

Que
COMPANY®

POLÍTICA COMERCIAL

1. Missão, Visão e Valores

1.1. Visão

1.2. Missão

1.3. Valores

2. Objetivos e Diferencial

2.1. Objetivo

2.1.1. Modelo de Negócio

2.2.1.1. Objetivos Corporativos

2.2.1.2. Meios

2.2.2. Expansão

2.2.3. Eficiência Operacional

2.2.4. Marcas

3. Estratégia Corporativa e Diferencial

3.1. Portfólio

3.2. Integração das funções de Marketing e Vendas

3.3. Força de Vendas

4. Política de venda final On-line

5. Política de venda ao consumidor (B2C)

6. Nosso E-commerce

7. Política de Pagamentos

7.1. Mínimo de compra

7.2.Meios de pagamento

7.3.Formas de pagamento Cartão de crédito (Prazo)

7.4.Formas de pagamento Cheques ou boletos (Prazo)

7.5.Descontos

8. Prazos

8.1.Prazos de Fabricação

8.2.Prazos de Entrega

8.3.Valores de frete

9. Assistência Técnica

9.1.Prazos

9.2.Trocas

9.3.Porte Pago

10. Devoluções

11. Canais de comunicação

1. Missão, Visão e Valores

1.1. Visão

Ser a empresa de joias em prata e semi-joias mais parceira e competitiva do Brasil, preferida pelos lojistas, com destaque na responsabilidade pela assistência técnica, visual merchandising, qualidade dos produtos, competitividade de preços e focada nas pessoas.

1.2. Missão

Disponibilizar produtos de qualidade a baixo custo aos lojistas de forma diferenciada, com atuação destacada no rendimento e lucratividade e total apoio aos clientes.

1.3. Valores

Acreditamos que cada cliente é único e devemos tratá-lo como tal. Tomar decisões de maneira ética é o que nos motiva, fortalecendo nosso dia a dia em busca dos nossos ideais.

2. Objetivos e Diferencial

2.1. Objetivo

Obter lucro para o desenvolvimento da empresa, gerar trabalho e renda para a sociedade, oportunidade de crescimento para os clientes e meritocracia aos colaboradores.

2.1.1. Modelo de Negócio

Atingir a excelência no relacionamento com colaboradores, clientes e consumidores. Fornecer ao cliente um produto e serviço de qualidade para garantir a obtenção de lucro.

2.2.1.1. Objetivos Corporativos

Tornar a empresa número 1 no fornecimento de joias em prata e semi-joias do Brasil, fortalecendo a parceria junto ao lojista com objetivo de crescimento mútuo.

2.2.1.2. Meios

Promovendo as marcas do grupo para todas as partes interessadas, segmentando, focalizando e aperfeiçoando os esforços da equipe.

2.2.2. Expansão

Capturar o valor potencial de consolidação do mercado de joias em prata e semijoias

2.2.3. Eficiência Operacional

Atender aos padrões de qualidade dos produtos, processos e dos serviços com custos e despesas competitivos.

2.2.4. Marcas

Atualmente nosso portfólio está composto por 6 marcas, são elas:

OURIQUE JOIAS® - Nossa marca mãe, especializada em banhados a ouro 18k com garantia.

O objetivo dessa marca é entregar aos consumidores peças banhadas a ouro 18k com visual tradicional e fashion, respeitando sua qualidade com preços atrativos.

INCAPRATA® - A IncaPrata chegou para atender uma alta demanda de mercado, com qualidade e preço competitivo.

O objetivo dessa marca é democratizar o uso de acessórios prateados a baixo custo atrelado a moda e ao design inovador.

SILVER 925 BRASIL® - Maior marca produtora de joias em prata do mundo, localizada na Tailândia, detemos o uso da marca, importação e comercialização dos produtos com concessão exclusiva até 2030, com intenção de renovação.

O objetivo dessa marca é entregar aos consumidores joias de qualidade com o teor 925 de prata de lei.

STRONG MEN® - Focada em semi joias masculinas a baixo custo, pretendemos expandir para produtos como carteiras, óculos e acessórios.

O objetivo dessa marca é levar moda ao público masculino através de itens despojados e modernos.

LEVIE ROSÉ GOLD® - Peças delicadas com tom rosé e muita qualidade. Nossas peças possuem um banho especial com tonalidade rosa, trazendo suavidade e elegância as peças.

MANHATTAN JEWELRY® - Luxo e glamour são sinônimos dessa marca. Prata embaixo, ouro encima, sem nenhum outro metal entre eles, é o que faz as peças da MANHATTAN se tornar um joia colossal, misturando os dois metais mais queridos e desejados.

3. Estratégia Corporativa e Diferencial

3.1. Portfólio

Renovar a modelagem continuamente com produtos inéditos, ideias inovadoras e alinhadas com a moda internacional sem deixar o clássico e o básico de lado.

3.2. Integração das funções de Marketing e Vendas

É essencial que o marketing e vendas estejam perfeitamente integrados para a implantação da estratégia de diferenciação, devido a vários fatores, tais como:

- força de vendas é uma valiosa fonte de informações para a estratégia do marketing.
- O marketing tem a responsabilidade de fornecer para a força de vendas as ferramentas de que ela precisa para vender com maior eficiência.

Podemos concluir que a principal responsabilidade da nossa força de vendas é implantar as estratégias do marketing.

3.3. Força de vendas

Nossa força de vendas é estruturada e treinada de modo a servir como elemento de diferenciação das ofertas da empresa, que devem ser percebidas como únicas pelos nossos clientes (Lojistas).

4. Política de venda On-line

Nossa política de venda on-line visa a proteção do mercado como um todo, visto que os lojistas que possuem a operação on-line tem menos custos.

4.1. Preço Sugerido

O preço sugerido de venda de todas as marcas é com a margem de 150%, isso é, sobre o valor de custo bruto é aplicada uma margem x 2,5.

4.2. Limite mínimo de preço

O limite mínimo de valor sugerido ao consumidor é com a margem de 100%, isto é, sobre o valor de custo bruto é aplicada a margem de x 2,0.

5. Política de venda ao consumidor

Não realizamos nenhum tipo de venda via varejo, nosso foco é 100% em fornecimento de mercadoria através da modalidade atacado, deixando assim o fluxo de vendas muito mais organizado e sustentável.

6. E-commerce

Nosso E-commerce é 100% focado para a venda on-line via atacado aos clientes cadastrados, onde o representante recebe o pedido efetuado pelo cliente através de seu próprio app e só envia para a empresa após todas as confirmações.

7. Política de Pagamentos

7.1. Mínimo de compra

No primeiro pedido a orientação mínima de compra é no valor de R\$ 2.500,00, para que não haja frustração num possível giro insatisfatório da mercadoria por conta de pouca variedade e modelagem. Nos demais pedidos, o mínimo de compra é de R\$ 500,00 para a proteção comum comercial e continuidade fluída da linha de produção, sem interrupções.

Em situações pontuais de pequenas reposições urgentes podem haver liberações de compras abaixo do valor mínimo somente para clientes recorrentes e sem compromisso com o prazo máximo de entrega.

7.2. Meios de pagamento

- Pagamentos a prazo: boleto ou cartão de crédito;
- Pagamentos à vista antecipado: transferência bancária ou PIX.
- Pagamento à vista na entrega: boleto bancário.

7.3. Formas de pagamento cartão de crédito (prazo)

VALOR MÍNIMO DE COMPRA	PARCELAS
R\$ 500,00	1x sem juros
R\$ 1.000,00	2x sem juros
R\$ 1.500,00	3x sem juros
R\$ 2.000,00	4x sem juros
R\$ 2.500,00	5x sem juros
R\$ 3.000,00	6x sem juros
R\$ 3.500,00	7x sem juros
R\$ 4.000,00	8x sem juros
R\$ 4.500,00	9x sem juros
Acima de R\$ 5.000,00	10x sem juros

7.4. Formas de pagamento boletos (Prazo)

VALOR DA COMPRA	PRAZO A PARTIR PEDIDO	PRAZO MÉDIO
Abaixo de R\$ 500,00	20 dias	10 dias
R\$ 500,01 à R\$ 1.000,00	45/73 dias	36 dias
R\$ 1.000,01 à R\$ 1.500,00	45/73/101 dias	50 dias
R\$ 1.500,01 à R\$ 2.000,00	45/73/101/129 dias	64 dias
R\$ 2.000,01 à R\$ 2.500,00	45/73/101/129/157 dias	78 dias
R\$ 2.500,01 à R\$ 3.000,00	45/73/101/129/157/185 dias	92 dias
R\$ 3.000,01 à R\$ 4.000,00	45/73/101/129/157/185/213 dias	106 dias
R\$ 4.000,01 à R\$ 5.000,00	45/73/101/129/157/185/213/241 dias	120 dias
R\$ 5.000,01 à R\$ 6.000,00	45/73/101/129/157/185/213/241/269 dias	134 dias
Acima de R\$ 6.000,01	45/73/101/129/157/185/213/241/269/297 dias	148 dias

BOLETOS: Toda emissão de boletos depende da aprovação do banco.

Em casos de limite de crédito excedido ou inadimplência, os boletos não serão aprovados.

7.5. Descontos

PAGAMENTO À VISTA	PAGAMENTO À VISTA	PAGAMENTO À VISTA
(TRANSFERÊNCIA NO ATO DO PEDIDO)	(BOLETO PARA A ENTREGA DO PEDIDO)	(BOLETO PARA 30 DIAS DO PEDIDO)
20% DE DESCONTO	10% DE DESCONTO	20% BONIFICADO

8. Prazos

8.1. Prazos de Fabricação

O prazo de fabricação de todos os produtos é de 15 a 20 dias, podendo se estender por motivos pontuais. (vésperas de datas comemorativas são consideradas motivos pontuais, por exemplo, na rotina geral do ano)

- O prazo para pedidos abaixo de R\$ 1.000,00 é de 30 dias
- O prazo para pedidos acima de R\$ 1.000,00 é de 15 a 20 dias (sem e com etiqueta, respectivamente).

8.2. Prazos de Entrega

O prazo depende da forma solicitada pelo cliente, são elas disponíveis:

- Correios ou transportadora: O prazo depende da própria instituição, deverá ser consultado direto com a empresa contratada.
- Motoboy: o prazo de entrega é de 1 dia útil.
- Representante Comercial: O prazo de entrega deverá ser combinado com o mesmo.

8.3. Valores de frete

O frete é agregado ao seguro da compra, sendo assim, cobramos um percentual do valor da compra, para que, caso aconteça algum imprevisto, a carga esteja coberta e não tenhamos futuros problemas.

PERCENTUAL COBRADO NO PEDIDO	LOCAL DA COMPRA
2% (Primeira parcela)	Estado de São Paulo
4% (Primeira parcela)	Demais estados do Brasil

PEDIDOS DE SÃO PAULO: Identificar nas observações se a preferência de envio será Motoboy, Correios ou transportadora.

PEDIDOS DEMAIS ESTADOS: Identificar nas observações se a preferência do envio será Correios ou transportadora.

9. Assistência Técnica

9.1. Prazos

O prazo inicia-se a partir do recebimento do produto na empresa.

O prazo máximo de devolução do produto para o lojista ou ao consumidor é de até 30 dias corridos.

9.2. Trocas

Fica autorizada de imediato a troca de mercadorias com defeito dentro do prazo de garantia ao consumidor diretamente no ato da solicitação, exceto em casos de mau uso. – É necessária uma avaliação correta para que, não tenhamos problemas posteriores (a troca será creditada através do representante comercial ou pelo departamento responsável após o recebimento da peça defeituosa).

9.3 Porte Pago

Envios de Porte Pago serão autorizados mediante envio das seguintes informações:

- Problema constatado na peça
- Referência do produto
- Data original da venda

Recebemos muitas peças de outros fornecedores e pagamos por esse transporte, ida e volta, por isso precisamos validar se o modelo pertence ao nosso portfólio ou não antes de enviar a autorização de postagem.

Todas essas informações serão enviadas de maneira automatizada via formulário online, onde o código para postagem no Correios será liberado minutos após esse envio.

10. Devoluções

A empresa não aceita devoluções após 7 dias a contar do recebimento da mercadoria.

Serão analisados casos em caráter de exceção diante de acordos comerciais previamente efetuados e validados pela diretoria.

11. Canais de comunicação (comercial)

Telefone: (11) 2311-0076

Whatsapp: (11) 91237-771

E-mail: mariuda@ouriquecompany.com.br