

**Centro de recursos de canales indirectos**



**Otra documentación para tener en cuenta**

* Procedimiento de designación de subdistribuidores/subagentes
* Procedimiento de designación de terceros de alto riesgo
* Política sobre préstamos, muestras y productos de demostración



**Instrucciones**

1. Personalice las secciones resaltadas de la Política comercial de precios.
2. Comunique la Política comercial de precios a los empleados que corresponda, especialmente a aquellos encargados de tratar con subdistribuidores, subagentes o clientes o de la aprobación de operaciones de venta.
3. Capacite a estos empleados sobre la manera en la que la Política comercial de precios será implementada y ejecutada en el futuro.

**¿Esto de qué manera lo beneficia?**

Los reguladores internacionales están cada vez más centrados en los acuerdos comerciales entre contrapartes en la industria de tecnologías médicas. A diario se pide a fabricantes y distribuidores/agentes que justifiquen su estrategia de fijación de precios para los canales de distribución y los clientes finales. La Política comercial de precios pretende implementar un marco para la toma de decisiones y normas de documentación de respaldo para fundamentar las decisiones relativas a la fijación de precios.



\* Tenga en cuenta todos los códigos de industria locales (p. ej., AdvaMed) y todas las leyes locales a la hora de interactuar con profesionales de la salud o funcionarios públicos.

|  |
| --- |
| **Descripción**  La Política comercial de precios describe el proceso adecuado para determinar y documentar las decisiones relativas a la fijación de precios. |



**Política comercial de precios**

*Versión 1.0*

**POLÍTICA COMERCIAL DE PRECIOS**

Es importante cotizar los productos y servicios de manera adecuada para alcanzar los objetivos comerciales y de ingresos de la empresa. El proceso de fijación de precios, la oferta de descuentos y reembolsos o la extensión de incentivos de ventas deben documentarse de manera clara y deben estar aprobados de conformidad con el procedimiento detallado a continuación. No se podrán utilizar pecios especiales o descuentos para transferir valor de manera efectiva a un tercero con fines indebidos.

**FIJACIÓN DE PRECIOS DE RUTINA**

La fijación de precios de los distintos productos y servicios puede ocurrir ya sea de manera habitual, a intervalos definidos o en base a ventas específicas. Para las decisiones de fijación de precios realizadas de manera habitual que tomen   
12 meses o más, se deberá llevar a cabo el siguiente procedimiento:

1. Identifique la lista completa de productos a cotizar.
2. Utilice los criterios aprobados por la administración y determine el precio meta por producto o configuración. Estos criterios pueden incluir, entre otros:

* El valor justo de mercado.
* El porcentaje de margen meta
* Los servicios previstos para la posventa o las obligaciones de garantía.
* Listas de precios establecidos por el gobierno.
* Las oportunidades o los cambios de precio a futuro

1. En caso de ser posible o requerido consulte con el fabricante de los productos para asegurarse de que los precios estén alineados con las expectativas y estrategias establecidas.
2. La lista de precios elaborada debe ser aprobada por **[inserte puestos]**.

**FIJACIÓN DE PRECIOS PARA CASOS ESPECÍFICOS**

En ocasiones, será adecuado fijar precios de productos y servicios en el corto plazo y en base a casos específicos. Dichos precios podrán utilizar descuentos, reembolsos, incentivos por volumen u otro mecanismo específico del proceso de fijación de precios. Todos los acuerdos de fijación de precios en base a casos específicos deberán   
llevarse a cabo mediante el siguiente procedimiento:

1. Los empleados que soliciten un acuerdo para fijar precios en base a casos específicos deberán documentar por escrito una justificación comercial clara para la ampliación de los términos de fijación de precios solicitados y los productos o servicios a los que se le aplicará esta excepción. Se deberá adjuntar al pedido toda documentación de respaldo correspondiente para referencia futura (por ejemplo: correos electrónicos de clientes, anuncios públicos).
2. Si el efecto del acuerdo de fijación de precios para casos específicos causara una diferencia sustancial (definida como un cambio en el precio mayor a **[defina el porcentaje]**) respecto de la fijación de precios aprobada previamente, el acuerdo deberá ser aprobado por escrito por **[inserte puestos]**.
3. Comuníquele el cambio en la fijación del precio al subdistribuidor/subagente o cliente final e indique de manera clara el período de tiempo o la cantidad de ventas específicas a la que se aplicará dicho precio.

**DOCUMENTACIÓN DE RESPALDO**

Todos los análisis, comunicaciones y aprobaciones realizados durante el proceso de fijación de precios de productos o servicios deberán ser documentados por escrito y archivados. Algunos ejemplos de dicha documentación incluyen, entre otras cosas:

* Los análisis de los costos de productos o servicios
* El cálculo de márgenes.
* Lista de precios establecidos por el gobierno.
* Comunicaciones entre la empresa y sus subdistribuidores/subagentes o clientes finales que reflejen pedidos o análisis de acuerdos específicos de fijación de precios.
* Comunicaciones entre la empresa y los fabricantes que reflejen el análisis de aprobaciones o estrategias de fijación de precios.
* Aprobaciones de la gerencia

Esta documentación deberá ser archivada por el **[inserte el nombre del departamento]** de acuerdo a lo establecido en las normas sobre la conservación de documentos.

**PREGUNTAS Y DUDAS**

Si tiene preguntas sobre cómo aplicar el procedimiento detallado en este documento o dudas sobre cualquier acuerdo comercial, deberá planteárselas a su supervisor o **[inserte el puesto]** de inmediato.