

**Centro de recursos do canal indireto**

**Política de preços comerciais**

**Instruções**

1. Personalize as seções destacadas da Política de preços comerciais.
2. Comunique a Política de preços comerciais aos funcionários relevantes, especificamente àqueles que gerenciam as relações com subdistribuidores, subagentes e/ou clientes, e/ou funcionários responsáveis pela aprovação de transações de vendas.
3. Ofereça treinamento a esses funcionários sobre como a Política de preços comerciais será implementada e executada no futuro.

**Outros documentos a considerar**

* Procedimento de designação de subdistribuidores/agentes
* Procedimento de designação de terceiro de alto risco
* Política de produtos para empréstimo, amostra e demonstração

**Como essa prática beneficia você?**

Os reguladores internacionais estão cada vez mais focados em acordos comerciais entre partes no mercado de tecnologia médica. A rotina é pedir que fabricantes e distribuidores/agentes justifiquem sua estratégia de preço para os parceiros de canal e cliente finais. A Política de preços comerciais ajuda a implementar uma estrutura de tomada de decisão e padrões de documentação de apoio para respaldar suas decisões de definição de preços.

\*Considere todos os códigos da indústria local (ex.: AdvaMed) e leis locais ao interagir com profissionais de saúde ou funcionários públicos

|  |
| --- |
| **Descrição**A Política de preços comerciais delineia o processo apropriado para determinar e documentar as decisões de preço. |

***Versão 1.0***

**POLÍTICA DE PREÇOS COMERCIAIS**

É importante precificarmos nossos produtos e serviços de forma apropriada para alcançar nossos objetivos e metas de faturamento. O processo de precificar, oferecer descontos e abatimentos ou ampliar incentivos de vendas deve sempre ser claramente documentado e aprovado de acordo com o procedimento delineado abaixo. Preços especiais ou descontos nunca devem ser usados com o intuito de efetivamente transferir valores para outras partes para fins indevidos.

**PRECIFICAÇÃO DE ROTINA**

A precificação de nossos produtos e serviços pode ocorrer de forma rotineira, em intervalos definidos ou de forma pontual, específica para determinada venda. Para decisões de precificação de rotina que perdurarão por 12 meses ou mais, o seguinte procedimento deve ser realizado:

1. Identifique a lista completa de produtos a serem precificados.
2. Usando os critérios aprovados pela gerência, determine o preço-alvo por produto ou configuração. Esses critérios podem incluir, entre outros:
* Valor justo de mercado.
* Porcentagem da margem-alvo.
* Expectativa de obrigações de serviços no pós-venda ou de garantia.
* Tabelas de preços estabelecidas pelo governo.
* Futuras alterações de preços ou oportunidades.
1. Se possível, ou necessário, verifique junto ao fabricante do produto para se assegurar de que o preço esteja alinhado com as estratégias e as expectativas identificadas.
2. A tabela de preços elaborada deve ser aprovada por **[inserir cargos]**.

**PRECIFICAÇÃO ESPECÍFICA**

Ocasionalmente, pode ser apropriado precificar produtos e serviços de modo pontual, no curto prazo. Esses preços podem fazer uso de descontos, abatimentos, incentivos por volume ou outros mecanismos específicos de precificação. Todos os acordos de precificação específica devem observar o seguinte procedimento:

1. O(s) funcionário(s) que solicita(m) o acordo de precificação específica deve(m) documentar, por escrito, uma justificativa comercial clara para estender os termos de precificação solicitados e os produtos ou serviços aos quais se aplicam. Os documentos de apoio relevantes (ex.: e-mails do cliente, comunicados públicos) devem ser anexados à solicitação para referência.
2. Se o impacto do acordo de precificação específica resultar em desvio substancial (definido como alteração de preço maior que **[porcentagem definida]**) em relação ao preço previamente aprovado, o acordo deve ser aprovado por escrito por **[inserir cargos]**.
3. Comunique o ajuste de preço ao subdistribuidor/agente ou cliente final e indique claramente o período ou vendas específicas aos quais o preço será aplicado.

**DOCUMENTOS DE APOIO**

Todos os comunicados, análises e aprovações conduzidos no processo de determinação dos preços de produtos e serviços devem ser documentados por escrito e guardados. Exemplos de tais documentos incluem, entre outros:

* Análises de custos de produtos ou serviços.
* Cálculos de margens.
* Tabela de preço estabelecida pelo governo.
* Comunicados entre a empresa e seus subdistribuidores/agentes ou clientes finais que reflitam solicitações ou discussões sobre acordos de precificação específicos.
* Comunicados entre a empresa e seus fabricantes que reflitam discussões sobre estratégia ou aprovações de precificação.
* Aprovações da gerência.

Esses documentos devem ser guardados pelo **[inserir nome do departamento]** de acordo com os padrões estabelecidos de retenção de documentos.

**PERGUNTAS E PREOCUPAÇÕES**

Caso tenha alguma dúvida sobre como aplicar o procedimento aqui contido, ou alguma preocupação sobre qualquer acordo comercial, leve essas questões ao seu supervisor ou **[inserir cargo]** imediatamente.