentivos por ventas, créditos-premios al cliente (o puntos), opciones de renovación del contrato u otros descuentos sobre bienes o servicios futuros»*⁴.

En este sentido, al redimir beneficios otorgados por programas de fidelización (e.g. puntos premios), al ser incentivos que pueden materializarse en forma de descuento o crédito, no constituyen un ingreso para la persona natural no obligada a llevar contabilidad, pues no se está recibiendo un pago en los términos del [artículo 27](#) del Estatuto Tributario. El tratamiento tributario para la persona natural corresponde a un menor valor del costo o gasto. En consecuencia, la redención de los puntos no puede considerarse como un ingreso sujeto al impuesto sobre la renta para la persona natural no obligada a llevar contabilidad.

En los anteriores términos se absuelve su petición y se recuerda que la normativa, jurisprudencia y doctrina en materia tributaria, aduanera y de fiscalización cambiaria, en lo de competencia de esta Entidad, puede consultarse en el normograma DIAN: <https://normograma.dian.gov.co/dian/>.

Atentamente,

INGRID CASTAÑEDA CEPEDA

Subdirectora de Normativa y Doctrina (A)

Dirección de Gestión Jurídica

U.A.E. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN

Notas al pie

-
1. ↑ De conformidad con el numeral 4 del artículo 56 del Decreto 1742 de 2020 y el artículo 7 de la Resolución DIAN 91 de 2021.
 2. ↑ De conformidad con el numeral 1 del artículo 56 del Decreto 1742 de 2020 y el artículo 7-1 de la Resolución DIAN 91 de 2021.
 3. ↑ «Artículo 5: DEFINICIONES. Para los efectos de la presente ley, se entiende por: [...] 10. Promociones y ofertas: Ofrecimiento temporal de productos en condiciones especiales favorables o de manera gratuita como incentivo para el consumidor. Se tendrá también por promoción, el ofrecimiento de productos con un contenido adicional a la presentación habitual, en forma gratuita o a precio

reducido, así como el que se haga por el sistema de incentivos al consumidor, tales como rifas, sorteos, concursos y otros similares, en dinero, en especie o con acumulación de puntos.» (énfasis propio)

4. [↑](#) Apéndice (B) de las NIIF 15. Párrafo B39.